

Defesa cognitiva e soberania informacional: o papel dos algoritmos na difusão de desinformação no processo eleitoral

Defensa cognitiva y soberanía informacional: el papel de los algoritmos en la difusión de la desinformación en el proceso electoral

Cognitive defense and informational sovereignty: the role of algorithms in the diffusion of disinformation in the electoral process

MÉRCIA ALVES¹, VANESSA MARQUES²

Resumo: O artigo examina o papel dos algoritmos de recomendação das plataformas digitais na amplificação da desinformação durante processos eleitorais, com atenção especial a seus efeitos sobre a vulnerabilidade cognitiva dos cidadãos. A partir do episódio da *fake news* divulgada pelo então candidato à prefeitura de São Paulo Pablo Marçal nas eleições de 2024, à publicação de um atestado médico atribuindo o uso de drogas pelo adversário Guilherme Boulos, discute-se como a arquitetura algorítmica das plataformas favorece a circulação de conteúdos falsos, emocionalmente carregados e de alto potencial viral, contribuindo para a formação de ambientes informacionais assimétricos e de baixa reflexividade crítica. Observa-se, a partir do estudo de caso analisado, que a articulação entre arquitetura algorítmica, apelos emocionais e vulnerabilidades cognitivas conforma um vetor estrutural de ameaça à soberania informacional e à integridade dos processos democráticos.

¹ Doutora em Ciência Política e Pesquisadora do CEBRAP. Email: merciaallves@gmail.com.

² Jornalista e mestre em Comunicação Digital pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP) e também pela Universidade de Valência, na Espanha. Pesquisadora no Grupo de pesquisa Informação Pública e Eleições (IPÊ) da Universidade de Brasília (UNB). Email: marquescastrov@gmail.com.

Palavras-chave: Pablo Marçal; eleições 2024; mídias sociais; arquitetura algorítmica; plataformas digitais.

Resumen: El artículo examina el papel de los algoritmos de recomendación de las plataformas digitales en la amplificación de la desinformación durante los procesos electorales, con especial atención a sus efectos sobre la vulnerabilidad cognitiva de los ciudadanos. A partir del episodio de la *fake news* difundida por el entonces candidato a la alcaldía de São Paulo, Pablo Marçal, en las elecciones de 2024 —relativa a la publicación de un certificado médico que atribuía el consumo de drogas a su adversario Guilherme Boulos—, se analiza cómo la arquitectura algorítmica de las plataformas favorece la circulación de contenidos falsos, emocionalmente cargados y de alto potencial viral, contribuyendo a la conformación de entornos informativos asimétricos y de baja reflexividad crítica. A partir del estudio de caso examinado, se observa que la articulación entre arquitectura algorítmica, apelaciones emocionales y vulnerabilidades cognitivas configura un vector estructural de amenaza para la soberanía informatacional y la integridad de los procesos democráticos.

Palabras clave: Pablo Marçal; elecciones 2024; redes sociales; arquitectura algorítmica; plataformas digitales.

Abstract: This article examines the role of digital platform recommendation algorithms in amplifying disinformation during electoral processes, paying particular attention to their effects on citizens' cognitive vulnerability. Starting with the fake news episode disseminated by then-candidate for mayor of São Paulo, Pablo Marçal, in the 2024 elections, and the publication of a medical certificate attributing drug use to his opponent, Guilherme Boulos, the article discusses how the algorithmic architecture of these platforms favors the circulation of false, emotionally charged content with high viral potential, contributing to the formation of asymmetrical informational environments with low critical reflexivity. The case study analyzed shows that the articulation between algorithmic architecture, emotional appeals, and cognitive vulnerabilities forms a structural vector threatening informational sovereignty and the integrity of democratic processes.

Keywords: Pablo Marçal; 2024 elections; social media; algorithmic architecture; digital platforms.

Introdução

A expansão das mídias digitais transformou profundamente a circulação da informação na esfera pública contemporânea, intensificando a difusão de conteúdos falsos e desinformativos. Embora a desinformação não seja um

fenômeno novo, sua disseminação foi amplificada por plataformas digitais que passaram a ocupar posição central na mediação do debate público e das disputas políticas. Nesse ambiente, algoritmos de recomendação operam como mediadores decisivos ao organizar a visibilidade dos conteúdos segundo métricas de engajamento, favorecendo materiais emocionalmente apelativos e de alto potencial viral (Recuero, 2020; Han, 2017; 2022).

