



Cadernos NAUI

Núcleo de Dinâmicas Urbanas e Patrimônio Cultural

Dossiê: Colonialismo digital, fluxos de informação e autoria em tempos de inteligência artificial

v 14 | n 27 | jul-dez 2025

O uso da desinformação como instrumento político pela extrema direita sob a ótica da Economia Política da Desinformação

Thiago Henrique de Jesus-Silva



Edição eletrônica

URL: [NAUI - Dinâmicas Urbanas e Patrimônio Cultural \(ufsc.br\)](http://NAUI - Dinâmicas Urbanas e Patrimônio Cultural (ufsc.br))

ISSN: 2558 - 2448

Organização

Núcleo de Dinâmicas Urbanas e Patrimônio Cultural

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFSC

Referência Bibliográfica

JESUS-SILVA, Thiago Henrique de. O uso da desinformação como instrumento político pela extrema direita sob a ótica da Economia Política da Desinformação. Cadernos Naui: Núcleo de Dinâmicas Urbanas e Patrimônio Cultural, Florianópolis, v. 14, n. 27, p. 41-71, jul-dez 2025. Semestral.

O uso da desinformação como instrumento político pela extrema direita sob a ótica da Economia Política da Desinformação

Thiago Henrique de Jesus-Silva¹

Resumo

A ascensão das tecnologias digitais e das redes sociais ampliou a disseminação de desinformação, impulsionada por algoritmos que priorizam conteúdos polarizadores. Esse fenômeno tornou-se central na comunicação política, especialmente entre grupos de extrema direita (Bennett; Livingston, 2018; Hartwig, 2023). Este artigo analisa como a extrema direita instrumentaliza a desinformação sob a perspectiva da Economia Política da Desinformação (EPD), que investiga relações entre interesses econômicos, poder político e circulação de desinformação. O objetivo é compreender o papel das plataformas digitais nesse processo e sugerir estratégias para combater a desinformação e fortalecer a resiliência democrática.

Palavras-chave: Desinformação; Economia Política da Desinformação; Extrema direita.

The use of disinformation as a political tool by the far-right from the perspective of the Political Economy of Disinformation

Abstract

The rise of digital technologies and social media has expanded the spread of misinformation, driven by algorithms that prioritize polarizing content. This phenomenon has become central to political communication, particularly among far-right groups (Bennett; Livingston, 2018; Hartwig, 2023). This article examines how the far right exploits misinformation from the perspective of the Political Economy of Disinformation (PED), which explores the

¹ Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Ceará – UFC. Integrante do Laboratório de pesquisas em Economia, Tecnologia e Políticas de Comunicação (TELAS/UFC). E-mail: contatothiagosilva@alu.ufc.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0164637493248397>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1515-3734>.

relationships between economic interests, political power, and the spread of fake news. The goal is to understand the role of digital platforms in this process and suggest strategies to combat misinformation, strengthening democratic resilience.

Keywords: Disinformation; Political Economy of Disinformation; Far-right.

El uso de la desinformación como herramienta política por la extrema derecha desde la perspectiva de la Economía Política de la Desinformación

Resumen

El auge de las tecnologías digitales y las redes sociales ha ampliado la difusión de desinformación, impulsada por algoritmos que priorizan contenidos polarizadores. Este fenómeno se ha vuelto central en la comunicación política, especialmente entre grupos de extrema derecha (Bennett & Livingston, 2018; Hartwig, 2023). Este artículo analiza cómo la extrema derecha instrumentaliza la desinformación desde la perspectiva de la Economía Política de la Desinformación (EPD), que examina las relaciones entre intereses económicos, poder político y la propagación de noticias falsas. El objetivo es comprender el papel de las plataformas digitales y proponer estrategias para combatir la desinformación, fortaleciendo la resiliencia democrática.

Palabras clave: Desinformación; Economía Política de la Desinformación; Extrema derecha.

Introdução

Com o advento das tecnologias digitais e das redes sociais, a propagação de informações falsas ou enganosas ganhou novas dimensões, sendo exacerbada por algoritmos que priorizam conteúdos sensacionalistas e polarizadores. Nesse cenário, a desinformação deixou de ser um fenômeno marginal e passou a ocupar lugar central nas estratégias de comunicação política, particularmente entre grupos de extrema direita.

A extrema direita, historicamente associada às táticas de propaganda e manipulação, encontrou nas plataformas digitais um terreno fértil para disseminar suas agendas ideológicas. A instrumentalização da desinformação por esses grupos não é acidental, mas parte de uma estratégia deliberada para influenciar a opinião pública, desestabilizar instituições democráticas e consolidar poder, conforme Bennett e Livingston (2018), Hartwig (2023), Silva (2023) e Jesus-Silva e Martins (2025). Este artigo busca explorar como a extrema direita

tem utilizado a desinformação de maneira sistemática e eficaz, analisando este fenômeno à luz da Economia Política da Desinformação (EPD).

A EPD oferece um *framework* analítico que permite compreender as interações entre interesses econômicos, estruturas de poder político e a dinâmica de propagação da desinformação. Ao focar nos incentivos econômicos que sustentam a produção e a disseminação de desinformação, bem como nas estruturas políticas que facilitam ou combatem essas práticas, esta abordagem proporciona percepções valiosas sobre as motivações e os mecanismos por trás das campanhas de desinformação.

A partir de uma análise aprofundada da literatura existente, este artigo propõe uma investigação detalhada sobre o papel desempenhado pela extrema direita na política da informação, com foco na disseminação e instrumentalização da desinformação. Além disso, busca analisar o papel das plataformas digitais no processo de instrumentalização política da desinformação e o seu alinhamento ao espectro político da extrema direita.

Ao contextualizar a atuação da extrema direita no campo da política da informação, este estudo busca contribuir para uma compreensão mais profunda das dinâmicas do capitalismo digital de desinformação e manipulação política. Além disso, visa oferecer percepções relevantes para o fortalecimento da resiliência democrática diante dos desafios apresentados pelo capitalismo digital.

O que seria a Economia Política da Desinformação (EPD)?

A Economia Política da Desinformação (EPD) constitui um campo de estudos que examina as interseções entre estruturas econômicas, relações de poder e a produção sistemática de informações manipuladas no capitalismo digital. Diferentemente de abordagens que tratam a desinformação como fenômeno isolado ou meramente tecnológico, a EPD a compreende como resultado de dinâmicas estruturais que articulam três dimensões fundamentais: (i) os modelos de negócio das plataformas digitais baseados na monetização da atenção; (ii) os interesses políticos de grupos que buscam hegemonizar narrativas públicas; e (iii) as contradições do jornalismo como mercadoria em sociedades capitalistas (Alencar, 2024; Jesus-Silva, 2024b). Essa perspectiva analítica permite desvelar como a desinformação não apenas distorce a realidade, mas opera como instrumento deliberado de acumulação econômica e dominação política.

A EPD emerge como desdobramento crítico da Economia Política da Comunicação (EPC), campo consolidado que investiga as relações entre propriedade dos meios de comunicação, poder econômico e produção simbólica. Para Bolaño e Vieira (2014), tornou-se necessário atualizar as ferramentas analíticas da EPC para compreender as novas formas de mercantilização da informação. A EPD responde a essa necessidade ao focar especificamente nos mecanismos pelos quais a desinformação é produzida, distribuída e monetizada no capitalismo digital. Diferentemente da EPC tradicional, que se concentrava na propriedade dos meios de produção comunicacional, a EPD investiga como algoritmos, métricas de engajamento e economia da atenção criam incentivos estruturais para a proliferação de conteúdos enganosos, independentemente da veracidade factual.

Um dos pontos centrais dessa abordagem é compreender que a disseminação de desinformação não se explica apenas por estratégias de monetização e lucro, embora elas sejam fundamentais no contexto das plataformas digitais. A extração e a comercialização de dados pessoais dos usuários configuram uma fonte decisiva de receita para as *big techs*, que utilizam essas informações para direcionar anúncios e conteúdos, maximizar o engajamento e, conseqüentemente, os lucros (Jesus-Silva, 2024a, 2024b). No entanto, esse processo está imbricado em disputas ideológicas e políticas: a desinformação também serve para consolidar projetos de poder, reforçar visões de mundo, alimentar antagonismos e corroer a confiança nas instituições democráticas. Assim, o econômico, o ideológico e o político se articulam, fazendo da desinformação não apenas um modelo de negócio, mas instrumento de disputa pela definição legítima da realidade social.

Para compreender concretamente como opera a monetização da desinformação, é necessário examinar a arquitetura econômica das plataformas digitais. O modelo de negócio dominante baseia-se em três pilares interconectados: (i) extração massiva de dados pessoais dos usuários; (ii) processamento algorítmico desses dados para prever comportamentos; e (iii) venda de acesso à atenção dos usuários através de publicidade programática (Zuboff, 2019). Nesse sistema, conteúdos que geram maior engajamento, medido em cliques, compartilhamentos, comentários e tempo de permanência, são priorizados pelos algoritmos de recomendação, independentemente de sua veracidade. Um exemplo ilustrativo: quando um produtor de desinformação publica conteúdo sensacionalista negando mudanças climáticas, as plataformas lucram duplamente, primeiro, com a atenção gerada pelo conteúdo controverso; segundo, com os anúncios exibidos tanto no site original quanto nas múltiplas republicações

virais. Segundo Vosoughi, Roy e Aral (2018), informações falsas alcançam aproximadamente 70% mais pessoas do que informações verdadeiras, criando um ciclo de retroalimentação onde a desinformação torna-se mais rentável que o jornalismo factual.

Essa abordagem destaca a commodificação da audiência, onde o engajamento e a atenção do público são explorados como mercadoria para gerar lucro. No capitalismo digital (Schiller, 2000), a desinformação é vista como ferramenta para manter a ignorância em massa, essencial para a manutenção do sistema (Rêgo; Barbosa, 2020). A fabricação do consentimento, baseada em falsas representações da realidade, é fundamental nesse processo (Hirst, 2017).

A EPD destaca a importância de analisar as relações de poder que permeiam a produção e circulação de informações manipuladas, evidenciando como determinados atores buscam controlar a narrativa e influenciar a percepção pública por meio da disseminação de desinformação. Essa abordagem crítica enfatiza a necessidade de desvelar os interesses por trás da desinformação e de promover maior transparência nos processos de produção e distribuição de conteúdo nas plataformas digitais. É uma perspectiva analítica que vai além da simples identificação de uma informação manipulada, buscando compreender as dinâmicas econômicas, políticas e sociais que sustentam a propagação da desinformação e seus impactos na esfera pública.

É destacado que a desinformação tem uma longa história política e está intrinsecamente ligada à forma como o jornalismo é tratado como mercadoria em uma economia de mercado capitalista. A EPC, segundo Valente (2020), ajuda a contextualizar a desinformação no modo de produção capitalista e a explicar como ela é distribuída nas plataformas digitais, incluindo informações falsas ou manipuladas, conteúdos inventados em sites satíricos e difamatórios utilizados contra adversários políticos.

Políticos e figuras públicas, como Donald Trump e Jair Bolsonaro, podem se apropriar do termo *fake news* para desacreditar notícias que não se alinham com suas narrativas, manipulando a opinião pública e desviando a atenção de questões importantes. Essas perspectivas destacam a complexa interseção entre economia, política e mídia na disseminação da desinformação, ressaltando a importância de uma análise crítica para compreender as implicações sociais e políticas da era da informação.

A investigação empírica da EPD requer abordagens metodológicas multidisciplinares que articulem análise econômica, mapeamento de redes digitais e exame crítico de discursos.

Entre as principais metodologias empregadas estão: análise de fluxos financeiros para rastrear como os recursos circulam entre produtores de desinformação, anunciantes e plataformas; mapeamento de redes sociais para identificar estruturas de disseminação coordenada; análise de dados de engajamento para compreender quais tipos de conteúdo são algoritmicamente privilegiados; e estudos etnográficos de comunidades online para entender as práticas cotidianas de produção e consumo de desinformação. No contexto brasileiro, pesquisas do NetLab/UFRJ têm combinado análise de grafos de redes sociais digitais com investigação de financiamento publicitário (Couto, 2023).

Além dos aspectos previamente abordados sobre a EPD, conforme Hirst (2017), Jesus-Silva e Lima (2024) e Jesus-Silva e Martins (2025), a desinformação é considerada como forma de propaganda na qual informações falsas ou manipuladas são deliberadamente disseminadas para enganar e obter vantagens políticas ou comerciais. Destaca-se a importância da análise crítica para contextualizar as diferentes categorias de desinformação, todas derivadas, segundo Hirst (2017), das contradições do jornalismo em sociedades democráticas liberais capitalistas, onde a presença inevitável de desinformação é atribuída à impossibilidade de uma mídia totalmente verdadeira.

O presente artigo dialoga com Hirst (2017), ao questionar a objetividade das notícias e problematizar a ideia de que as informações jornalísticas poderiam constituir uma representação transparente da realidade. Ao afirmar que as notícias estão impregnadas de ideologia, não se trata de opor textos ideológicos a textos neutros, mas de reconhecer que todo discurso é produzido a partir de posições sociais e de determinados enquadramentos de mundo. Aqui, ideologia é entendida em sentido crítico como o conjunto de significados, valores e narrativas que contribuem para naturalizar relações de poder e tornar determinados arranjos sociais e econômicos percebidos como “normais” ou “inevitáveis”, conforme Fairclough (2019) e Thompson (2011). Nesse contexto, a maioria das notícias, especialmente sobre política, economia e temas sociais controversos, opera a partir de seleções, silenciamentos e hierarquizações que refletem esses enquadramentos, seja de forma explícita ou implícita.

A relação entre a EPD e a atuação da extrema direita por meio das plataformas digitais é evidenciada pela propagação de desinformação como estratégia para promover agendas políticas extremistas. Neste artigo, o termo desinformação é utilizado em sentido amplo, para designar a produção e circulação deliberada de conteúdos enganosos com finalidade política,

ainda que muitas vezes isso apareça no debate público sob o rótulo mais impreciso de *fake news*. Esses grupos se beneficiam do ambiente propício das plataformas digitais, em que algoritmos e estratégias de engajamento são mobilizados para amplificar mensagens distorcidas e polarizadoras (Bennett; Livingston, 2018; Morozov, 2017; Hartwig, 2023). Além disso, a monetização da desinformação nessas plataformas favorece a circulação de conteúdos sensacionalistas e polêmicos, frequentemente associados à extrema direita, e contribui para a amplificação de discursos extremistas e desinformativos.

Uma contribuição importante para adensar o enquadramento teórico deste artigo é aproximá-lo do debate desenvolvido por Barros (2024), no trabalho *Conceitos e desdobramentos da desinformação: por que a mentira deliberada é antagônica à democracia*, apresentado no XVIII Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura – Epecom. Retomando Santaella (2021), Barros (2024) distingue desinformação, informação incorreta e má-informação, ressaltando que a desinformação é, por definição, uma falsidade deliberada, orientada a enganar e produzir dano, inscrita em uma arquitetura mais ampla de desordem informacional. Em diálogo com Arendt (1967a; 1967b), Barros (2024) argumenta que, quando essa falsidade deliberada passa a atacar a própria matéria factual, aquilo que sustenta a memória histórica e a possibilidade de formular políticas públicas, ela deixa de ser apenas um recurso retórico e se converte em problema político de primeira ordem, corroendo as bases da democracia representativa.

Compreendida a arquitetura econômica e política da desinformação através da lente da EPD, possibilita-se analisar especificamente como grupos políticos instrumentalizam esse ecossistema para seus objetivos. A extrema direita contemporânea não apenas se beneficia passivamente das estruturas descritas, mas ativamente as mobiliza como ferramenta estratégica de conquista e manutenção de poder. Os incentivos econômicos das plataformas que privilegiam conteúdos polarizadores convergem com os interesses políticos de movimentos que prosperam através da desestabilização institucional e da erosão da confiança em mediadores tradicionais da verdade. A próxima seção examina como essa convergência estrutural entre capitalismo de plataforma e projetos políticos da extrema direita materializa-se em práticas concretas de instrumentalização da desinformação, demonstrando que não se trata de distorção acidental do sistema, mas de sua operação normal em contextos de crise da democracia liberal.

A instrumentalização política da desinformação pela extrema direita

A desinformação tem sido um elemento-chave na ascensão de líderes de extrema direita, funcionando como tática deliberada de convencimento e mobilização da população. Ao examinar casos como a vitória de Javier Milei, na Argentina, o crescimento do Chega, em Portugal, e o segundo mandato de Donald Trump, nos Estados Unidos, observa-se um padrão claro do uso estratégico da desinformação: campanhas sistemáticas de desacreditação de instituições democráticas, produção de inimigos internos e externos, exploração de medos econômicos e morais e uso intensivo das plataformas digitais para segmentar e amplificar narrativas falseadas ou enganosas (Martins, 2024a, 2024b). Esses exemplos indicam que a desinformação não é um fenômeno caótico ou acidental, mas uma ordem programada pela extrema direita, utilizada como dispositivo estratégico de disputa política.

Líderes e partidos de extrema direita têm sistematicamente empregado desinformação para moldar a percepção pública, influenciar decisões eleitorais e fortalecer suas bases de apoio, como destaca Martins (2024b). A disseminação de informações manipuladas, teorias da conspiração e narrativas polarizadoras ajudam a desestabilizar o discurso público, minar a confiança nas instituições democráticas e consolidar o poder político. Essa abordagem coordenada e intencional transforma a desinformação em ferramenta poderosa para alcançar e manter o poder político.

Em diálogo com essa chave econômico-política, Henn (2023) propõe uma leitura semiótica e sistêmica da desinformação como estratégia da extrema direita, mobilizando os conceitos de memes e semiosfera. A partir dessa perspectiva, a hiperconectividade das redes e plataformas digitais transforma-se em máquina de sobrevivência para memes portadores de ideários fascistas, que se rearticulam e proliferam em um ambiente de caos informativo, alimentado por irracionalismo, negacionismo científico e pânicos morais. A desinformação deixa de ser apenas um conjunto de conteúdos enganosos e passa a operar como engrenagem de uma “guerra dos signos” na semiosfera, na qual repertórios autoritários são continuamente reativados e redistribuídos por aplicativos de mensagem, sites de redes sociais e ecossistemas midiáticos alternativos que orbitam a extrema direita (Jesus-Silva, 2025b).

Com o avanço da tecnologia e a ascensão das plataformas digitais, a disseminação de informações manipuladas tornou-se uma preocupação crescente. No Brasil, essa questão

atingiu um novo patamar com a decisão do Congresso de manter o veto ao crime das *fake news* eleitorais, medida que suscita debates acalorados sobre os rumos da democracia e a integridade do processo eleitoral. Na última eleição presidencial, em 2022, vimos a instrumentalização da desinformação por parte da extrema direita, especialmente por Jair Bolsonaro, como mostram Silva (2023) e Monteiro Filho, Martins e Mourão (2024).