Essa dinâmica relaciona-se diretamente ao modelo econômico das grandes plataformas, fundamentado na extração contínua de dados comportamentais. A lógica da economia da atenção e do capitalismo de vigilância estrutura ecossistemas informacionais nos quais a visibilidade tende a se sobrepor à veracidade, incidindo de forma direta sobre a formação da opinião pública (Cesarino, 2022). Nesse contexto, conteúdos capazes de capturar reações imediatas e afetivas são sistematicamente priorizados, independentemente de seu compromisso com a factualidade.

Casos como os escândalos envolvendo a Cambridge Analytica nas eleições dos Estados Unidos em 2016 e no referendo do Brexit evidenciam como o uso estratégico de dados articulados a sistemas algorítmicos pode influenciar percepções e escolhas políticas em larga escala. Esses episódios revelam que a disputa política contemporânea envolve não apenas a produção de narrativas, mas também o controle das infraestruturas digitais que organizam a circulação da informação e modulam a atenção pública.

É nesse cenário que o artigo investiga o papel dos algoritmos das plataformas digitais na intensificação da vulnerabilidade cognitiva dos cidadãos, articulando os conceitos de defesa cognitiva e soberania informacional. O objetivo é compreender como a arquitetura algorítmica das mídias sociais contribui para a amplificação da desinformação em contextos eleitorais, fragilizando a autonomia do pensamento e a deliberação democrática. Para tanto, analisa-se um episódio ocorrido nas eleições municipais de 2024, envolvendo a divulgação, por Pablo Marçal, de um documento fraudulento atribuído ao adversário Guilherme Boulos.

Do ponto de vista metodológico, adota-se uma abordagem qualitativa e interpretativa, mobilizando o episódio como dispositivo analítico para evidenciar os mecanismos sociotécnicos que condicionam a circulação de conteúdos falsos em ecossistemas digitais mediados por algoritmos. O percurso analítico combina revisão teórica e análise interpretativa, apoiando-se em registros públicos amplamente documentados, como reportagens

jornalísticas e capturas de tela veiculadas no período imediatamente posterior à publicação do material.

A escolha do episódio justifica-se por reunir características centrais dos fluxos contemporâneos de desinformação eleitoral, como forte apelo emocional, estética de verossimilhança, performatividade política e rápida circulação em plataformas digitais. Ao articular teoria e observação empírica, o artigo contribui para o debate sobre defesa cognitiva e soberania informacional no Brasil contemporâneo, sustentando que a amplificação algorítmica da desinformação constitui um vetor estrutural de ameaça à integridade dos processos democráticos.

Algoritmos e a dinâmica da desinformação

As plataformas digitais operam segundo um modelo de negócio baseado na exploração massiva dos dados gerados pelos usuários, viabilizado pela infraestrutura técnica das redes e dos dispositivos conectados (Degryse, 2016 apud Valente, 2019). Nesse modelo, as mídias sociais não se configuram apenas como espaços de interação entre indivíduos, mas como sistemas automatizados que organizam ativamente a visibilidade, a circulação e o engajamento, convertendo a conectividade em recurso econômico e apropriando-se das interações sociais como matéria-prima comercial (Van Dijck, 2013).

Essa perspectiva exige cautela no uso acrítico da noção de “rede social”, que tende a obscurecer os aspectos materiais, econômicos e políticos das plataformas. Como observa D’Andréa (2020), a conectividade online é atravessada por infraestruturas técnicas, interesses corporativos e lógicas de poder que condicionam as formas de interação e circulação de conteúdos.

No campo da comunicação política, essa reconfiguração tem produzido transformações profundas tanto na forma quanto no conteúdo da disputa pública. Observa-se a ascensão de lideranças sustentadas por estratégias discursivas performáticas, centradas na mobilização afetiva, na polarização moral e na teatralização do conflito, em detrimento do debate programático. Esse modelo comunicacional redefine os critérios de visibilidade e legitimidade no espaço público, alinhando-se às lógicas de funcionamento das plataformas digitais.

A compreensão da desinformação em ambientes digitais exige, assim, atenção às formas de organização da circulação dos conteúdos. Como

argumenta Fisher (2023), as plataformas funcionam como vetores estruturais de radicalização e desinformação ao ampliar a projeção de lideranças baseadas em autoridade performativa e visibilidade emocional. A circulação informacional torna-se contínua e modulada por sistemas algorítmicos que definem o que emerge e para quem se torna visível.

Nesse contexto, os sistemas de recomendação assumem papel central como mediadores opacos da visibilidade pública, organizando os fluxos informacionais segundo métricas de engajamento (Fisher, 2023). Inseridos na lógica da economia da atenção, esses sistemas favorecem conteúdos capazes de gerar reações rápidas e emocionais. Como observa Han (2017), a sobrecarga informacional produz fadiga cognitiva e redução da capacidade reflexiva.