Tal cenário revelou uma evolução nas estratégias de manipulação empregadas nas campanhas de desinformação recentes. Essas estratégias agora envolvem o uso de técnicas avançadas de comunicação computacional e coordenação entre diferentes plataformas online. Um aspecto-chave é a publicação de conteúdo rápido, constante e repetitivo nas redes sociais digitais, muitas vezes acompanhado por anúncios pagos. Esses conteúdos são cuidadosamente projetados para testar narrativas específicas, direcionadas a públicos específicos. Isso sugere uma abordagem altamente sofisticada e segmentada, destinada a influenciar a opinião pública de maneira eficaz e direcionada.

Em uma sessão realizada no dia 28 de maio de 2024, o Congresso Nacional brasileiro optou por manter um veto à Lei de Defesa do Estado Democrático de Direito (Lei 14.197/2021), que foi aplicado quando o ex-presidente Bolsonaro aprovou o texto. Esse veto impede a criminalização da promoção e do financiamento de campanhas de desinformação durante o processo eleitoral. O veto foi mantido com 317 votos a favor, 139 votos contra e 4 abstenções. Com essa decisão da Câmara, o assunto não precisou ser levado ao Senado para análise (Campos, 2024).

O Projeto de Lei 2.108/2021 resultou na criação da Lei 14.197 de 2021, que substituiu a antiga Lei de Segurança Nacional (Lei 7.170, de 1983) e modificou o Código Penal em relação aos crimes contra o Estado Democrático de Direito. Uma das disposições vetadas por Bolsonaro previa uma pena de até cinco anos de reclusão para indivíduos envolvidos na prática de comunicação enganosa em massa, caracterizada pela promoção ou financiamento de campanhas, ou iniciativas destinadas a disseminar informações falsas capazes de comprometer o processo eleitoral.

Foi notada a predominância dos seguintes partidos em vetar a criminalização das *fake news*: Partido Liberal (PL), Republicanos, Partido Progressista (PP), União Brasil, Partido Social Democrático (PSD), Movimento Democrático Brasileiro (MDB) e Podemos. Essa postura revela uma cumplicidade dessas legendas com o contexto caótico causado pela onda de desinformação. Ao optarem por manter o veto, tais partidos parecem priorizar interesses

políticos individuais em detrimento da integridade do processo eleitoral e da saúde da democracia brasileira. Esta decisão pode minar a confiança da população nas instituições democráticas e abrir caminho para manipulações eleitorais prejudiciais ao País na totalidade (Mello; Alves, 2023).

Outra observação relevante é que o PL, um partido de extrema direita, foi a legenda com o maior número de votos favoráveis à manutenção do veto. Dados do levantamento do Supremo Tribunal Federal (STF) e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) revelam que metade das informações enganosas compartilhadas por políticos nas plataformas digitais são provenientes de parlamentares do PL, responsável por 49% da criação e disseminação de conteúdos enganosos nas plataformas digitais. Foi analisado um total de 480 ações relacionadas a desinformação, envolvendo 314 indivíduos e entidades, entre os anos de 2020, 2021 e 2023. Dentre os envolvidos, há 270 pessoas físicas e 44 pessoas jurídicas, incluindo órgãos governamentais. Os números revelam a extensão do problema da desinformação e sua influência nos processos judiciais e eleitorais no Brasil. Um levantamento do jornal O Globo (Mello; Alves, 2023) revela que um quarto da bancada eleita do PL mentiu ou insuflou atos golpistas no dia 8 de janeiro de 2024 por meio das plataformas digitais.

Bennett e Livingston (2018) discutem a existência de uma ordem de desinformação especialmente prevalente na política da extrema direita. Eles apontam que essa desinformação é utilizada para resistir ao avanço de valores democráticos, como o pluralismo cultural e a inclusão de grupos marginalizados. Os autores mostram que, em diversos países, há uma conexão clara entre partidos e políticos da extrema direita e sistemas de informação alternativos que os apoiam em eleições e projetos pessoais. Esses sistemas complexos são utilizados para promover agendas que beneficiam os ricos, propagam desinformação sobre mudanças climáticas, incentivam o nacionalismo étnico e espalham ódio contra minorias religiosas e étnicas.

Aplicando essa visão ao contexto brasileiro, é possível argumentar que os partidos mencionados (Partido Liberal, Republicanos, Partido Progressista, União Brasil, Partido Social Democrático, Movimento Democrático Brasileiro e Podemos) estão adotando uma postura que facilita a disseminação de desinformação para manter ou ampliar seu poder político. Essa ação pode ser vista como exemplo de como a desinformação é instrumentalizada para manipular a opinião pública e influenciar resultados eleitorais, beneficiando interesses específicos em detrimento da democracia. A decisão de manter o veto

pode ser interpretada como forma de proteger esses interesses, garantindo que a desinformação continue a ser uma ferramenta disponível para influenciar eleitores e perpetuar relações de poder desiguais. Essa análise sugere que a manutenção do veto não apenas compromete a integridade do processo eleitoral, mas também reforça a desconfiança pública nas instituições democráticas, alinhando-se com a ordem de desinformação descrita por Bennett e Livingston (2017).

A conexão entre a desinformação, a extrema direita e as plataformas digitais frequentemente contribui para a polarização política e a criação de câmaras de eco, como argumentam Benkler *et al.* (2018) e Törnberg (2018). As câmaras de eco são ambientes onde as pessoas são expostas apenas às informações e opiniões que reforçam suas próprias crenças, isolando-as de perspectivas diferentes. Esse fenômeno intensifica a polarização, torna as divisões políticas mais profundas e dificulta o diálogo entre diferentes grupos ideológicos. A desinformação disseminada por plataformas digitais alimenta essa dinâmica, promove narrativas extremistas e radicaliza as opiniões dos usuários. Assim, a combinação desses elementos resulta em um ciclo vicioso de desinformação e polarização que fortalece a direita radical e enfraquece a coesão social.

No Brasil, conforme Evangelista e Bruno (2019) e Recuero *et al.* (2022), a desinformação e o conteúdo político enfrentam desafios adicionais devido a fatores infraestruturais. Observadores indicam que a ascensão da extrema direita no País está associada às políticas de microsegmentação² e *zero-rating* para acesso móvel, incentivando o uso de plataformas de mídia social ancoradas em aplicativos fechados e com funcionalidades restritas para busca e comparação de fontes, como WhatsApp e grupos no Facebook. Em vez de uma navegação ampla na web, com acesso diversificado a portais de notícia, mecanismos de busca e diferentes veículos, grande parte dos usuários passa a consumir informação quase exclusivamente nesses ambientes limitados, o que resulta em acesso restrito às notícias, reduz a exposição a perspectivas plurais e facilita a segregação ideológica, como ressaltam Yang, Majó-Vásquez, Nielsen e González-Bailón (2020). Este cenário tem favorecido a formação de

² Por microsegmentação, entende-se o uso intensivo de dados pessoais e de comportamento para direcionar mensagens políticas e comerciais a grupos muito específicos de usuários, com base em critérios como localização, renda, crenças, histórico de navegação e interações nas plataformas. Já o *zero-rating* para acesso móvel diz respeito a acordos comerciais em que operadoras de telefonia não descontam do pacote de dados o uso de determinados aplicativos (como WhatsApp, Facebook ou Instagram), incentivando o consumo de poucos serviços “gratuitos” em detrimento da navegação ampla na web. Na prática, essas políticas reforçam uma “internet dos aplicativos”, reduzem a diversidade de fontes acessadas e criam condições estruturais favoráveis à circulação de conteúdos polarizadores e desinformativos.

câmaras de eco de extrema direita, centradas em torno de figuras como a de Bolsonaro, como aponta Soares *et al.* (2021). Nesse contexto, é justamente a combinação entre a ascensão da extrema direita e a propagação de desinformação sobre a Covid-19 que configura um desafio crítico para a esfera pública, ao fragilizar a confiança em fontes científicas e jornalísticas e dificultar a adoção de políticas sanitárias baseadas em evidências. Diante disso, a atuação de organizações de *fact-checking* torna-se central tanto para desmentir conteúdos enganosos quanto para disputar, em tempo real, os sentidos que circulam nesses ecossistemas digitais.

O estudo de Recuero *et al.* (2022) revela que grupos e páginas de direita e extrema direita estão mais frequentemente associados à propagação de desinformação, enquanto grupos e páginas de esquerda tendem a divulgar conteúdo de verificação de fatos. Este padrão de comportamento sugere que a polarização política influenciou significativamente a difusão de desinformação sobre a pandemia. O mesmo estudo também aponta que a desinformação tende a circular mais amplamente e obter mais engajamento do que os conteúdos de verificação de fatos.

Além disso, a desinformação geralmente se espalha através das mesmas páginas e grupos que compartilham múltiplos *links* entre si, criando uma rede interconectada. Em contraste, a rede de verificação de fatos é menos agrupada. Essas páginas e grupos que propagam desinformação formam câmaras de eco, onde a desinformação é continuamente repostada, o que aumenta seu impacto. Este efeito de câmara de eco significa que a desinformação é amplificada dentro de espaços isolados onde a verificação de fatos raramente penetra (Recuero *et al.*, 2022; Segurado, 2021).