Estudos empíricos demonstram que informações falsas tendem a circular mais rapidamente e a alcançar maior difusão do que informações verificadas, justamente por ativarem emoções fortes e oferecerem narrativas simples para eventos complexos (Vosoughi; Roy; Aral, 2018). Esse processo favorece a formação de ambientes informacionais assimétricos e segmentados, descritos como filtros-bolha (Pariser, 2011; 2012) e câmaras de eco (Sunstein, 2017). Assim, a desinformação não constitui um desvio ocasional do ecossistema digital, mas um produto das condições estruturais que organizam a visibilidade e o engajamento em ambientes mediados por algoritmos.

Defesa cognitiva e soberania informacional

A noção de defesa cognitiva emerge em um contexto no qual a informação se converte em recurso estratégico e objeto central de disputa política, econômica e cultural. Diferentemente da segurança da informação, voltada à proteção de dados e infraestruturas tecnológicas, a defesa cognitiva refere-se à preservação da capacidade humana de interpretar, avaliar e agir de forma autônoma diante de fluxos informacionais intensos e mediados por sistemas algorítmicos. Nesses termos, a defesa cognitiva diz respeito à capacidade de indivíduos e coletividades resistirem a estratégias de manipulação informacional, especialmente em ecossistemas organizados pela economia da atenção (Han, 2017) e pela personalização algorítmica (Castells, 2013; Zuboff, 2019). Essa capacidade não depende apenas de atributos individuais, mas de condições estruturais, como alfabetização midiática, consciência crítica sobre o funcionamento dos algoritmos e acesso a fontes informacionais plurais e confiáveis (Pariser, 2011; Sunstein, 2017).

Embora o conceito tenha origem em debates militares, sua incorporação às ciências sociais reflete a centralidade das plataformas digitais na mediação da vida pública contemporânea. Em sociedades saturadas de informação, a exposição contínua a conteúdos emocionalmente competitivos cria condições favoráveis à exploração de vieses cognitivos, tornando a vulnerabilidade cognitiva um fenômeno estrutural.

A defesa cognitiva configura-se, assim, como dimensão estratégica para a proteção do espaço público e da deliberação democrática, envolvendo educação midiática, transparência algorítmica e responsabilização das plataformas. Esse debate conecta-se à noção de soberania informacional, uma vez que a dependência de infraestruturas digitais controladas por corporações transnacionais limita a autonomia dos Estados e desloca o poder informacional para atores privados (Zuboff, 2021).

Diagnósticos clássicos e contemporâneos indicam que ecologias comunicacionais orientadas pelo espetáculo e pelo engajamento emocional fragilizam a reflexão crítica. Em contextos eleitorais, fluxos informacionais distorcidos podem influenciar percepções e orientações de voto, tornando a defesa cognitiva eixo central de políticas públicas.

A partir desse enquadramento, o artigo recorre a um episódio do processo eleitoral de 2024, envolvendo Pablo Marçal e Guilherme Boulos, como recurso interpretativo para evidenciar como a lógica algorítmica, articulada à vulnerabilidade cognitiva e ao apelo emocional das narrativas políticas, cria condições favoráveis à amplificação da desinformação.

Arquitetura algorítmica, amplificação e vulnerabilidade cognitiva

A dinâmica contemporânea da desinformação não pode ser compreendida sem considerar o papel estruturante da arquitetura algorítmica das plataformas digitais. Os sistemas de recomendação organizam os fluxos informacionais com base em métricas de engajamento, priorizando conteúdos capazes de despertar emoções intensas e gerar reações imediatas. Essa lógica decorre de um modelo econômico centrado na extração e monetização de dados comportamentais, que opera como mecanismo central de poder informacional (Zuboff, 2021).

A personalização algorítmica contribui para a formação de ambientes informacionais assimétricos, nos quais a curadoria automatizada tende a restringir a diversidade informacional e a reforçar preferências preexistentes (Pariser, 2011; Sunstein, 2017). Esse ambiente cria condições particularmente

favoráveis à amplificação da desinformação, que opera menos por mentiras diretas e mais por distorções e deslocamentos de contexto (Serrano, 2010).

No campo político, essa dinâmica intensifica a lógica do espetáculo descrita por Debord (1997), transformando a arena pública em espaço performativo. A vulnerabilidade cognitiva resulta da interação entre predisposições humanas e o design algorítmico das plataformas, favorecendo o engajamento emocional em detrimento da reflexão crítica.

A circulação da *fake news* divulgada por Pablo Marçal, analisada neste artigo, deve ser compreendida como expressão de uma ecologia informacional marcada por opacidade algorítmica, estímulos emocionais intensificados e assimetrias de visibilidade. Ainda que a publicação original tenha sido removida, a abordagem adotada privilegia uma leitura qualitativa dos elementos narrativos e das condições estruturais que favoreceram sua disseminação e persistência em redes fechadas.

Amplificação algorítmica e performatividade da desinformação

À luz do quadro teórico apresentado, o episódio aqui mobilizado não deve ser compreendido como um evento isolado, mas como uma expressão situada das dinâmicas sociotécnicas discutidas ao longo do artigo. Retomando o objetivo central da pesquisa, compreender como algoritmos de recomendação intensificam a vulnerabilidade cognitiva dos cidadãos em processos eleitorais, a discussão que se segue recorre à circulação da *fake news* divulgada por Pablo Marçal como recurso ilustrativo, capaz de tornar visíveis os mecanismos de amplificação algorítmica analisados nas seções anteriores. Não se trata de mensurar impactos eleitorais diretos, mas de evidenciar como a combinação entre arquitetura algorítmica, apelo visual e retórica moralizante cria condições particularmente favoráveis à viralização de conteúdos desinformativos.

A circulação da peça revela a articulação entre diferentes dimensões estruturantes: a lógica algorítmica que privilegia conteúdos emocionalmente marcados; a vulnerabilidade cognitiva acionada pela carga moral da acusação e pela estética de verossimilhança do documento fraudado; a performatividade política que transforma a denúncia em espetáculo e reforça a persona pública do candidato; e a dinâmica em rede que prolonga a vida útil da desinformação, sobretudo em ambientes fechados como o WhatsApp. A interação desses elementos permite compreender o caso Marçal–Boulos como uma ilustração paradigmática dos mecanismos de aceleração e difusão discutidos

anteriormente, indicando que, em contextos eleitorais, a desinformação tende a prosperar quando combina apelo emocional, narrativa moralizante e formato visual aparentemente legítimo.

O ambiente informacional no qual a *fake news* se disseminou é central para compreender sua repercussão. Como formulou McLuhan (1962), o meio condiciona a mensagem, e a ecologia comunicacional que envolve a campanha de Pablo Marçal está profundamente ancorada nas lógicas da economia da atenção e do espetáculo político. Nesse contexto, visibilidade, impacto emocional e estética de autenticidade tendem a se sobrepor à veracidade factual. A atuação do empresário e influenciador digital nos debates televisivos e, sobretudo, nas mídias sociais digitais foi marcada por estratégias comunicacionais baseadas na personalização extrema, na manipulação emocional e na criminalização da política como recurso retórico, estratégias que dialogam diretamente com os incentivos algorítmicos das plataformas.

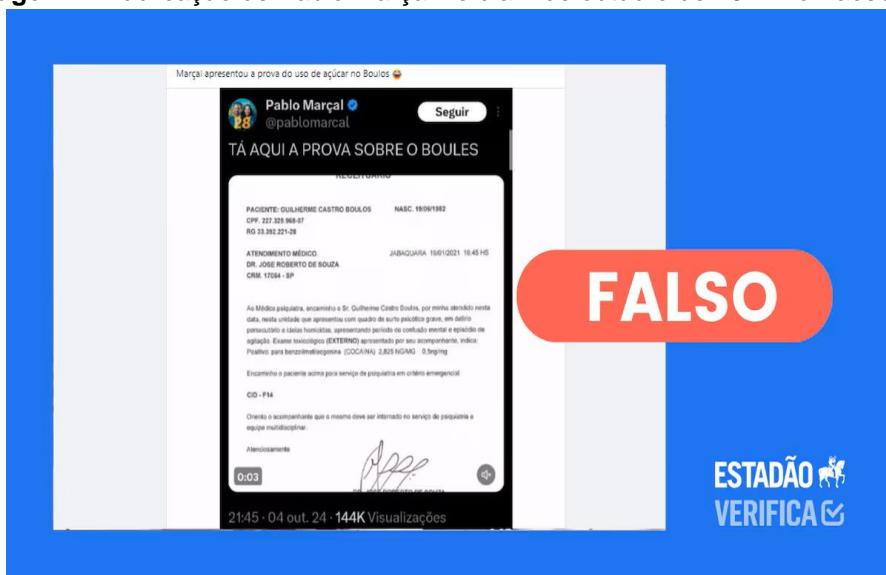
Com uma base expressiva de seguidores nas redes sociais no momento da candidatura, Marçal operava dentro de um ecossistema digital já estruturado para favorecer sua visibilidade. Sua presença constante nas plataformas buscava construir uma imagem “visível e tangível” dos supostos anseios populares, em consonância com o que Schwartemberg (1977) descreve como Estado espetáculo. Essa estratégia comunicacional, que combina performance carismática, ataques pessoais e afirmações de impacto, insere-se nas dinâmicas da pós-verdade, nas quais apelos emocionais tendem a se sobrepor à aderência aos fatos. Assim, o estilo comunicacional do candidato não apenas reforçava sua persona política, mas também se alinhava de maneira eficiente aos mecanismos algorítmicos que amplificam conteúdos moralmente carregados.