A empresa Brasil Paralelo, longe de ser apenas um sistema “alternativo” de informação, tem sido identificada em pesquisas acadêmicas e investigações jornalísticas como um dos principais polos de produção de conteúdos desinformativos ligados à extrema direita no Brasil (Souza; Freire, 2025; Bonsanto, 2021). Ela promove uma agenda político-ideológica conservadora e ultraliberal por meio de cursos e documentários pagos, nos quais se combinam revisionismo histórico – incluindo a relativização e a negação de violações da ditadura militar – e narrativas conspiratórias sobre temas como clima, gênero e direitos humanos. Reportagens recentes (Dias; Motoryn, 2024; Cassio, 2024; Audi, 2024a; Audi, 2024b; Granjeira, 2024) também a descrevem como “produtora de desinformação” e destacam seu papel na difusão de ideias bolsonaristas e de extrema direita em escolas e ambientes de formação, o que amplia seu alcance para além do consumo doméstico de conteúdo digital. Esses materiais são

mobilizados para reforçar uma visão de mundo específica, influenciar seus públicos e moldar o debate em favor das agendas dessa corrente política. Para Hartwig (2023), figuras proeminentes da nova extrema direita brasileira, incluindo Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro, Olavo de Carvalho, Marcel van Hattem e Luiz Phillippe de Orleans e Bragança, estão frequentemente vinculadas a essa empresa. Esses conteúdos são utilizados para reforçar a visão de mundo e os valores dessa corrente política, influenciar seus seguidores e moldar o debate público em favor de suas agendas.

Outro exemplo é a Jovem Pan, uma das mais tradicionais redes de rádio e TV do Brasil, que se consolidou, especialmente no ciclo bolsonarista, como um dos principais veículos de extrema direita no País (Jesus-Silva, 2025a). Em junho de 2023, a Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão (PRDC) do Ministério Público Federal (MPF) em São Paulo ajuizou Ação Civil Pública contra a emissora por diversas irregularidades ocorridas em 2022, incluindo a veiculação sistemática de desinformação sobre o processo eleitoral. As campanhas promovidas pela Jovem Pan questionavam a confiabilidade das urnas eletrônicas e disseminavam acusações infundadas de complô por parte de ministros do STF e do TSE, alimentando desconfiança generalizada em relação às instituições. Em 28 de novembro de 2025, a Justiça Federal em São Paulo condenou a Rádio Panamericana S/A, responsável pela Jovem Pan, ao pagamento de aproximadamente R\$ 1,5 milhão em danos morais coletivos justamente pela propagação reiterada de notícias falsas, ataques a instituições e incitação à desobediência durante as eleições de 2022 e o início de 2023.

A pesquisa da *Climate Action Against Disinformation* (CAAD), que entrevistou 1.117 brasileiros, revela que cerca de 29% dos brasileiros acreditam que há discordância entre os cientistas sobre a existência de mudanças climáticas. No entanto, esse percentual é significativamente maior entre os usuários da Jovem Pan, chegando a 46%. Isso sugere que os conteúdos veiculados pela Jovem Pan podem contribuir para a amplificação da dúvida e da desinformação sobre a mudança climática entre seus ouvintes, refletindo a influência da emissora na formação de opiniões divergentes da realidade científica consensual.

Sobre a relação entre desinformação, extrema direita e iliteracia digital em Portugal, Joana Jerónimo (2024), ao analisar o crescimento do Chega, mostra que o avanço de ideologias extremistas não se explica apenas pela existência das plataformas, mas pela combinação entre uma forte digitalização da vida social e a permanência de grandes parcelas da população sem competências para avaliar criticamente a informação online. Nesse

contexto, a ausência de habilidades de leitura digital torna os cidadãos mais vulneráveis à manipulação, à propaganda e à desinformação, abrindo espaço para que narrativas ultrapolarizadas circulem sem mediação crítica e corroam progressivamente a confiança nas instituições democráticas.

Esse quadro dialoga diretamente com a EPD discutida no artigo, ao mostrar que a disputa não se dá apenas no nível dos modelos de negócio das plataformas, mas também na distribuição desigual das capacidades de leitura crítica e de participação informada. Ao defender a educação digital e a literacia midiática como estratégias centrais para conter o avanço da extrema direita, Jerónimo (2024) enfatiza que políticas de educação midiática, regulação das plataformas digitais e fortalecimento do jornalismo responsável são dimensões indissociáveis de uma resposta democrática consistente à desinformação.

Barreto Junior e Venturi Junior (2018) argumentam que a desinformação não é apenas informações falsas, mas sim componentes de estratégias comunicacionais complexas, deliberadamente criadas e difundidas para alcançar objetivos econômicos e políticos específicos. As pessoas tendem a aceitar e compartilhar a desinformação, que parece muitas vezes obviamente manipulada, porque elas se alinham com suas visões de mundo, ideologias e preconceitos pessoais, conforme Hartwig (2023). Isso explica por que a desinformação pode se espalhar rapidamente e ser amplamente aceita sem uma análise crítica.

D’Ancona (2018) e Silva (2023) afirmam que o uso da desinformação se tornou uma estratégia poderosa para alcançar poder político na era da pós-verdade. Políticos populistas e de extrema direita, como Bolsonaro e Trump, utilizaram desinformação e manipulação emocional para vencer eleições. Eles compreendem que as pessoas preferem informações que confirmem suas crenças e valores, então espalham mentiras que ressoam essas crenças. A tática visa gerar medo, incitar raiva e aumentar a polarização, conquistando assim o apoio daqueles que compartilham dessas emoções e opiniões.

O Laboratório de Pesquisa em Internet e Redes Sociais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (NetLab/UFRJ) lançou um relatório que explica a atuação do chamado eixo da desinformação durante a crise climática no Rio Grande do Sul (RS), em 2024. O eixo da desinformação é um conceito que descreve a rede organizada e sistemática de disseminação de informações manipuladas, particularmente orquestrada por influenciadores e políticos extremistas. No documento citado (Arantes; Smaili; Minhoto, 2024), fica claro que essa rede não se trata apenas de indivíduos isolados espalhando

conteúdos enganosos, mas sim de uma ação coordenada envolvendo várias figuras influentes que promovem narrativas manipuladas para atingir objetivos políticos específicos.

Os dados apontam que as narrativas enganosas incluem negação das mudanças climáticas, teorias da conspiração sobre manipulação do clima, versões messiânicas de justiça divina e ataques ao Estado, políticos, governo federal e militares. A narrativa geral promovida pela extrema direita é que apenas civis salvam civis com o apoio de empresários solidários, enquanto os demais agentes públicos, incluindo as Forças Armadas, são retratados como incompetentes, corruptos e mal-intencionados.

Em seu estudo exploratório, Jesus-Silva e Martins (2024) revelam uma rede coordenada de conteúdos manipulados que negam as mudanças climáticas, promovem teorias conspiratórias e deslegitimam o Estado, favorecendo interesses políticos e econômicos durante as enchentes no Rio Grande do Sul (RS), em 2024. Influenciadores e políticos de extrema direita, com apoio do agronegócio, impulsionaram narrativas enganosas em plataformas digitais como *WhatsApp* e *Facebook*, dificultando a resposta à crise e amplificando a polarização. A pesquisa destaca que a desinformação não é aleatória, mas estratégia deliberada para minar a confiança na ciência e no governo, comprometendo a adoção de políticas públicas ambientais eficazes.

Essa estratégia de desinformação visa desacreditar as instituições públicas e científicas, criando uma percepção de que apenas certos grupos privados e específicos são capazes de agir no interesse do povo. Ao envolver influenciadores e políticos extremistas, o eixo da desinformação se fortalece, utilizando plataformas de mídias sociais para espalhar suas narrativas de maneira eficaz e ampla. Assim, o conceito de eixo da desinformação encapsula a ideia de uma operação organizada e deliberada para influenciar a opinião pública e distorcer a realidade mediante mentiras sistemáticas.

É possível afirmar que o sucesso da extrema direita brasileira na disseminação de desinformação está relacionado à sua compreensão eficaz de como funciona a comunicação digital. O estudo *Pulso da Desinformação* (Dias, 2023) demonstra que a extrema direita não apenas publicou mais conteúdo em comparação com outros segmentos políticos, mas também gerou significativamente mais engajamento no cenário das eleições presidenciais brasileiras de 2022. Isso sugere que eles desenvolveram estratégias eficientes para capturar a atenção e interagir com o público nas plataformas digitais.

O estudo revela que a extrema direita tem mostrado uma capacidade notável para utilizar as características virais das plataformas digitais, promovendo conteúdo que provoca reações emocionais fortes, o que aumenta a visibilidade e o compartilhamento de suas postagens. Além disso, o uso de várias plataformas para disseminar suas mensagens permite alcançar um público mais amplo e diversificado.

Outro fator importante é a criação de uma rede coordenada de influenciadores e políticos que trabalham juntos para espalhar narrativas específicas. Esta coordenação permite uma amplificação eficaz das mensagens, maximizando o impacto na opinião pública. A abordagem da *firehose of falsehood*³ (mangueira de falsidades), onde um excesso de informações manipuladas é lançado rapidamente, dificulta a verificação e a resposta a essas mentiras, tornando a desinformação mais difícil de combater (Fitzgerald; Santini; Salles, 2022). Portanto, a combinação de estratégias de comunicação sofisticadas, uso coordenado de influenciadores e a exploração das características virais das plataformas digitais contribuem para o sucesso da extrema direita na disseminação de desinformação.

A pesquisa também revela que esses esforços não se limitam a períodos eleitorais, mas são parte de uma estratégia contínua para moldar a opinião pública e corroer a confiança nas instituições democráticas. Influenciadores e políticos extremistas, principalmente de partidos como PL e União Brasil, desempenharam papéis cruciais nessa rede de desinformação, ajudando a propagar teorias da conspiração e a minar a credibilidade do processo eleitoral.