Esse enquadramento performativo foi reforçado pelo uso recorrente de linguagem coloquial e acessível, uma escolha estratégica amplamente discutida no campo do marketing e da comunicação digital (Kiso, 2021). A simplicidade expressiva, combinada à repetição de narrativas e à antecipação teatralizada de supostas “provas”, contribuiu para a construção de um ambiente emocional de expectativa e urgência, particularmente propício à viralização. Como observa Schwartemberg (1977), a personalização e a figurativização do poder simplificam conflitos complexos, aproximando-os de percepções cotidianas e afetos morais.

É nesse cenário que, às vésperas da eleição municipal de 2024, em 4 de outubro, Pablo Marçal publicou em suas mídias sociais digitais um documento

falso acusando o adversário Guilherme Boulos (PSOL) de uso de drogas. O episódio seguiu um padrão narrativo recorrente na campanha, baseado em acusações graves apresentadas como revelações bombásticas e acompanhadas da promessa performativa de que “a verdade seria provada”. Posteriormente, a perícia técnica da Polícia Científica de São Paulo confirmou que a assinatura atribuída ao médico José Roberto de Souza era falsa e que o documento havia sido adulterado, evidenciando a natureza fraudulenta da peça e reforçando o caráter desinformativo do episódio.

Imagen 1: Publicação de Pablo Marçal no dia 4 de outubro de 2024 no Facebook



Fonte: Portal O Estado de São Paulo
(<https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/laudo-marcal-boulos-cocaina-falso/?srsltid=AfmBOOrVWnK-P451as0U7gGcNuj1jkzx94pn7PNJj3lZBpc20XBMP1>)

A publicação apresentada na Imagem 1 torna visível, de forma particularmente clara, como elementos visuais e narrativos se articulam à lógica algorítmica das plataformas digitais para favorecer a circulação de conteúdos enganosos. A peça mobilizada por Pablo Marçal condensa três dimensões discutidas ao longo do artigo: o apelo emocional, a estética de autenticidade e a performatividade política. Ao exibir a imagem de um documento supostamente oficial, acompanhada de uma legenda com forte carga moral e acusatória, a postagem aciona vulnerabilidades cognitivas associadas à heurística da credibilidade visual, amplamente explorada na literatura sobre desinformação. A aparência institucional do material, posteriormente comprovada como fraudulenta, produz um efeito imediato de verossimilhança, facilitando a assimilação da mensagem em um ambiente marcado por sobrecarga informacional e decisões cognitivas rápidas.

Nesse sentido, a publicação funciona como um artefato algorítmico altamente eficiente. Conteúdos emocionalmente marcados, especialmente aqueles que evocam indignação, urgência moral ou a sensação de ‘escândalo iminente’, tendem a ser priorizados pelos sistemas de recomendação em razão de seu potencial de engajamento. Ao acusar o adversário de uso de drogas às vésperas da eleição, Marçal aciona precisamente os gatilhos que as plataformas identificam como propulsores de reação: choque moral, ameaça simbólica à integridade do processo político e a promessa implícita de revelação de um fato oculto. Essa combinação reforça a dinâmica descrita por Pariser (2011) e Sunstein (2017), segundo a qual conteúdos moralmente polarizadores circulam com maior intensidade em ambientes informacionais filtrados, impactando percepções públicas antes mesmo de qualquer verificação factual.

A performance política de Marçal, já caracterizada nos parágrafos anteriores como alinhada à lógica do espetáculo e da visibilidade, potencializa ainda mais o efeito da peça. Como indicam Debord (1997) e Schwartemberg (1977), a política espetacular favorece a simplificação narrativa e a personalização do conflito, convertendo disputas programáticas em confrontos dramáticos entre personagens. Nesse contexto, a figura de Marçal, consolidada nas mídias digitais como líder carismático e comunicador direto, opera como vetor de legitimação simbólica do conteúdo entre sua base de seguidores, reforçando dinâmicas de confirmação e o efeito de câmara de eco descrito por Sunstein (2017).

O formato visual da postagem também dialoga diretamente com a economia da atenção analisada por Han (2017). Trata-se de um conteúdo de rápida digestão, visualmente impactante e capaz de produzir resposta imediata. Em ecossistemas informacionais nos quais o excesso de estímulos reduz a capacidade de reflexão crítica, imagens que simulam documentos oficiais tendem a ser interpretadas como verídicas, acionando heurísticas cognitivas de disponibilidade, isto é, a tendência a julgar como verdadeiro aquilo que se apresenta de forma clara, simples e formalmente estruturada. A circulação do conteúdo antes de qualquer checagem oficial reforça, ainda, o argumento de Zuboff (2021) de que as plataformas não apenas distribuem informação, mas orientam interpretações e emoções, funcionando como sistemas de indução comportamental.

A Imagem 1, portanto, cumpre papel central ao ilustrar como a combinação entre arquitetura algorítmica, apelo visual e retórica moralizante cria condições

ideais para a viralização de conteúdos falsos. A peça mobilizada por Marçal evidencia, de maneira concreta, a interação entre vulnerabilidade cognitiva e performatividade política, demonstrando como narrativas fraudulentas podem ganhar tração rápida em ambientes digitais marcados por assimetrias de visibilidade e incentivos algorítmicos centrados no engajamento. Por sua forma e conteúdo, a postagem reúne os elementos que tornam uma *fake news* particularmente eficaz: simplicidade narrativa, carga emocional elevada, aparência institucional e alto potencial de indignação, um conjunto plenamente alinhado aos mecanismos de aceleração e difusão próprios das plataformas digitais.

Imagen 2: Documento publicado pelo candidato Pablo Marçal



Fonte: Portal O Globo

(<https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2024/noticia/2024/10/04/marcal-divulga-suposto-laudo-de-uso-de-cocaina-de-boulos-que-nega-e-vai-pedir-prisao-de-ex-coach.ghtml>)

A Imagem 2, correspondente ao documento falsificado divulgado por Pablo Marçal, permite compreender de forma particularmente clara como a estética documental opera como dispositivo de verossimilhança na circulação de desinformação em ambientes digitais. A aparência gráfica do material, que simula um laudo médico por meio de assinatura, carimbo e linguagem

burocrática, mobiliza o que a literatura tem denominado estética da autenticidade: um recurso discursivo-visual que induz reconhecimento imediato como “prova” em contextos de sobrecarga informacional. Em ecossistemas marcados por velocidade e estímulos incessantes, os usuários tendem a recorrer a heurísticas cognitivas rápidas, interpretando documentos com aparência institucional como verídicos antes mesmo de qualquer processamento analítico mais lento, mecanismo central da vulnerabilidade cognitiva discutida anteriormente.

A eficácia persuasiva da peça também se articula diretamente à lógica algorítmica das plataformas. Conteúdos que combinam aparência institucional, narrativa moralizante e acusação direta acionam emoções como indignação, repulsa e senso de urgência, gatilhos fundamentais para o engajamento. Como apontam Pariser (2011) e Sunstein (2017), os sistemas de recomendação tendem a priorizar materiais capazes de gerar reações intensas, e imagens que sugerem escândalo, quebra moral ou revelação de um segredo grave ajustam-se de modo quase perfeito aos critérios de viralização incentivados por essas plataformas. Nesse sentido, a Imagem 2 pode ser compreendida como um artefato algorítmico altamente eficiente: simples, direta, facilmente inteligível e altamente compartilhável.

A circulação da imagem também se insere na lógica da performatividade política do candidato. Ao apresentar um suposto laudo médico, Marçal encena o papel de denunciante moral, reforçando a narrativa de que estaria revelando verdades ocultas sobre o adversário. Essa estratégia, característica da política-espetáculo descrita por Debord (1997) e retomada por Schwartemberg (1977), converte a disputa eleitoral em uma dramaturgia moral simplificada, estruturada em um enredo binário entre acusador virtuoso e acusado moralmente desqualificado. A peça visual, por sua composição e simbolismo, cumpre papel central na consolidação dessa encenação política.

Outro aspecto relevante diz respeito à circulação multimodal do conteúdo. Antes de ser removida das plataformas abertas, a publicação já havia alcançado ampla visibilidade; posteriormente, continuou a circular em redes fechadas, como grupos de WhatsApp, onde a difusão se sustenta menos na aparência institucional do documento e mais em relações de confiança interpessoal. Essa migração prolonga a vida útil da desinformação e reforça um dos argumentos centrais do artigo: conteúdos enganosos tendem a se fortalecer quando combinam estética de legitimidade, apelo emocional e alta replicabilidade técnica, independentemente de sua veracidade.