Para compreender a eficácia das notícias fraudulentas como ferramenta eleitoral, é essencial considerar que elas se espalham significativamente mais rápido do que as notícias verdadeiras. Esta propagação acelerada amplia o impacto das informações enganosas, tornando-as uma ferramenta poderosa para influenciar a opinião pública e moldar resultados eleitorais.

Os dados mostram que o diferencial na disseminação de desinformação não está apenas nos algoritmos ou tecnologias, mas principalmente nas pessoas envolvidas. Embora *softwares* e estratégias digitais tenham papel importante e permitam manipulações sem precedentes, como na *Cambridge Analytica*⁴, o fator humano é crucial. Schradie (2019) argumenta que

³ O conceito de *firehose of falsehood* foi formulado para descrever estratégias de propaganda que combinam grande volume, alta velocidade, repetição constante e baixa preocupação com a coerência interna das mensagens. Em vez de sustentar uma narrativa única e consistente, esses atores disseminam simultaneamente múltiplas versões manipuladas de um mesmo fato, tornando inviável a checagem em tempo real e fazendo com que, mesmo após desmentidos, parte do conteúdo enganoso permaneça circulando no debate público.

⁴ A *Cambridge Analytica* foi uma empresa de consultoria política que se tornou um caso paradigmático do uso de dados pessoais em campanhas eleitorais. A partir da coleta massiva e não transparente de informações de

organizações mais à direita têm três vantagens principais sobre seus rivais: são mais hierarquizadas, dispõem de mais recursos financeiros e utilizam mensagens simplificadas que são altamente eficazes para seus públicos. A autora conclui em seu estudo que a disseminação de desinformação é menos eficiente em grupos de características mais horizontalizadas e baseados em trabalho voluntário, comuns na esquerda. Schradie (2019) se refere ao uso da internet em geral, não apenas à desinformação.

Albuquerque e Rodas (2023) observam que as *big techs* têm demonstrado uma fiscalização insuficiente ou leniente de suas plataformas digitais. Esse cenário permitiu que grupos políticos e ideológicos utilizassem essas plataformas para disseminar informações manipuladas com o objetivo de impactar a democracia e avançar suas agendas políticas. A propagação de desinformação resultante interfere na produção de conhecimento e distorce a percepção da realidade para aqueles que dependem das mídias sociais como sua principal fonte de informação.

Além disso, Albuquerque e Rodas (2023) ressaltam que atores e organizações da extrema direita têm explorado essas mídias sociais de maneira estratégica para manipular a esfera pública e controlar os fluxos de informação. Embora esse fenômeno não seja inteiramente novo, já que táticas semelhantes foram empregadas pelos fascistas com os meios de comunicação de massa e a propaganda antes da Segunda Guerra Mundial, conforme Adorno (2020), a estrutura das mídias sociais hoje oferece um novo e poderoso potencial para influenciar o sistema político e produzir distorções significativas na esfera pública.

Em outras palavras, a complacência das *big techs* permite que grupos extremistas manipulem informações nas redes sociais digitais, minando a confiança pública e distorcendo a percepção da realidade. Isso não apenas ameaça a integridade do processo democrático, mas também ecoa táticas históricas de propaganda, agora amplificadas pelo alcance e pela velocidade das mídias sociais modernas.

milhões de perfis no *Facebook*, combinada a técnicas de perfilização psicográfica e *microtargeting*, a empresa desenvolveu estratégias de segmentação extremamente finas para influenciar comportamentos políticos em processos como o Brexit e as eleições norte-americanas de 2016. O episódio é frequentemente citado como exemplo dos novos patamares de vigilância, manipulação e opacidade possibilitados pela articulação entre plataformas digitais, mineração de dados e marketing político algorítmico.

Plataformas digitais e a extrema direita: tensionando conexões desinformativas

A passagem da Internet de uma lógica estatal para uma lógica econômica teve como um de seus momentos decisivos a liberalização e reestruturação da indústria das telecomunicações na década de 1990, que deu origem ao projeto *Global Informational Infrastructure (GII)*. Essa transição envolveu a mudança da organização da internet de uma lógica estatal-militar-acadêmica para uma lógica acadêmico-mercantil, a partir da privatização geral desde a metade da década de 1990 (Bolaño; Vieira, 2014).

A privatização da internet impactou o modelo de regulação ao passar de uma economia pública, centrada no investimento estatal, para uma economia de mercado, com diferentes modalidades de mercantilização. Além disso, houve a reestruturação capitalista e a manutenção da hegemonia estadunidense nas relações internacionais no campo econômico.

Destaca-se que a aliança entre as *big techs* e o governo de Donald Trump, estabelecida em 2025, com sua posse, constitui um ponto crítico na análise do impacto da tecnologia na política contemporânea. Segundo o cientista político Guilherme Casarões (DiP *et al.*, 2025), essa relação inédita entre líderes empresariais, como Elon Musk, Mark Zuckerberg e Jeff Bezos, e o governo dos Estados Unidos revela uma convergência de interesses que pode afetar negativamente a democracia. A presença de representantes dessas empresas no governo e a nomeação de Musk para o Departamento de Eficiência Governamental, por exemplo, ilustram como as corporações podem interagir diretamente com o poder político para moldar as políticas públicas em seu favor. Casarões (DiP *et al.*, 2025) alerta para o risco de que essa aliança não apenas amplifique as já profundas desigualdades sociais e econômicas, mas também enfraqueça o Estado democrático de direito, ao transformar as grandes plataformas digitais em instrumentos de controle político e social.

A partir disso, o presente artigo também destaca que as *big techs* têm se tornado atores políticos poderosos, capazes de influenciar eleições e moldar as narrativas dominantes, muitas vezes em detrimento da verdade e da transparência. Em vez de atuarem como meros intermediários da informação, essas empresas se configuram como novos centros de poder que exercem controle crescente sobre as narrativas públicas, alinhados a interesses políticos que podem comprometer a pluralidade democrática. Este fenômeno, amplificado pela centralização da informação nas mãos de poucos, requer uma reflexão crítica sobre as

implicações da concentração de poder digital e os desafios impostos à governança democrática no século XXI.

Uma contribuição importante para adensar o enquadramento deste artigo vem do trabalho de Frias (2021), que discute como a combinação entre inteligência artificial, desinformação e populismo digital vem reconfigurando o espaço público. A autora mostra que os processos de desinformação acionados pela lógica algorítmica das plataformas, aquilo que ela denomina “nova ordem econômica”, torna-se central de um capitalismo de plataforma que depende de manter os usuários confinados em bolhas e câmaras de eco. Nesse arranjo, a customização extrema dos *feeds* e o uso intensivo de dados pessoais produzem ambientes em que posições pouco abertas ao diálogo crítico tendem a se reforçar, multiplicando intolerância, ódio e polarização, ao mesmo tempo em que alimentam o ciberpopulismo de extrema direita.

Frias (2021) argumenta que essa engrenagem técnico-empresarial fragiliza a “verdade factual” ao embaralhar, na prática, os limites entre fato, opinião e propaganda política – da guerra do Iraque aos escândalos da *Cambridge Analytica* e às campanhas digitais recentes no Brasil, em que desinformação e *microtargeting* se tornaram rotina eleitoral. A leitura que ela propõe converge com a EPD trabalhada neste artigo, ao mostrar que não se trata apenas de lidar com conteúdos enganosos, mas com uma simbiose estrutural entre modelo de negócio, arquitetura algorítmica e projetos políticos da extrema direita: as plataformas monetizam o engajamento, a desinformação fornece o combustível emocional e o ciberpopulismo organiza esse material em narrativas que deslegitimam instituições, corroem o espaço público democrático e naturalizam a polarização como método de governo.

Embora se apresentem publicamente como defensoras da “liberdade de expressão” e reiterem um suposto compromisso com a imparcialidade, as *big techs* têm atuado de forma seletiva em contextos políticos concretos. Um episódio recente no Brasil ilustra essa contradição: em 30 de maio de 2025, representantes de empresas como Meta e Google participaram do 2º Seminário Nacional de Comunicação do Partido Liberal (PL), em Fortaleza, evento voltado, entre outros objetivos, a treinar participantes para fortalecer a imagem do partido nas redes sociais (Vieira, 2025). Ao patrocinarem, apoiarem ou simplesmente comparecerem a espaços com posicionamento político explícito, essas corporações tensionam a própria narrativa de neutralidade e se aproximam, na prática, de projetos situados no espectro da direita radical. Esse tipo de engajamento evidencia que as plataformas não apenas operam como infraestruturas técnicas da circulação informacional,

mas também como atores ideológicos que intervêm na disputa de sentidos e na correlação de forças no interior da esfera pública digital. Esse exemplo reforça o argumento de que a EPC não é apenas um problema de modelo de negócio, mas envolve alinhamentos ideológicos e decisões políticas que impactam diretamente a qualidade da democracia.

A relação entre as *big techs* e a ascensão da extrema direita na contemporaneidade evidencia um fenômeno complexo, que combina interesses políticos, econômicos e tecnológicos em uma dinâmica de amplificação do radicalismo digital. Como aponta Wagner (2024) e Lara, Passos e Cruz (2023), as redes sociais digitais não apenas facilitam a disseminação de discursos extremistas, mas também desempenham papel ativo na radicalização política, ao fornecerem um ambiente no qual a polarização se torna uma estratégia de engajamento e monetização. A estrutura algorítmica dessas plataformas, baseada na maximização do tempo de permanência dos usuários e na priorização de conteúdos altamente engajadores, favorece a difusão de narrativas sensacionalistas e antidemocráticas, contribuindo para a erosão da esfera pública e a deslegitimação de instituições democráticas.