A Imagem 2, assim, sintetiza de forma particularmente expressiva os mecanismos analisados ao longo do texto. Ela permite observar, de maneira concentrada, a articulação entre dimensões cognitivas (heurísticas de credibilidade), algorítmicas (priorização por engajamento), político-performativas (narrativa moralizante) e sociotécnicas (circulação entre plataformas abertas e redes fechadas). Sua eficácia não deriva apenas do conteúdo apresentado, mas sobretudo de sua forma: um artefato visual capaz de simular autoridade, provocar emoção e acionar os mecanismos de aceleração e difusão próprios das plataformas digitais.

Nesse sentido, a peça analisada evidencia como conteúdos fraudulentos, quando alinhados à arquitetura algorítmica e às vulnerabilidades cognitivas dos usuários, encontram condições particularmente favoráveis para amplificação. Ao explorar vieses como a heurística de familiaridade e o viés de confirmação, esses materiais operam como atalhos cognitivos que reduzem a reflexão crítica em contextos de sobrecarga informacional (Han, 2017; Zuboff, 2019). Inseridos em bolhas informacionais e câmaras de eco (Pariser, 2011; Sunstein, 2017), tornam-se ainda mais eficazes na produção de efeitos políticos e simbólicos.

O episódio aqui mobilizado não é apresentado como base para generalizações empíricas, mas como caso ilustrativo de alta densidade interpretativa, capaz de condensar elementos recorrentes da desinformação contemporânea: performatividade discursiva, estética de verossimilhança e amplificação algorítmica. Essa escolha analítica permite lançar luz sobre dinâmicas estruturais do ecossistema informacional digital, ao mesmo tempo em que preserva a coerência metodológica do trabalho, centrado na compreensão dos mecanismos sociotécnicos que fragilizam a defesa cognitiva e a deliberação democrática em contextos eleitorais.

Considerações Finais

Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral, a disputa eleitoral pela prefeitura de São Paulo em 2024 foi marcada por elevado grau de acirramento. Ao final do primeiro turno, Ricardo Nunes (MDB) obteve 1.801.139 votos (29,48%), Guilherme Boulos (PSOL) 1.776.127 votos (29,07%) e Pablo Marçal (PRTB) 1.719.274 votos (28,14%). As diferenças entre os três primeiros colocados foram relativamente pequenas, o que evidencia um contexto eleitoral altamente competitivo. Ainda assim, como amplamente reconhecido pela literatura, processos eleitorais não podem ser explicados por uma única

variável, nem é possível atribuir efeitos diretos e mensuráveis a episódios isolados de comunicação política.

Nesse sentido, este artigo não buscou demonstrar impacto eleitoral direto nem estabelecer relações causais entre a publicação analisada e o comportamento do eleitorado. O objetivo central foi compreender, à luz de um arcabouço teórico crítico, como algoritmos de recomendação das plataformas digitais intensificam vulnerabilidades cognitivas e criam condições estruturais favoráveis à circulação de desinformação em contextos eleitorais. O episódio envolvendo Pablo Marçal e Guilherme Boulos foi mobilizado como recurso ilustrativo, permitindo observar de forma situada os mecanismos sociotécnicos discutidos ao longo do texto.

Embora não seja possível comprovar empiricamente o impacto cognitivo direto da peça analisada, os elementos narrativos, visuais e performativos mobilizados, estética documental, apelo moralizante, personalização do conflito e performatividade política, indicam elevado potencial de engajamento emocional e viralização. Como demonstram estudos sobre circulação de informações em plataformas digitais, conteúdos emocionalmente carregados e moralmente polarizadores tendem a alcançar maior difusão do que informações verificadas, especialmente em ambientes organizados por filtros-bolha e câmaras de eco (Vosoughi; Roy; Aral, 2018; Pariser, 2011; Sunstein, 2017). Em um cenário de sobrecarga informacional, essas dinâmicas ampliam vulnerabilidades cognitivas e reduzem a capacidade de avaliação crítica dos cidadãos (Han, 2017).

A análise desenvolvida reforça, assim, a hipótese central do artigo: a desinformação prospera em ambientes digitais não apenas porque atores políticos recorrem a estratégias de manipulação discursiva, mas porque a própria infraestrutura das plataformas, orientada por métricas de engajamento, personalização contínua e estímulos emocionais, cria condições ideais para sua amplificação. O episódio analisado evidencia como conteúdos fraudulentos podem operar simultaneamente como artefatos visuais de aparente credibilidade, instrumentos performativos de disputa política e vetores cognitivos capazes de explorar vieses e atalhos mentais, fragilizando a deliberação democrática.

Ao articular os conceitos de defesa cognitiva, soberania informacional, economia da atenção e capitalismo de vigilância, o artigo contribui para o campo da comunicação política e dos estudos sobre plataformas digitais ao deslocar o foco da desinformação como problema estritamente informativo

para sua dimensão sociotécnica e cognitiva. A vulnerabilidade cognitiva observada não é tratada como fragilidade individual, mas como efeito estrutural de ecologias informacionais assimétricas, opacas e orientadas à maximização de engajamento, o que coloca desafios centrais para a integridade dos processos democráticos e para a autonomia do pensamento.

Dessa perspectiva, a defesa cognitiva emerge como eixo fundamental de políticas públicas contemporâneas, envolvendo não apenas iniciativas de educação midiática e literacia digital, mas também regulação das plataformas, transparência algorítmica e responsabilização dos atores que controlam infraestruturas críticas de comunicação. O caso Marçal–Boulos evidencia que, em democracias altamente midiatizadas, a proteção do espaço informacional torna-se tão relevante quanto a proteção das instituições formais, uma vez que a disputa política se desloca progressivamente para arenas digitais estruturadas por lógicas privadas e pouco transparentes.

Embora centrado em um único episódio, o estudo ilumina dinâmicas estruturais que extrapolam o caso específico. A circulação multimodal da desinformação, sua persistência em redes fechadas e sua articulação com estratégias performativas e arquiteturas algorítmicas apontam para a necessidade de pesquisas comparativas e abordagens longitudinais que examinem diferentes ciclos eleitorais, plataformas e formatos de conteúdo. Investigações futuras podem aprofundar essa agenda por meio da combinação de análises qualitativas, dados de circulação em larga escala, estudos experimentais de recepção e comparações internacionais, contribuindo para o desenvolvimento de políticas mais robustas de defesa cognitiva e para a consolidação da soberania informacional em democracias contemporâneas.

Ao final, o artigo sustenta que compreender a desinformação como fenômeno sociotécnico, e não apenas como desvio informativo, é condição necessária para enfrentar os desafios colocados pelas plataformas digitais à deliberação democrática. A vulnerabilidade cognitiva tornou-se um vetor central da disputa política no século XXI, e seu enfrentamento é parte indissociável da preservação da autonomia cidadã, da integridade eleitoral e da própria democracia.

Bibliografia

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.
- COUTURE, Stéphane; TOUPIN, Sophie. What does the notion of “sovereignty” mean when referring to the digital? **New Media & Society**, v. 21, n. 10, p. 2305–2322, 2019
- D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online**. 2020.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- GALLOWAY, Alexander R. **Protocol: How Control Exists After Decentralization**. Cambridge, MA: MIT Press, 2004.
- GODIN, Seth. **This is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See**. New York: Portfolio/Penguin, 2019.
- FISHER, Max. **A máquina do caos**. Todavia, 2023.
- FLORIDI, Luciano. The Fight for Digital Sovereignty: What It Is, and Why It Matters, Especially for the EU. **Philosophy & Technology**, v. 33, n. 3, p. 369–378, 2020. DOI:10.1007/s13347-020-00423-6
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2017.
- HAN, Byung-Chul. **Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Tradução de Gabriel S. Philipson. Petrópolis, RJ : Vozes, 2022
- KISO, Ronald. **Storytelling: técnicas para apresentar, persuadir e vencer**. São Paulo: Évora, 2021.
- LIPPmann, Walter. **Public Opinion**. New York: Macmillan, 1922.
- MARQUES, Vanessa. Neopopulismo e valores conservadores: a gramática da direita conservadora nas mídias sociais digitais nos Estados Unidos, Brasil e Argentina. **Dissertação de Mestrado em Comunicação**, IDP, Brasília, 2025.
- MCLUHAN, Marshall. **The Gutenberg Galaxy**. Toronto: University of Toronto Press, 1962.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**. New York: Penguin Press, 2011.
- PARISER, Eli. **O filtro invisível**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.
- PRADO, Magaly. **Fake news e inteligência artificial: o poder dos algoritmos na guerra da desinformação**. Lisboa: Edições 70, 2022.
- KISO, Rafael. **Unbound marketing**. São Paulo: DVS, 2021.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado Espetáculo**. Rio de Janeiro: Difel, 1977.
- SERRANO, Pablo. **Desinformação: como os meios de comunicação ocultam o mundo**. Rio de Janeiro: Espalhafato, 2010.
- SUNSTEIN, Cass R. **#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media**. Princeton: Princeton University Press, 2017.
- VALENTE, Jonas. Tecnologia, informação e poder. **Tese (Doutorado)**, UnB, 2019.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. **The spread of true and false news online**. Science, v. 359, n. 6380, p. 1146–1151, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

Recebido em: 08/01/2026

Aceito em: 12/01/2026