A análise da reconfiguração do *Twitter* (atual *X*), sob a gestão de Elon Musk, exemplifica esse fenômeno. Segundo Castañeda (2025), a plataforma passou por uma transformação estrutural que favoreceu discursos da extrema direita, ao flexibilizar políticas de moderação de conteúdo e reabilitar perfis anteriormente banidos por disseminação de desinformação e discurso de ódio. Essa mudança, justificada sob o argumento da defesa da “liberdade de expressão”, na realidade, resultou na proliferação de discursos extremistas e no enfraquecimento de barreiras contra a manipulação informacional. O conceito de colonialismo digital, desenvolvido por autores como Couldry e Mejias (2019) e Mejias e Couldry (2019), ajuda a compreender essa dinâmica, pois evidencia como as *big techs* exercem um controle assimétrico sobre a informação, determinando não apenas o que é amplificado, mas também quem tem voz no espaço público.

O papel dos algoritmos na disseminação da desinformação e na radicalização política é um dos aspectos centrais desse debate. De acordo com Silva e Américo (2025), os sistemas algorítmicos operam como verdadeiras “fábricas de *fake News*”, promovendo bolhas informacionais e criando um ambiente propício à alienação política. Esse fenômeno está diretamente ligado ao modelo de negócio das plataformas, que lucram com o engajamento gerado pela controvérsia e pela indignação. Como argumenta Zuboff (2019), o capitalismo de vigilância se baseia na coleta massiva de dados para prever e influenciar o comportamento

dos usuários, criando um ecossistema no qual a radicalização se torna um ativo. Dessa forma, as *big techs* não são espaços neutros de comunicação, mas sim agentes que moldam o debate público de acordo com seus interesses comerciais e, muitas vezes, em sintonia com projetos políticos autoritários.

A convergência entre as *big techs* e a extrema direita não se dá apenas no nível da amplificação de discursos, mas também na construção de redes de influência que consolidam esse poder. O financiamento de campanhas políticas por meio de publicidade programática, a disseminação direcionada de desinformação e a manipulação algorítmica das interações digitais formam um ecossistema no qual a extrema direita encontra suporte material e simbólico para sua ascensão. Como demonstram estudos sobre ciberdemocracia (Dutra, Oliveira Junior; 2018; Siqueira; Moreira, 2023), as plataformas digitais não apenas refletem dinâmicas políticas existentes, mas também as reconfiguram, criando novas formas de poder e dominação.

As plataformas digitais, ao oferecerem serviços gratuitos aos usuários para atrair e manter sua atenção, podem ser espaços propícios para a disseminação de desinformação. Isso ocorre devido à capacidade de rastreamento, armazenamento e manipulação de informações sem precedentes, o que facilita a propagação de conteúdos enganosos. A produção da mercadoria audiência pelas empresas de internet, que se baseia na coleta de dados dos usuários para fins publicitários, pode incentivar a viralização de informações falsas ou tendenciosas que gerem engajamento e cliques, sem necessariamente priorizar a veracidade ou qualidade da informação. A competição entre empresas que oferecem plataformas, como Google e Facebook, pode intensificar a busca por estratégias que aumentem a captação da subjetividade coletiva dos usuários, o que pode incluir a disseminação de conteúdos sensacionalistas ou desinformativos para manter a atenção do público (Zuboff, 2019; Morozov, 2018; Fisher, 2023).

A partir da perspectiva da Economia Política da Comunicação, postulo que a desinformação consiste em uma expressão da disputa política que se desenvolve centralmente a partir de uma nova estrutura de mediação social em torno da internet plataformizada, afeita à etapa atual do capitalismo, marcada por crises constantes. Em meio a elas, há, por um lado, o aprofundamento do neoliberalismo e, por outro, reações de questionamento a esse projeto, à direita e à esquerda. Nessa disputa, a desinformação emerge como uma estratégia orientada à obtenção de ganhos políticos e econômicos (Martins, 2024b).

Como propunha Martins (2024b), a desinformação não é um fenômeno isolado, mas está intrinsecamente ligada às dinâmicas econômicas e políticas do capitalismo contemporâneo. Ela reflete e exacerba as crises e contradições do neoliberalismo ao mesmo tempo em que serve como uma ferramenta para atores políticos que buscam capitalizar sobre essas tensões para avançar suas agendas.

As plataformas digitais, centrais para a mediação social contemporânea, desempenham um papel crucial na disseminação de desinformação. Elas facilitam a rápida propagação de informações falsas e teorias da conspiração, influenciando a opinião pública e moldando o debate político, conforme Jesus-Silva (2024). As estruturas econômicas dessas plataformas, muitas vezes baseadas em modelos de negócios que lucram com o engajamento dos usuários, também incentivam a circulação de conteúdos sensacionalistas e polarizadores, amplificando o impacto da desinformação.

Martins (2024b) argumenta que a tecnologia deve ser politizada e entendida como um produto do conhecimento humano, mas em um contexto em que esse conhecimento é progressivamente absorvido pelo capitalismo. Isso significa que, embora a tecnologia surja das capacidades e inovações humanas, ela é frequentemente moldada para atender principalmente às demandas capitalistas. A autora sugere a necessidade de superar o tecnodeterminismo, a ideia de que a tecnologia se desenvolve de forma autônoma e neutra, sem influência social ou política. Em vez disso, é defendido que a tecnologia não é neutra e está intimamente ligada aos interesses econômicos e políticos predominantes.

Além disso, com base nos dados da pesquisa “Ataques à imprensa”, do NetLab (Globo, 2023), é argumentado que as plataformas digitais estão sendo coniventes com campanhas orquestradas por grupos de extrema direita que atacam a imprensa nas redes sociais digitais e deveriam ser responsabilizadas por isso. Outra pesquisa do NetLab (Couto, 2023) relata que o conglomerado de tecnologia Meta, controlador do Facebook e do Instagram, permitiu a veiculação de pelo menos 185 anúncios com teor golpista em suas plataformas entre novembro de 2022 e janeiro de 2023. Esses anúncios foram autorizados tanto antes quanto depois da invasão aos três Poderes em Brasília, sugerindo uma falta de controle efetivo sobre conteúdos que promovem desinformação e incitam ações antidemocráticas. Entre os anunciantes estão figuras como o deputado estadual Tenente

Coronel Zucco (Republicanos) e a página do Coronel Marcos Koury, ambos ligados à extrema direita.

Os dados apresentados sugerem duas questões importantes sobre o papel das plataformas digitais e o uso da tecnologia na disseminação de desinformação, especialmente por grupos de extrema direita. Em primeiro lugar, as plataformas como *Facebook* e *Instagram* estão permitindo a veiculação de anúncios com teor golpista e desinformativo. Isso aponta para uma falta de regulamentação e controle efetivo sobre os conteúdos disseminados em suas redes, implicando que essas plataformas contribuem para a perpetuação de campanhas de desinformação, seja por negligência ou por falta de ação adequada.

Em segundo lugar, grupos de extrema direita utilizam as plataformas digitais de maneira estratégica para atacar a imprensa e promover agendas antidemocráticas. A pesquisa do NetLab demonstra que esses grupos são bem financiados e organizados, utilizando as plataformas para influenciar a opinião pública e deslegitimar instituições democráticas. Esse uso estratégico das redes sociais digitais evidencia uma ameaça significativa à integridade do processo democrático e à esfera pública.

Além disso, a disseminação de desinformação através dessas plataformas distorce a percepção pública e pode incitar ações antidemocráticas, como observado com a veiculação de anúncios golpistas durante períodos sensíveis, incluindo antes e depois da invasão aos três Poderes em Brasília. Este cenário sublinha a necessidade de responsabilizar as empresas de tecnologia pelas consequências de permitir a disseminação de conteúdos desinformativos. É necessário questionar o modelo de negócio dessas plataformas, que frequentemente prioriza o engajamento e os lucros em detrimento da veracidade e qualidade da informação compartilhada.

O presente artigo aponta que a retroalimentação da economia política da desinformação é intensificada pelo modelo de negócio adotado pelas plataformas digitais, especialmente através da publicidade programática. Segundo Santos Junior (2024), a publicidade programática é um modelo automatizado que permite a compra e a venda de espaços publicitários em tempo real por meio de plataformas digitais. Esse sistema facilita o financiamento da desinformação, sendo utilizado por empresas como Google e MGID.

Os produtores de desinformação aproveitam esse ambiente para atrair usuários com conteúdos sensacionalistas e controversos. Os algoritmos de recomendação das plataformas digitais desempenham papel crucial nesse processo, direcionando os usuários para conteúdos

baseados em seus interesses e comportamentos passados. Isso amplifica a desinformação, uma vez que os algoritmos tendem a recomendar conteúdos polarizadores e sensacionalistas, que geram maior engajamento e mantêm os usuários nas plataformas por mais tempo.

A combinação da publicidade programática, a economia de atenção⁵ e os algoritmos de recomendação criam um ciclo de retroalimentação. Nesse ciclo, a desinformação é promovida para atrair a atenção do público, os algoritmos recomendam conteúdos polarizadores para aumentar o engajamento e a publicidade programática gera receita com esse aumento de engajamento. Esse ciclo perpetua a disseminação da desinformação, beneficiando financeiramente tanto os produtores de desinformação quanto as plataformas digitais que hospedam esses conteúdos.

Considerações finais

Ao longo do presente artigo, evidenciou-se que a extrema direita tem utilizado as plataformas digitais como meio de comunicação e mobilização com o objetivo de controlar a narrativa e influenciar a opinião pública por meio da disseminação de mensagens ideológicas e falsas. Esses grupos se aproveitam das lacunas na regulação e na transparência das plataformas digitais para promover suas agendas políticas, impactando diretamente os processos eleitorais ao distorcer a percepção dos eleitores e influenciar os resultados.

A interseção entre a economia política da desinformação e a atuação da extrema direita nas plataformas digitais destaca a complexidade das relações entre poder, economia e informação na era digital. É crucial reconhecer que a desinformação não é apenas um subproduto das interações digitais, mas uma estratégia deliberada empregada para manipular a opinião pública e fortalecer determinadas ideologias.

O modelo de negócio das plataformas digitais, baseado na publicidade programática e na economia de atenção, facilita e intensifica a disseminação de desinformação. A publicidade programática, por sua natureza automatizada e em tempo real, permite que espaços publicitários sejam comprados e vendidos de maneira que favorece a propagação de

⁵ O conceito de economia de atenção parte da ideia de que, em contextos de abundância informacional, o recurso escasso não é mais a informação, mas a atenção dos usuários. Plataformas e anunciantes disputam esse recurso limitado por meio de mecanismos de captura e retenção do olhar, do tempo e do engajamento, convertendo cliques, visualizações e interações em valor econômico. Nesse modelo, conteúdos mais chocantes, emocionais ou polarizadores tendem a ser privilegiados, pois geram maior tempo de permanência e interação, alimentando tanto a lógica algorítmica quanto a extração de renda publicitária.

conteúdos sensacionalistas e polarizadores, os quais geram maior engajamento e, conseqüentemente, maiores lucros.

Os algoritmos de recomendação desempenham papel crucial nesse processo, amplificando a desinformação ao direcionar os usuários para conteúdos baseados em seus interesses e comportamentos passados. Isso cria um ciclo de retroalimentação, onde a desinformação é promovida para atrair a atenção do público, os algoritmos recomendam conteúdos polarizadores para aumentar o engajamento e a publicidade programática gera receita com esse aumento de engajamento. Esse ciclo perpetua a disseminação da desinformação, beneficiando financeiramente tanto os produtores de desinformação quanto as plataformas digitais que hospedam esses conteúdos.

Diante desse cenário, torna-se imperativo avançar no debate sobre regulação das *big techs* e suas responsabilidades na manutenção da ordem democrática. A necessidade de maior transparência nos algoritmos, de políticas eficazes de moderação de conteúdo e da limitação da exploração comercial dos dados dos usuários são medidas fundamentais para mitigar os impactos negativos da radicalização digital. A ausência de mecanismos regulatórios eficazes permite que essas plataformas continuem operando de maneira opaca, favorecendo interesses políticos específicos e perpetuando desigualdades informacionais. Como demonstram os recentes casos de interferência eleitoral e mobilizações antidemocráticas organizadas via redes sociais digitais, o impacto das *big techs* na política global não pode ser subestimado.

Assim, compreender a relação entre as *big techs* e a extrema direita exige uma abordagem multidisciplinar, que leve em conta não apenas os aspectos tecnológicos, mas também os econômicos, políticos e sociais dessa dinâmica. A ascensão de movimentos extremistas no ambiente digital não é um fenômeno isolado, mas resultado de um sistema estruturado para monetizar a polarização e reforçar relações de poder assimétricas. Portanto, o enfrentamento desse desafio requer tanto ações institucionais quanto um engajamento crítico da sociedade civil, a fim de garantir que o espaço público digital não seja capturado por interesses antidemocráticos.

Referências

- ARENDDT, H. **Verdade e política**. Nova York: The New Yorker Magazine, 1967a.
- ARENDDT, H. **Verdade e política**. São Paulo: USP, 1967b.
- ADORNO, T. W. **Aspectos do novo radicalismo de direita**. São Paulo: Editora Unesp, 2020.
- ALBUQUERQUE, J. P. S.; RODAS, C. M. Redes sociales, desinformación y la distorsión de la esfera pública por la extrema derecha. **EDICIC**, [S. l.], v. 3, n. 3, p. 1-15, 2023.
- ALENCAR, M. T. Publicidade das big techs sob o olhar crítico da Economia Política da Desinformação. **Lumina**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 76-91, 2023.
- ARANTES, P.; SMAILI, S.; MINHOTO, M. A. Desinformação é arma política em meio à tragédia climática. **Folha de S. Paulo**, 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/sou-ciencia/2024/06/desinformacao-e-arma-politica-em-meio-a-tragedia-climatica.shtml>. Acesso em: jun. 2024.
- AUDI, A. Brasil Paralelo gastou R\$ 300 mil em anúncios contra Maria da Penha. **Agência Pública**, 19 dez. 2024a. Disponível em: <https://apublica.org/nota/brasil-paralelo-gastou-r-300-mil-em-anuncios-contramaria-da-penha/#:~:text=%C3%89%20o%20maior%20resultado%20entre,at%C3%A9%20a%20publica%C3%A7%C3%A3o%20desta%20reportagem.&text=N%C3%A3o%20%C3%A9%20todo%20mundo%20que,para%20contato@apublica.org>. Acesso em: 5 dez. 2025.
- AUDI, A. Brasil Paralelo mira geografia e ciências sociais após curso que desinforma sobre história. **Agência Pública**, 18 jun. 2024b. Disponível em: <https://apublica.org/nota/brasil-paralelo-mira-geografia-e-ciencias-sociais-apos-curso-que-desinforma-sobre-historia/>. Acesso em: 5 dez. 2025.
- BARRETO JUNIOR, I. F.; VENTURI JUNIOR, G. Fake news em imagens: um esforço de compreensão da estratégia comunicacional exitosa na eleição presidencial brasileira de 2018. **Debates**, v. 14, n. 1, p. 4-35, 2020.
- BARROS, L. O. Conceitos e desdobramentos da desinformação: por que a mentira deliberada é antagônica à democracia. **Anais do 18º Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura (Epecom)**, Sorocaba: 2025, p. 339-409.
- BENNETT, L.; LIVINGSTON, S. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018.
- BENKLER, Y; FARIS, R; ROBERTS, H. **Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- BOLAÑO, C. R. S.; VIEIRA, E. Economia Política da Internet e os sites de redes sociais. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, v. 16, n. 2, p. 71-84, 2014.

BONSANTO, A. Narrativas “historiográfico-midiáticas” na era da pós-verdade: Brasil Paralelo e o revisionismo histórico para além das fake news. **Liinc em Revista**, v. 17, n. 1, 2021. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5631>. Acesso em: 5 dez. 2025.

CAMPOS, A. Mantido o veto à criminalização da disseminação de fake news no processo eleitoral. **Rádio Senado**, 2024. Disponível em: [https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2024/05/28/mantido-o-veto-a-criminalizacao-da-disseminacao-de-fake-news-no-processo-eleitoral#:~:text=Os%20parlamentares%20mantiveram%20o%20veto.\(Vet%2046%2F2021\)](https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2024/05/28/mantido-o-veto-a-criminalizacao-da-disseminacao-de-fake-news-no-processo-eleitoral#:~:text=Os%20parlamentares%20mantiveram%20o%20veto.(Vet%2046%2F2021)). Acesso em: jun. 2024.

CASTAÑEDA, M. Do Twitter pro X: colonialismo digital a partir da gestão Musk. **Convergência Crítica**, v. 1, n. 21, 2025.

CÁSSIO, F. Escolas, mesmo privadas, não são lugar da Brasil Paralelo. **Intercept Brasil**, 29 nov. 2024. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2024/11/29/escolas-mesmo-privadas-nao-sao-lugar-da-brasil-paralelo/>. Acesso em: 5 dez. 2025.

COUTO, M. Facebook e Instagram autorizam ao menos 185 anúncios com teor golpista, mostra levantamento. **Globo**, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2023/02/facebook-e-instagram-autoriza-m-ao-menos-185-anuncios-com-teor-golpista-mostra-levantamento.ghtml>. Acesso em: jun. 2024.

COULDRY, N.; MEJIAS. The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.

D’ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DIAS, T.; MOTORYN, P. Brasil Paralelo: programas que capta ‘mecenias’ para combater a esquerda já chegou a 284 escolas e ONGs. **Intercept Brasil**, 27 nov. 2024. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2024/11/27/brasil-paralelo-mecenas-escolas-ongs/>. Acesso em: 5 dez. 2025.

DIAS, T. Extrema direita foi muito mais eficiente na comunicação do que a esquerda nas eleições, diz estudo. **The Intercept Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/04/12/extrema-direita-mais-eficaz-na-comunicacao-nas-eleicoes/>. Acesso em: jun. 2024.

DIP, A.; JARDIM, C.; DIOGO, S.; TERTO, R.; LIMA, A. A. Trump e a posse dos techno brothers. **A Pública**, 2025. Disponível em: <https://apublica.org/2025/01/os-donos-das-big-tech-e-trump-estao-alinhados-de-forma-inedita-alerta-guilherme-casaroos/>. Acesso em: fev. 2025.

DUTRA, Deo Campos; OLIVEIRA JUNIOR, Eduardo F. de. Ciberdemocracia: a Internet como ágora digital. **Revista de Direitos Humanos e Democracia**, v. 6, n. 11, p. 134-166, 2018.

EVANGELISTA, R.; BRUNO, F. WhatsApp and political instability in Brazil: Targeted messages and political radicalisation. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, 2019.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. 2ª ed. Brasília: Editora UnB, 2019.

FISHER, M. **A máquina do caos**: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

FITZGERALD, J.; SANTINI, R. M.; SALLES, D. Disinformation and the 2022 Brazilian General Elections: The First Round Vote. **Vox Pol**, 2022. Disponível em: <https://voxpath.eu/disinformation-and-the-2022-brazilian-general-elections-the-first-round-vote/>. Acesso em: jun. 2024.

FRIAS, E. S. Artificial intelligence, disinformation and digital populismo: How digital platforms drive far right movements. **Razón y Palabra**, v. 25, n. 112, 2021, p. 12-31. Disponível em: <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1854/1621>. Acesso em: 5 dez. 2025.

GRANJEIA, J. Brasil Paralelo: quem financia a produtora que milita contra o direito ao aborto. **Brasil de Fato**, 17 jul. 2024. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/07/17/brasil-paralelo-quem-financia-a-produtora-que-milita-contra-o-direito-ao-aborto/>. Acesso em: 5 dez. 2025.

GLOBO. Plataformas digitais são coniventes com desinformação da extrema direita. **O Globo**, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/opiniao/editorial/coluna/2023/03/plataformas-digitais-sao-coniventes-com-desinformacao-da-extrema-direita.ghtml>. Acesso em: jun. 2024.

HARTWIG, E. M. **A desinformação climática e seus impactos na democracia ambiental**. Dissertação (mestrado) – Universidade do Rio dos Sinos, Faculdade de Direito, Programa de Pós-graduação em Direito, São Leopoldo, 2023.

HENN, R. A desinformação como estratégia da extrema direita: a rearticulação dos memes do fascismo. **Textual Virtual**, v. 5, p. 2, 2023. Disponível em: <https://www.sinprors.org.br/comunicacao/noticias/textual-virtual-traz-artigo-sobre-fake-news-memes-e-fascismo/>. Acesso em: 5 dez. 2025.

HIRST, M. **Towards a political economy of fake news**. *The Political Economy of Communication*, v. 5, n. 2, p. 82-94, 2017.

JERÓNIMO, J. Comunicação na era da desinformação: o crescimento da extrema direita e a iliteracia digital. **The Trends Hub**, v. 1, n. 4, 2024. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/trendshub/article/view/5683>. Acesso em: 5 dez. 2025.

JESUS-SILVA, T. H. Accountability of Digital Platforms in the Brazilian Supreme Court: A Critical Discourse Analysis of Jovem Pans Narrative. **Global Journal of Human-Social Science**, [S. l.], v. 25, n. G6, p. 43-53, 2025a. Disponível em: <https://socialscienceresearch.org/index.php/GJHSS/article/view/104411>. Acesso em: 5 dez. 2025.

JESUS-SILVA, T. H. Desinformação e recirculação: a disseminação de informações sobre o “PL das Fake News” no Instagram sob a ótica da Análise de Discurso Crítica. *In*: JESUS-SILVA, T. H. **Desinformação, educação midiática e plataformas digitais**: perspectivas críticas e experiências no Brasil. Teresina: EDUFPI, 2025, p. 44-66.

JESUS-SILVA, T. H.; MARTINS, H. Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas sobre a crise climática. **Revista Comunicação Midiática**, v. 19, n. 1, p. 11-34, 2025. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/612>. Acesso em: 5 dez. 2025.

JESUS-SILVA, T. H. A Desinformação como Instrumento de Dominação Capitalista. **Interações: Sociedade e as novas modernidades**, [S. l.], n. 46, p. 9-27, 2024a. Disponível em: <https://www.interacoes-ismt.com/index.php/revista/article/view/580>. Acesso em: 5 dez. 2025.

JESUS-SILVA, T. H. Desinformação e economia política nas plataformas digitais. **Lumina**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 117-134, 2024b. Disponível em: <https://periodicos.ujf.br/index.php/lumina/article/view/44963>. Acesso em: 5 dez. 2025.

JESUS-SILVA, T. H.; LIMA, N. C. Tecnologização do ambiente digital como facilitador da propagação da desinformação. **Esferas**, n. 29, 2024. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/14855>. Acesso em: 5 dez. 2025.

LARA, L.; PASSOS, P.; CRUZ, L. R. Colonialismo de dados e os avanços da extrema direita. In: LARA, L.; CRUZ, L. R. PASSOS, P. **Digitalização da vida e produção de subjetividades**. 1ª ed. Florianópolis: ABRAPSO Editora, 2023.

MARTINS, H. A emergência de um projeto alternativo de sociedade e tecnologia. **Le Monde Diplomatic Brasil**, n. 202, 2024a.

MARTINS, H. A desinformação em meio à crise do capitalismo e à configuração de uma nova estrutura de mediação social. **Eco-Pós**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. 330-352, 2024b.

MEJIAS, U.; COULDRY, N. **Colonialismo de dados**: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. **Virtualis**, v. 10, n. 18, p. 78-97, 2019.

MELLO, B.; ALVES, V. Um quarto da bancada eleita do PL mentiu ou insuflou atos golpistas. **O Globo**, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/01/um-quarto-da-bancada-eleita-do-pl-mentiu-ou-insuflou-atos-golpistas.ghtml>. Acesso em: jun. 2024.

MEYER, R. The grim conclusions of the largest-ever study of fake news. **The Atlantic, Boston**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2ukl0a4>. Acesso em: jun. 2024.

MONTEIRO FILHO, J. M. S.; MARTINS, H.; MOURÃO, P. J. C. **República do ódio**: A dinâmica da extrema direita no Whatsapp. Fortaleza: Editora UFC, 2024.

MOROZOV, E. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2019.

MOROZOV, E. Opposing the Exceptionalism of the Algorithm. In: SCHÄFER, M. T.; VAN ES, K. **The datafied society**: Studying cul-ture through data. Amsterdam University Press, 2017.

RECUERO, R.; SOARES, F. B.; VINHAS, O.; VOLCAN, T.; HÜTTNER, L. R. G.; SILVA, V. Bolsonaro and the Far Right: How Disinformation About Covid-19 Circulates on Facebook in Brazil. **International Journal of Communication**, v. 16, p. 148-171, 2022.

RÊGO, A. R.; BARBOSA, M. **A construção intencional da ignorância**: o mercado das informações falsas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

SANTAELLA, L. **De onde vem o poder da mentira?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2021.

SCHRADIE, J. **The revolution that wasn't**: how digital activism favors conservatives. Cambridge: Harvard University Press, 2019.

- SCHILLER, D. **Digital capitalism**: networking the global market system. MIT Press, 2000.
- SEGURADO, R. **Desinformação e democracia**: a guerra contra as fake news. 1ª ed. São Paulo: Hedra, 2021.
- SOUZA, M. F. L.; FREIRE, A. C. Os discursos do canal Brasil Paralelo sobre a Lei Maria da Penha. In: JESUS-SILVA, T. H. **Desinformação, educação midiática e plataformas digitais**: perspectivas críticas e experiências no Brasil. Teresina: EDUFPI, 2025, p. 133-137.
- SILVA, L. S. P.; AMÉRICO, M. Algoritmos: a fábrica de fake news e a engenharia da desinformação. **Caderno Pedagógico**, v. 22, n. 1, p. 1-22, 2025.
- SIQUEIRA, Dirceu Pereira; MOREIRA, Mayume Caires. Ciberdemocracia, construção de identidade e direitos de personalidade. **Revista Lei e Paz**, v. 1, n. 48, p. 302-327, 2023.
- SOARES, F. B.; RECUERO, R.; VOLCAN, T.; FAGUNDES, G.; SODRÉ, G. Research note: Bolsonaro's firehose: How COVID-19 disinformation on WhatsApp was used to fight a government political crisis in Brazil. **Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review**, v. 2, n. 1, 2021.
- SILVA, T. H. **Bolsonaro e a Covid-19**: desmascarando a desinformação. 1ª ed. Teresina: EDUFPI, 2023.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. 9ª ed. São Paulo: Editora Vozes, 2011.
- TÖRNBERG, P. Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. **Plos One**, n. 13, v. 9, 2018.
- VALENTE, J. **Tecnologia, informação e poder**: das plataformas online aos monopólios digitais. Brasília, 2020.
- VEIRA, F. T. C. Efetividade no combate à desinformação no Brasil: o papel da Agência Lupa e o "PL das Fake News". In: JESUS-SILVA, T. H. **Desinformação, educação midiática e plataformas digitais**: perspectivas críticas e experiências no Brasil. Teresina: EDUFPI, 2025, p. 16-42.
- VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, p. 1146-1151, 2018. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 5 dez. 2025.
- YANG, T., MAJÓ-VÁSQUEZ, S.; NIELSEN, R. K.; GONZÁLEZ-BAILÓN, S. Exposure to news grows less fragmented with an increase in mobile access. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, v. 117, n. 46, 2020, p. 28678-28683.
- WAGNER, G. A. **Democracia em algoritmos**: perspectivas sobre ciberdemocracia, big techs e o papel das redes sociais no crescimento da extrema direita contemporânea. 2024. Monografia (Bacharelado em Relações Internacionais) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), Brasília, 2024.
- ZUBOFF, S. **The age of surveillance capitalism**: the fight for a human future at the new frontier of power. Profile Books, 2019.

Recebido em 25/8/2025 | Aceito em 30/10/2025



Esta obra está licenciada
conforme Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional