







A OPACIDADE DA RELAÇÃO ENTRE DESINFORMAÇÃO E CONCENTRAÇÃO DE PODER EM PLATAFORMAS DIGITAIS: REFLEXÕES A PARTIR DE ENTREVISTAS COM ESTUDANTES DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO BRASIL E NA ESPANHA

Daniel Aguiar Dedavid   
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil

Jussara Borges   
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil

RESUMO

Este artigo relaciona a desinformação com a concentração de poder das plataformas digitais, partindo da análise de resultados de uma pesquisa de campo e bibliográfica, que teve sua etapa empírica realizada em 2022. Ele objetiva discutir o poder das plataformas digitais e de seus algoritmos no que diz respeito à desinformação. A pesquisa empírica consistiu em entrevistas semiestruturadas com 32 estudantes de graduações das áreas de Informação e Comunicação, 16 em Porto Alegre (Brasil) e 16 em Getafe (Espanha), que tematizaram a desinformação. As entrevistas tiveram seu conteúdo estudado usando análise de discurso e análise de conteúdo. Um dos resultados da pesquisa foi a pouca tematização do poder das plataformas digitais e do funcionamento das mídias sociais. Este artigo parte deste resultado para discutir a relação entre as plataformas digitais (em especial as mídias sociais) e a desinformação, tratando também de temas relacionados, como os vieses algorítmicos e o colonialismo digital. O trabalho não visou a generalizações estatísticas sobre os públicos estudados, nem à sistematização de bibliografia sobre o tema, mas buscou promover reflexões a partir de disparadores encontrados tanto em campo como na bibliografia. Conclui-se defendendo que a educação em informação oferece contribuições para oportunizar esses debates.

Palavras-chave: Desinformação. Plataformas digitais. Algoritmos. Educação em informação.

THE OPACITY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN DISINFORMATION AND THE CONCENTRATION OF POWER ON DIGITAL PLATFORMS: REFLECTIONS BASED ON INTERVIEWS WITH INFORMATION AND COMMUNICATION STUDENTS IN BRAZIL AND SPAIN

ABSTRACT

This article relates disinformation to the concentration of power in digital platforms, based on the analysis of results from field and bibliographic research, the empirical phase of which was carried out in 2022. It aims to discuss the power of digital platforms and their algorithms regarding disinformation. The empirical research consisted of semi-structured interviews with 32 undergraduate students in the fields of Information and Communication, 16 in Porto Alegre (Brazil) and 16 in Getafe (Spain), focusing on disinformation. The transcribed interviews were examined using discourse analysis and content analysis. One of the research findings was the limited discussion of the power of digital platforms and of the functioning of social media. This article uses this finding as a starting point to discuss the relationship between digital platforms (especially social media) and disinformation, also addressing related themes such as algorithmic biases and digital colonialism. This work did not aim for statistical generalizations about the studied audiences, nor for the systematization of bibliography on the subject, instead, it sought to promote reflection based on triggers found both in the field and in the bibliography. In conclusion, it is argued that information education and related areas, such as critical information literacy and critical pedagogy, offer contributions towards fostering these debates.

Keywords: Disinformation. Digital platforms. Algorithms. Information education.

DOI <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/57641>

Recebido em: 19/02/2025
Aceito em: 22/04/2026

Editora Chefe: Lorena Tavares de Paula  

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS

data-available-upon-request – Os dados de pesquisa só estão disponíveis mediante solicitação.

1 INTRODUÇÃO

A desinformação tem tido relação cada vez mais frequente com as plataformas digitais. É nelas que fluem conteúdos que, intencionalmente ou não, podem gerar interpretações imprecisas, incorretas. Seja a desinformação intencional (*disinformation*), que busca atender a motivações financeiras, políticas, sociais ou psicológicas, ou não intencional (*misinformation*), causada, por exemplo, por um engano não intencional; as mídias sociais, em específico, e as plataformas digitais, no geral, são o lugar em que esse fenômeno tem aparecido com relevância.

Essas afirmações ressoam uma discussão corrente em áreas como a Informação (Araújo, 2021) e a Comunicação (García-Marín; Salvat Martinrey, 2021). Mas, baseado em pesquisa sobre o tema, realizada em Porto Alegre e em Getafe (Espanha), Dedavid (2023) descobriu que os debates parecem escassos entre estudantes de graduação das áreas de Informação e Comunicação. Embora o poder das plataformas seja tema de investigações das áreas citadas, como em Bezerra e Almeida (2020) e Zoetanya Sujon (2021), ele foi raramente referido nas falas dos entrevistados. Reflexões relacionadas, como as realizadas sobre colonialismo digital (Faustino; Lippold, 2023; Couldry, 2020) e sobre características do capitalismo na era digital (Morozov, 2022; Zuboff, 2020), estavam ainda mais distantes das falas dos estudantes do que o esperado antes da realização da etapa de campo da pesquisa. Esses resultados inspiraram a escrita deste artigo.

A ausência de falas mais diretas sobre as características das plataformas digitais chamou a atenção tanto quanto recorrências e distinções entre os entrevistados dos diferentes cursos (e áreas) e universidades (e países). É sobre essas ausências que este artigo pretende refletir. Seu objetivo é discutir o poder das plataformas digitais e de seus algoritmos no que diz respeito à desinformação, partindo de resultados de pesquisa realizada em 2022, envolvendo entrevistas com 32 estudantes de Comunicação e Informação entrevistados no Brasil e na Espanha.

As plataformas, com sua atuação pervasiva e ubíqua, são opacas sobre as regras que ditam seu funcionamento: seus códigos-fonte proprietários representam o inverso da transparência defendida pelo movimento do *software* livre, que inclui, mas não se limita a códigos-fonte abertos, ou seja, explicitação

total das instruções que ditam seu funcionamento. Entendemos opacidade em oposição a essa transparência, em oposição à clareza sobre o funcionamento de algo e de suas implicações sociais, econômicas e políticas. Os algoritmos opacos criam o ambiente digital onde a “desinformação digital em rede” (Schneider, 2022) prolifera. E a relação entre esses algoritmos e a desinformação, pelo que indicam os resultados da pesquisa de campo, era pouco evidente aos estudantes das áreas de Informação e Comunicação entrevistados. A opacidade dessa relação é vinculada com a opacidade das plataformas: elas são o lugar onde esse tipo de discussão poderia circular com maior resultado na opinião pública, mas têm interesse em manter uma imagem de neutralidade, de distância de atores desinformativos e de atuação positiva. E buscam manter essa imagem via decisões empresariais muitas vezes tomadas por poucos atores e refletidas na defesa de segredos, de opacidade sobre os algoritmos e seu funcionamento. Que os estudantes entrevistados em 2022 não relacionem essas dinâmicas de poder tão frequentemente com a desinformação pode ser um reflexo da própria dinâmica de poder: os algoritmos não favorecerão conteúdo que vá contra os interesses dos seus criadores. Trata-se de uma relação discutida tangencialmente na Ciência da Informação, lacuna que este artigo pretende preencher, ainda que parcialmente.

Na seção seguinte, apresenta-se o caminho metodológico percorrido na produção da pesquisa bibliográfica e empírica.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo discute resultados de uma pesquisa exploratória, bibliográfica e empírica. É importante registrar, contudo, que a pesquisa empírica suscitou a discussão teórica que ocupa a maior parte da discussão do artigo e atende ao seu objetivo geral. Pode-se dizer, portanto, que a pesquisa empírica é o ponto de partida e não o de chegada.

A pesquisa bibliográfica debruçou-se sobre temas como desinformação, plataformas digitais, colonialismo digital e as intersecções entre eles. Para isso, a revisão bibliográfica considerou trabalhos recentes que dialogam com o objetivo do artigo, tendo sido selecionados livros e artigos de maneira não-sistemática. Foi buscado um caminho metodológico de liberdade organizada,

no qual o pesquisador aprofunda-se na temática a partir das referências de outros trabalhos considerados relevantes (Howarth, 2000; Rubin, 2021), num caminho que “é guiado por assuntos e pelo próprio fluxo das leituras” (Brisola, 2021, p. 13).

O levantamento bibliográfico e a produção deste trabalho utilizaram ferramentas como buscadores web, gerenciadores de referência e editores de texto com autocorretores. A automatização não envolveu o uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) generativa, nem para a escrita, nem para a revisão ou reescrita.

Os autores manifestam seu apoio ao uso de ferramentas que potencializam a pesquisa e a ciência aberta, com ampla difusão do conhecimento, como é típico do paradigma científico, materializado, por exemplo, em conteúdo licenciado em *Creative Commons*. Há autores que defendem, em coerência com princípios da *Creative Commons*, que treinar IA com material assim licenciado ajuda a “promover conhecimento e compartilhar inovações” (De Angelis, 2024, tradução nossa). Outros acreditam que a web colaborativa e aberta que entusiasmou pelas “possibilidades de produzir bens culturais livres” depois viu surgirem plataformas que se “apropriam privadamente da produção coletiva”, sendo as IA gerativas “um novo capítulo deste desafio” (Evangelista, 2023).

Em consonância com a discussão proposta neste artigo, posicionamo-nos contrariamente à apropriação de cunho privado, centralizador, não regulamentada, não creditada e feita em larguíssima escala por ferramentas de corporações muitas vezes mono ou oligopolistas. Esta manifestação parece-nos necessária em uma época em que “o contrato social básico da web está ruindo”, como diz Pierce (2024, tradução nossa).

A pesquisa empírica foi baseada em entrevistas realizadas em agosto e setembro de 2022. Foram entrevistados oito estudantes de Biblioteconomia e oito de Jornalismo, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em Porto Alegre. Em Getafe (Espanha), foram entrevistados oito estudantes de *Periodismo* (e graduações duplas envolvendo *Periodismo*) e oito estudantes de *Gestión de la Información y Contenidos Digitales* (GICD), na Universidad Carlos III de Madrid (UC3M).

Havia discrepância do número de alunos em cada curso, com o dado mais recente da UC3M, à época, pois ingressavam em média 40,5 estudantes por ano no curso de GICD, em comparação com 400 nos cursos de Periodismo. Para minimizar essa discrepância, buscou-se entrevistar o mesmo número de estudantes de cada graduação. Chegou-se a oito entrevistados a partir do mínimo de formandos de um dos cursos nos cinco anos anteriores à pesquisa (Jornalismo, em 2017), já que a ideia inicial era entrevistar estudantes de semestres finais, selecionados de maneira probabilística dentre listagem fornecida pelas universidades. Mas a quantidade restrita de alunos de jornalismo nos semestres finais na UFRGS impôs uma dificuldade, tendo sido necessário abrir para estudantes de outras etapas, todas da segunda metade da graduação (ou seja, do sexto semestre, ou terceiro ano, em diante). Somaram-se a essa dificuldade as restrições de agenda, levando-nos, por fim, a adotar uma amostragem por conveniência, através da adesão voluntária de estudantes convidados em aulas e por *e-mail* (Dedavid, 2023).

O desenho metodológico previu focar em reflexões qualitativas embasadas tanto na pesquisa bibliográfica como nos dados de campo, exploratórios e sem pretensão de serem generalizáveis. As referidas dificuldades no campo também enfraquecem a capacidade de generalização dos dados empíricos, reiterando o caráter exploratório e qualitativo da pesquisa.

As conversas totalizaram aproximadamente nove horas de gravação, posteriormente transcritas para análise e discussão a partir do texto. Os estudantes cursavam etapas finais das suas graduações: os cursos da UFRGS são de oito semestres de duração, e os entrevistados estavam entre o sexto e o oitavo semestres. Os cursos da UC3M são de quatro ou cinco anos de duração (no caso de *double grados*, ou graduações duplas, o curso dura um ano a mais), e os estudantes cursavam entre o terceiro e o quinto ano (com uma exceção, que estava há seis anos no curso, por conta de particularidade linguístico-cultural).

Na realização da etapa de campo, perceberam-se diferenças culturais importantes, como a maior informalidade e desconfiança nas instituições em Porto Alegre, enquanto os estudantes de Getafe davam maior importância a atuações individuais dentro da institucionalidade profissional. Essas diferenças foram importantes, inclusive, para adaptar o percurso de campo, com

mudanças envolvendo inclusive o ambiente onde as entrevistas foram realizadas (sala de professores ou mesa de estudo em corredor em Getafe, cafeteria ou ao ar livre em Porto Alegre). Para ajustar o tom e a precisão das perguntas em espanhol, contamos com revisão linguística por pesquisadores falantes nativos da língua.

A escolha por entrevistar estudantes destes cursos foi baseada no fato de que a atuação desses futuros profissionais ou pesquisadores pressupõe lidar com a desinformação, sua identificação e seu combate. Devem, por isso, estar atentos ao tema, dentro e fora do ambiente universitário.

A entrevista foi construída buscando deixar margem ao que seria trazido pelos estudantes. Assim, construiu-se um roteiro semiestruturado, composto por dez questões, começando por uma pergunta geral sobre os desafios de sua área de estudo e, depois, partindo para questionamentos sobre diferentes facetas da desinformação (Apêndice A). Havia perguntas sobre a definição ou palavras que se relacionam com o tema, sobre a autopercepção de preparo para lidar com o assunto, sobre a opinião que tinham sobre o espaço que a desinformação recebe, não apenas na formação em sala de aula, como em outros contatos com a temática no ambiente universitário.

As entrevistas foram interpretadas à luz da Análise de Discurso e da Análise de Conteúdo (Rubin, 2021; Prodanov; Freitas, 2013; Caregnato; Mutti, 2006). Com o auxílio do *software* *Voyant*², foi realizado um estudo de frequência de palavras-chave temáticas a partir da transcrição das entrevistas, incluindo variações a partir da mesma raiz, como *trabalh** para trabalho, substantivos derivados (como *trabalhador*) e conjugações do verbo *trabalhar*.

Estávamos previamente atentos a algumas expressões, como *fake news* ou *algoritmo*; outras, como *open source intelligence* e *assédio sexual*, surgiram inesperadamente. A análise qualitativa, embasada em Análise de Discurso, foi direcionada tanto para temas frequentes como para esses temas raramente mencionados.

Sem pretensão de generalização estatística, a etapa de campo objetivou subsidiar uma discussão teórico-filosófica a partir de dados empíricos, postos em diálogo com a literatura. Em outras palavras, os achados empíricos

²Acesse a página do *software* em: <https://voyant-tools.org>.

foram utilizados como disparadores de reflexões sobre o tema, a partir das entrevistas com estudantes das áreas da Informação e da Comunicação, duas áreas relacionadas diretamente com a desinformação, tanto na sua atuação profissional como acadêmica. Estas reflexões foram produzidas em diálogo com bibliografia, principalmente da Ciência da Informação.

3 NO BRASIL FAKE NEWS, NA ESPANHA MÍDIAS

O mercado de trabalho foi um tema recorrente, como uma preocupação geral. Mas, dentre os brasileiros, a preocupação dizia mais respeito à segurança no emprego, colocação no mercado – talvez em função da faixa etária dos entrevistados: média de 28,6 anos em Porto Alegre e de 21,25 em Getafe, conforme observado na Tabela 1.

Tabela 1 – médias de idade e gênero dos respondentes

Variável	Porto Alegre		Getafe	
	Biblioteconomia	Jornalismo	GICD	Periodismo
Média de idade	31,75	25,38	21,5	21
Gênero feminino	6 (75%)	3 (37,5%)	3 (37,5%)	7 (87,5%)

Fonte: dados da pesquisa, Porto Alegre e Getafe (2022).

Enquanto os brasileiros pareceram mais preocupados com a estabilidade no mercado de trabalho, entre os estudantes da universidade espanhola a preocupação se colocava mais em termos de ferramentas, investimento e tempo de trabalho suficiente para a realização de um bom trabalho. A preocupação com as condições de trabalho mostrou-se comum entre alunos de ambas as universidades, que enxergam, por exemplo, no tempo adequado para o desenvolvimento de suas atividades, sem pressões dos empregadores e financiadores, uma possibilidade de antagonizar com a desinformação. Esse antagonismo seria realizado ao se resistir ao uso de títulos caça-cliques (*clickbaits*) nas matérias e ao reivindicar tempo e recursos para evitar apurações jornalísticas apressadas, sem a devida checagem de fatos, por exemplo.

Nas respostas à primeira pergunta das entrevistas, mais aberta e a única a não tematizar a desinformação, a expressão *fake news* ou notícias falsas apareceu mais na UFRGS, enquanto expressões como redes sociais e meios (no

sentido de meios de comunicação) apareceram somente na UC3M, como mostra a tabela 2.

Tabela 2 – Menções a diferentes expressões sobre grandes questões e desafios atuais da área da Informação/Comunicação

Expressão	Porto Alegre		Getafe	
	Ocorrências	Pessoas	Ocorrências	Pessoas
<i>Fake news, notícias falsas</i>	12	9	3	3
<i>Redes sociais / redes sociales</i>	0	0	11	7
<i>Trabalh*/trabaj*</i>	13	4	1	1
<i>Meios/medios</i>	2	1	18	7

Fonte: dados da pesquisa, Porto Alegre e Getafe (2022).

A preocupação com as condições de trabalho e a preocupação com as redes sociais e meios de comunicação têm relação com a lógica da exploração do trabalho profissional e do trabalho que as pessoas fazem no tempo de lazer nas mídias sociais (Bucci, 2020). Assim sendo, têm relação com dinâmicas de poder vinculadas com à organização econômica e global, considerando especialmente o caráter global de atuação das poucas empresas controladoras das principais mídias sociais.

A expressão algoritmos, que explicita mais fortemente essa dinâmica de poder específica das plataformas digitais, apareceu somente na fala de um entrevistado do curso de Gestão da Informação e Conteúdos Digitais. De todos os 32 estudantes, ele foi o único a mencionar a palavra em qualquer uma de suas respostas. Além desta observação quantitativa específica, a ideia de um exercício de poder típico da era algorítmica, ou mesmo dos vieses relacionados com os algoritmos das mídias sociais, apareceu apenas tangencialmente na fala de poucos outros entrevistados. No geral, os respondentes focavam suas respostas e sugestões para enfrentamento à desinformação na atuação individual, seja na dos profissionais da Comunicação, da Informação e da Educação, seja nas práticas e comportamentos dos consumidores (receptores de informação).

O entrevistado que usou a palavra algoritmo, na resposta à sétima pergunta do roteiro, sobre a atuação do profissional da área, falou que os algoritmos das mídias sociais priorizam “muitíssimo mais a velocidade do que a

qualidade do conteúdo". Isso deixaria os cidadãos mal acostumados com esse tipo de consumo e afetaria a maneira como profissionais da informação exercem seu trabalho, tentando se adaptar ao que os algoritmos costumam "premiar". Essas dinâmicas serão discutidas na seção a seguir.

4 MONOPÓLIOS DIGITAIS

O funcionamento dos algoritmos utiliza estímulos e punições de uma maneira deliberada e informada por conhecimentos de psicologia e economia comportamental, de modo a maximizar o uso e otimizar o atingimento dos interesses das empresas que os criam (Couldry, 2020; Morozov, 2022; Zuboff, 2020). Esse funcionamento seria o responsável por vícios comportamentais (Alter, 2018) e daria materialidade aos conceitos sociológicos de redes sociais³ e de capital social, segundo Ori Schwarz (2022). Schwarz (2022) argumenta que as plataformas exercem um poder sem precedentes sobre o que ele chama de capital social generalizado, ilustrado pelo controle sobre o número de pessoas (seguidores) que visualizam cada conteúdo que um usuário publica: "elas podem decidir que só 5%, e não mais 10% dos seus seguidores vão ver cada *post* que você publica, de maneira a desvalorizar seu capital social em 50%" (Schwarz, 2022, tradução nossa). Tais plataformas também têm o poder de cancelar ou banir uma conta, de modo a retirar todo o capital social que o usuário-cidadão construiu e acumulou nela.

Outro conceito que Schwarz (2022) sustenta que deve ser atualizado para o contexto digital é o de poder burocrático weberiano, exercido agora de maneira menos transparente por algoritmos proprietários e fechados ("caixas pretas").

O algoritmo, sendo um conjunto de instruções padronizadas para o funcionamento das tecnologias, incluídas aí as mídias sociais, parametriza e impõe sua normatividade burocraticamente às interações sociais. O fenômeno da desinformação, como um fenômeno social e cada vez mais mediado pela tecnologia, aparece sob este imperativo. O estudante que usou a palavra algoritmos defendeu que as plataformas deveriam atuar no combate à desinformação, mas que é "difícil mexer nos seus algoritmos". Como relata Cory

³ No sentido sociológico, anterior ao do surgimento das mídias sociais digitais que costumamos chamar de redes sociais

Doctorow (2023), é “difícil mexer”, talvez principalmente pela atuação das *big techs* no legislativo e no judiciário para, sob o argumento de proteger seus direitos de segredo industrial ou propriedade intelectual, garantirem a opacidade do funcionamento dos seus serviços monopolistas. Essa atuação das plataformas também proibiria ou prejudicaria qualquer competidor, fornecedor ou cidadão que atue de maneira contrária aos seus interesses (Doctorow, 2023). Em acordo com essa ideia, Schneider (2022, p. 100) nos diz que:

O atual complexo das corporações de mídia e das plataformas digitais não pode mais ser pensado somente em termos superestruturais, mas como que costurando a base econômica e a superestrutura ideológica, numa dinâmica de mútua sustentação, embora não imune a contradições.

A atuação dessas empresas contradiz seu próprio histórico, já que a maior parte delas começou integrando seus serviços com competidores maiores, em busca de atrair seus usuários, que abandonariam a alternativa maior, abusiva e menos interessante pela novidade mais ética e funcional (dois exemplos históricos citados por Doctorow (2023) são a busca do Facebook por “roubar” usuários do MySpace e a da Apple para disponibilizar compatibilidade com documentos do Microsoft Office). A Apple usou o princípio da universalidade da computação, já que todos os computadores tendem a poder executar qualquer programa: empregados da empresa foram dedicados a usar engenharia reversa para construir aplicativos substitutos ao Microsoft Office, que pudessem utilizar seus documentos no sistema operacional da Apple. A universalidade, segundo Doctorow (2023), é uma das excepcionalidades da tecnologia frente a outras indústrias: um *software*, como uma adaptação em um serviço digital, pode ser replicado infinitamente. Ao contrário de outras indústrias com produtos físicos, nas quais o cliente ou o usuário que quiser fazer um conserto ou adaptação só vai fazê-lo nos objetos que tem consigo, no *software* é possível que um ajuste seja replicado, copiado e aplicado a muitos usuários. Um ajuste num *software* de uma rede social atingiria todos os seus usuários, na casa dos bilhões, no caso dos serviços mais populares (Doctorow, 2023).

O outro exemplo de empresa que ganhou escala a partir da integração (competitiva) com rivais muito maiores (à época) é o Facebook na sua relação com o MySpace. O Facebook pedia que seus usuários informassem dados de acesso ao MySpace para que pudesse buscar naquela plataforma os dados e

mensagens que os usuários tinham, e assim “libertá-los” de uma gigante controlada por um magnata estrangeiro. Isso supostamente em prol da competição, da liberdade de escolha, da celebração da interoperabilidade. Ligada aos padrões abertos fundacionais da internet, a interoperabilidade é o que permite que sistemas e serviços utilizem padrões que permitem funcionalidade e comunicação geral entre eles. Um exemplo é a *HyperText Markup Language* (HTML), linguagem na qual são escritas as páginas da internet, compatíveis com qualquer navegador e dispositivo conectado à rede. Outros exemplos mais “físicos” seriam os carregadores de celular *Universal Serial Bus* tipo C (USB-C), as bitolas de lâmpadas caseiras, as pilhas de controle remoto (Doctorow, 2023).

Os monopólios atuais de mídias sociais e plataformas digitais como um todo se utilizam dos seus *lobbies* legislativos e judiciários para evitar que competidores ou ingressantes no seu mercado façam o que eles mesmos fizeram ao utilizarem a interoperabilidade para conquistar parte do mercado dos seus concorrentes maiores. A partir do momento em que conquistam os usuários, utilizam-se do efeito de rede (*network effect*), que gera mais valor a cada novo usuário: ter mais amigos, conhecidos, colegas, clientes em uma rede social é um incentivo para utilizá-la. E, se elas se tornam jardins murados (*walled gardens*), a que somos inicialmente atraídos pelas suas qualidades, e depois impedidos de sair porque teríamos muito a perder (altos custos para a troca, ou *switching costs*), o monopólio digital está bem constituído (Morozov, 2022).

As práticas anticompetitivas das *big techs* seguem esse roteiro, desde a cooptação de usuários ou serviços de concorrentes maiores até o crescimento a escalas inimagináveis há duas décadas (maiores do que a população de qualquer país do mundo). Também são anticompetitivos os abundantes esforços empreendidos para impedir qualquer atrito gerado por competidores, reguladores ou mesmo usuários críticos (Doctorow, 2023). Exemplos de esforços são a compra de concorrentes (como no caso do *WhatsApp* e do *Instagram* pelo *Facebook*, hoje *Meta*), a cópia de funcionalidades de serviços concorrentes (como os *stories* copiados do *Snapchat* pelo *Instagram*), o impedimento de acesso a conteúdos sem ser pelas ferramentas controladas pelas empresas (como a exigência de conta para visualizar *tweets* na plataforma *X* ou do uso de aplicativos oficiais). Assim, a interoperabilidade, que

não só fez parte do começo de tais serviços, como permitiu o crescimento dessas empresas a escalas atuais, é dificultada, boicotada ou até tornada ilegal quando esforços lobistas dessas mesmas empresas obtêm sucesso.

Segundo Evangelista (2023), a abertura e colaboração típicas da web do começo do século, onde predominava a interoperabilidade, foram substituídas por um novo padrão, adotado pelas plataformas de mídia social, que “logo surgiram com seus jardins murados, bloqueando a interoperabilidade de conteúdo e se apropriando privadamente da produção coletiva”. Ele acrescenta que as ferramentas de grandes modelos de linguagem, como os transformadores pré-treinados generativos (com as siglas em inglês *Large Language Models* (LLMs) e *Generative Pre-trained Transformer* (GPTs), respectivamente) dão continuidade a esse movimento, já que “se apropriam não apenas do conteúdo expresso, mas também das maneiras como nos expressamos, das nossas estruturas de comunicação”. Sobre esses LLMs, o autor alerta que, num contexto de fraca regulamentação e “incentivos econômicos distorcidos, eles se tornam ferramentas para a produção adicional de conteúdo de baixa qualidade” (Evangelista, 2023), ao que acrescentaríamos: incluindo conteúdo desinformativo, enganoso, impreciso.

Os mencionados incentivos, pertinentes ao contexto econômico do mundo digital (Morozov, 2022; Zuboff, 2020), levam à produção de conteúdo com potencial de engajamento, não importa sua veracidade, qualidade ou pertinência. Também não importa que o engajamento e as interações sejam artificiais. Koebler (2024) estudou o “Spam de IA” no Facebook, o que ele chamou de “internet zumbi”. O jornalista verificou que as interações no Facebook envolvem “conversas” entre robôs, entre robôs e humanos e até com contas híbridas: aparentemente usadas de maneira autêntica por pessoas, mas também “sequestradas e transformadas em robôs”. O autor, que comenta ele próprio não saber identificar se algumas imagens são geradas por IA, chega a referir-se ao fim de uma “realidade compartilhada” (Koebler, 2024, tradução nossa). A confiança das pessoas em sua capacidade de identificar algo falso ou enganoso estaria posta em ainda maior risco no Facebook, a primeira rede social da Meta. A empresa também tem seus próprios produtos de IA generativa, que trabalham com texto, imagens e vídeos e incluem um *chatbot*,

o que ilustra a concentração de poder tecnológico e econômico no mercado digital (Generative artificial intelligence, 2025).

Os monopólios sofreram resistências importantes nos Estados Unidos, sede das empresas controladoras das principais plataformas digitais. Historicamente, a concentração de poder foi denunciada e combatida desde o século XIX, com políticas antitruste que comparavam o poder de grandes empresas ao dos colonialistas ingleses. No século XX, economistas vinculados ao neoliberalismo relativizaram tal crítica e criaram a ideia de "benefício do consumidor", na qual apenas monopólios que aumentassem preços deveriam ser problematizados. E, mesmo que aumentassem, seria possível ainda atribuir tal aumento a fatores exógenos. Essas flexibilizações da resistência antitruste facilitaram a concentração de diversas indústrias entre um e cinco atores dominantes (Doctorow, 2023). As plataformas digitais, cujos maiores expoentes, ao menos no Ocidente, surgiram nos Estados Unidos, beneficiam-se de tal cultura regulatória e política: afinal, os produtos ou serviços das plataformas são, no geral, monetariamente gratuitos. Mas essa relação não é uma relação típica entre consumidor e fornecedor, como problematiza Zuboff (2020, p. 22-23):

Nós não somos os "clientes" do capitalismo de vigilância. Embora se diga que "se for de graça, então o produto é você", essa afirmativa também é incorreta. Nós somos as fontes do superávit crucial do capitalismo de vigilância: os objetos de uma operação de extração de matéria-prima tecnologicamente avançada e da qual é cada vez mais impossível escapar.

Ainda assim, o etos no epicentro da internet comercial acabou favorecendo a concentração e as atuações livres de constrangimentos regulatórios. Este etos foi descrito, na década de 1990, como fruto de um encontro entre a contracultura e o sentimento anti-estado, no que se costuma chamar de ideologia californiana (The Californian Ideology, 2021; Faustino; Lippold, 2023; Marx, 2022).

As principais contradições da ideologia californiana são o culto ao livre mercado e ao antiestatismo, sendo que grande parte dos investimentos na internet foram estatais, via militares e universidades. Além disso, essa ideologia professa a crença no Robison Crusoe capitalista: a imagem de um hacker solitário lutando contra o sistema, idealizada pela literatura *cyberpunk*, não deixa de reproduzir os conceitos do *self made man* e do *do it yourself* da ideologia californiana (Faustino; Lippold, 2023, p. 170-171).

Como dizem Faustino e Lippold (2023, p. 148), referenciando o trabalho de Silva (2019), "algoritmos são produções humanas e, portanto, atravessados

por tradições, por valores subjetiva e intersubjetivamente partilhados, mas sobretudo com finalidades historicamente determinadas". Esse poder concentrado nas plataformas, com sua atuação com incentivos e punições mais eficientes do que os de Estados, tem também implicações no fenômeno da desinformação, como discutido a seguir.

5 ALGORITMOS MONOPOLISTAS E DESINFORMAÇÃO

Retomando os dados empíricos de partida desta pesquisa, a maioria dos entrevistados não relacionou o fenômeno da desinformação com a concentração de poder nas plataformas digitais, que medeiam o jornalismo profissional ao mesmo tempo em que medeiam propaganda conspiracionista. Plataformas sedem comunicações pessoais e profissionais, entretenimento particular e em grupo, interações sociais no geral, interações íntimas e individuais com conteúdos disponíveis online. Tampouco foi tratada explicitamente nas falas dos 32 estudantes a historicidade do desenvolvimento de tais plataformas, a maior parte delas tendo surgido em momentos e locais próximos, pela agência de atores de considerável homogeneidade cultural e ideológica. Os modelos de negócio das mídias sociais não foram diretamente problematizados, embora alguns entrevistados tenham mencionado características perniciosas de tais mídias, atribuindo a elas corresponsabilidade pelo ambiente desinformacional.

A indiferença aos dados transmitidos muitas vezes é uma característica técnica de serviços de computação, no que o jargão chama de "agnosticismo" de formato ou de fonte (Agnostic, 2025). A expressão *content-agnostic* também é usada para falar do conteúdo veiculado, por exemplo, em plataformas que lidam com material gerado por usuários (sejam eles pessoas ou robôs) (Li; Kang; Bie, 2024). Um serviço *content-agnostic* atuaria como infraestrutura técnica neutra.

Essa argumentação foi e ainda é convenientemente utilizada por empresas controladoras de plataformas digitais para justificar a não intervenção em caso de difusões de informações danosas, ilegais ou mesmo para não entregar dados em caso de investigações criminais. Por muito tempo, tais empresas diziam-se meras mediadoras neutras, empresas de infraestrutura tecnológica que nada tinham a ver com o que se realizava usando seus

serviços, o que poderia tanto eximi-las de responsabilizações como evitar incrementos de custos. Após, cederam a pressões populares e governamentais, buscando moderar de alguma maneira conteúdos indevidos, como postagens criminosas, e adotar ou incentivar esforços de checagem de dados para filtrar desinformação. “Desde 2016, mais de 80 organizações, atuando em mais de 60 idiomas”, analisavam conteúdos publicados nas redes sociais da *Meta* (Helder, 2025).

Mas, em 2025, a empresa adotou o caminho mais barato e politicamente conveniente: encerrou seu programa de checagem em prol de eventuais avaliações feitas pelos próprios usuários (“notas da comunidade”), como já adotado pela concorrente *Twitter* (atual *X*) (Guimarães, 2025), empresa controlada por um bilionário que atuou como conselheiro do governo dos Estados Unidos.

Há maneiras agnósticas, indiferentes ao conteúdo das postagens, de enfrentar a desinformação ou, pelo menos, a polarização ou exposição a conteúdo extremo. Para demonstrar, Li, Kang e Bie (2024) basearam-se em propriedades relacionais, tais como as interações de usuários com os conteúdos, para classificá-los (como as mídias sociais geralmente fazem, embora não se restrinjam a este critério). A partir daí, seu modelo lógico, indiferente ao conteúdo, expôs deliberadamente usuários a postagens diversificadas (como as mídias sociais geralmente não fazem). Os autores demonstraram que este modelo não suprime seletivamente opiniões ou visões particulares.

Outra maneira de enfrentar a desinformação é o combate ao comportamento inautêntico, incluindo a “remoção de perfis e páginas, com anúncios importantes feitos ao menos desde 2018 no Brasil” (Brito Cruz; Fragoso; Massaro; 2020, p. 9). Seriam exemplos desse tipo de comportamento identificado pelas grandes plataformas:

[...] uso de *bots* não-rotulados, coordenação de várias páginas ou perfis que parecem autônomos e independentes entre si, vendas de likes e seguidores, e disparo em massa de mensagens são exemplos de comportamentos abusivos ou inautênticos que buscam produzir percepções enganosas sobre como está se dando o debate público e sobre quem está participando dele (Brito Cruz; Fragoso; Massaro; 2020, p. 9).

Nas palavras de Zuboff (2020, p. 575), a “indiferença radical” pelo conteúdo estaria ligada à proliferação de desinformação, já que “não importa

o que está na tubulação, contanto que esta esteja cheia e fluindo". A visita de Koebler (2024, tradução nossa) à "internet zumbi" parece demonstrá-lo, já que o "website desastroso onde há pouca conexão social de fato" segue sendo a rede social "gigantesca com bilhões de usuários ativos". Podemos acrescentar que a tubulação referida por Zuboff (2020) se enche e flui mais se o conteúdo for "engajante", explorando ideias extremas, polêmicas, teorias da conspiração. Estas últimas estão "entrelaçadas com questões de fé, política e preconceito" (Chatfield, 2022, tradução nossa), integrando componentes sociais como a participação em comunidades, incentivos de grupo e, inclusive, diversão. Se a diversão parece um item estrangeiro na frase anterior, é porque não é comum ser enfatizada a ludicidade das teorias conspiratórias, que têm lugar em plataformas; já elas próprias são aplicadoras de princípios de gamificação na busca pelo cumprimento dos seus interesses empresariais (Alter, 2018; Chatfield, 2022; Schwarz, 2022).

A desinformação sempre fez parte da história humana, mas o fenômeno recente, que ensejou a popularização de expressões como *fake news* e pós-verdade, é algo diferente. Se esses termos, assim como outras expressões usadas para falar de desafios informacionais atuais, não são novos, "a digitalização das práticas informacionais e da política deu a eles, senão novos sentidos, novas proporções" (Dedavid, 2023, p. 43). Schneider (2022, p. 15) conceitua a "desinformação digital em rede" da seguinte maneira:

Ao conjunto das modalidades desinformacionais contemporâneas mais alarmantes que nascem, fluem, transbordam, irrigam, alimentam o cenário atual (de tons grotescos) e dele se retroalimentam, dou o nome de desinformação digital em rede (doravante DDR). A noção de DDR diz respeito ao conjunto de ações desinformacionais veiculadas nas diversas redes digitais existentes, tais como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Telegram, TikTok e similares. Não se refere, portanto, a conversas presenciais, à velha imprensa ou radiodifusão, embora certamente as nutra e seja por elas nutrida".

Em resistência a essas questões, duas linhas teóricas da Ciência da Informação defendem uma práxis educativa situada politicamente: Competência Crítica em Informação (CCI) e Competências Infocomunicacionais (InfoCom).

6 EDUCAÇÃO EM INFORMAÇÃO

A CCI e a InfoCom problematizam as dinâmicas de poder envolvidas na produção e mediação da informação, defendendo uma educação libertadora, baseada na pedagogia crítica (Bezerra; Schneider, 2022; Borges; Brandão; Barros, 2022). Tal educação deveria ser integrada aos currículos de cursos de graduação e mesmo da educação básica (Heller; Jacobi; Borges, 2020), o que dialoga com o defendido por entrevistados na pesquisa empírica: dezessete dos 32 estudantes usaram palavras com a raiz 'educ'.

A educação de matiz crítica que é defendida pela CCI e pelas InfoCom aponta as contradições e as dinâmicas de poder envolvidas na relação com a informação. A apropriação das ferramentas para além do acesso e da operação técnica (previstos em estudos mais clássicos de competência em informação), envolvendo um uso consciente em busca de autonomia, visa lançar luz ao que há por trás de ambientes e práticas informacionais cotidianas. Como defende Brandão (2022, p. 32),

As tecnologias sociais têm contribuído para as práticas colaborativas, sobretudo, no que diz respeito ao aprender juntos, compartilhar experiências e vivências e cocriar. No entanto, apenas o uso delas não é suficiente para o desenvolvimento de competências para o trabalho colaborativo, uma vez que se faz necessário saber lidar com o "eu" e também com o "outro", além de toda a complexidade que essa relação suscita como, por exemplo, argumentar e defender suas crenças, preservando sua identidade ao mesmo tempo em que se precisa ouvir o outro, considerar opiniões adversas, abrir mão de determinadas ideias e/ou conciliá-las com outras em prol de uma coletividade.

O desafio de dialogar, considerando opiniões adversas, buscar conciliação dentro da diversidade de posicionamentos, talvez tão difícil quanto importante na história humana, é repaginado com o advento contínuo de novas tecnologias sociais, com suas implicações sociais, econômicas e psicológicas. Um exemplo disto é a população cada vez maior de "usuários", conteúdos e interações feitas por robôs, incluindo uso de IA generativa, na rede social que talvez ainda seja a mais popular do mundo, tendo mais de três bilhões de usuários em janeiro de 2024 (Koebler, 2024; Social Media, 2025). As mudanças são rápidas e incluem os mecanismos de ocupação e controle dos espaços de debate público (e privado, se considerarmos nossas comunicações cada vez mais mediadas tecnologicamente).

A nossa atenção é um território em disputa, muito dos conteúdos que chegam até nós não foram procurados (Borges, 2022). A disputa pela nossa atenção é também uma busca por modular ou modificar nosso comportamento (Zuboff, 2020), que pode ser relacionada a lógicas coloniais de expansão do poder e do controle. Um tecnocapitalismo ou colonialismo digital que tem muito em comum com o colonialismo histórico, embora agora atue mais no âmbito simbólico, ainda que com consequências materiais importantes (Couldry, 2020; Morozov, 2022). Um colonialismo que atua em diversas indústrias e influencia também a opinião pública:

O colonialismo digital também está presente no poder político que as corporações da indústria digital passam a ter. O poder geopolítico das *big techs* é acrescido da centralidade das tecnologias informacionais na produção e no funcionamento de produtos de diversos ramos estratégicos, entre os quais se destacam as indústrias bélica, de transporte e de telecomunicações. Além disso, elas exercem influência indireta sobre a opinião pública, a depender de como direcionam o conteúdo disponível em suas plataformas (Faustino; Lippold, 2023, p. 87).

A resistência à ideologia colonial é uma resistência às monoculturas, uma resistência a um sistema de pensamento que fomenta práticas violentas (Núñez, 2021). Um sistema que dá lugar, por exemplo, ao negacionismo das opressões raciais, para cuja desconstrução “não basta atuar na dimensão da informação, apenas, mas na própria barreira emocional que a ideologia colonial engendra” (Núñez, 2021, p. 4). O colonialismo digital representa uma continuidade de certa racionalidade do colonialismo histórico, justificando a apropriação de recursos mundiais por uma pequena parte do mundo (Couldry, 2020).

Uma visão menos etnocêntrica pode proporcionar reflexões sobre opressões embutidas no colonialismo digital, nos espaços digitais das plataformas que veiculam desinformações de maneira indiferente (Zuboff, 2020) ou preferencial (considerando que informação falsa tende a engajar mais os usuários), já que favorece seus interesses estratégicos e empresariais. As opressões dos ambientes informacionais também podem ser formuladas sem o binarismo sobre a validade ou veracidade, mas com os apontamentos dos seus efeitos sobre grupos humanos:

Se temos diversas narrativas de mundo, para além da simplificação verdade ou mentira, que outras perguntas podemos nos fazer? E se em vez do critério da verdade suprema nos inspiramos em pistas como: essa narrativa de mundo promove saúde? Essa cosmogonia inspira coletividade e partilha ou mérito e superioridade? (Núñez, 2021, p. 4).

O fenômeno-problema da desinformação, na nossa visão, está muito entranhado nesse ecossistema digital plataformizado em parâmetros coloniais. Um dos entrevistados falou da insuficiência da atuação individual, enquanto jornalista, para fazer frente ao desafio da desinformação. Segundo ele,

A gente pode pensar em um cenário que é meio até utópico, que é as elites sociais, econômicas, políticas, mudarem suas atitudes, mudarem sua forma de enxergar, de perceber e de agir no mundo... e aí a gente teria talvez um resultado muito eficaz.

Sua argumentação combina com o que diz Harari (2018, p. 90-91), também num tom pouco otimista: "O futuro das massas dependerá então da boa vontade de uma pequena elite". Uma experiência histórica relatada por Michael Moss (2023) em entrevista a Tristan Harris, em um episódio do *podcast* que traz paralelos entre as *Big Tech* e as *Big Food*, ilustra que a boa vontade de um poderoso presidente da maior empresa do ramo alimentício, em tentativa de colaboração com seus pares controladores de empresas concorrentes, não foi capaz de criar a "mudança para melhor" que defendia. O empresário promoveu uma reunião do setor industrial para tentar diminuir o potencial de danos à saúde pública das fórmulas químicas nos produtos e dar maior transparência aos rótulos, mas viu sua iniciativa precisar ser abandonada dois meses depois, numa manutenção da competição pelo produto mais viciante. Harris e Moss comparam tal inescrupulosidade em busca de agradar aos investidores com o que a indústria das mídias sociais tem feito nos últimos anos (Moss, 2023). Não parece provável que a desinformação, com o lucro que a costuma acompanhar, vá ser evitada com algumas decisões de uma elite que é beneficiada por este *status quo*.

Uma mudança efetiva nesse campo demanda o exercício de uma práxis transformadora, com atuação educadora e política – no âmbito da informação, uma atuação como a defendida pelas InfoCom e pela CCI. Para citar Freire (2011), referência de ambas as correntes teóricas, é necessário promover uma "formação que, incluindo a preparação técnico-científica, vai mais além dela" (Freire, 2011, p. 84), pois "[s]e a educação não é a chave das transformações sociais, não é também simplesmente reprodutora da ideologia dominante" (Freire, 2011, p. 75).

Doctorow (2023) diz que há duas excepcionalidades da tecnologia. Uma é a já mencionada universalidade, que faz com que os computadores sejam,

em regra, capazes de executar quaisquer programas. A outra é que, embora acredite que a luta por uma tecnologia livre, que promova autonomia aos usuários, não seja mais importante do que outras lutas (como a por justiça ambiental, de gênero, de raça, de classe), é em espaços digitais que todas essas lutas são travadas. Segundo ele, as ferramentas digitais são muito melhores para ativistas do que as ferramentas que substituíram.

Precisamos de uma internet livre, justa e aberta para lutar todas essas outras batalhas. [Assim,] a internet pode não ser mais importante, mas é excepcional porque é a condição necessária, embora insuficiente, para a criação de um mundo melhor (Doctorow, 2023, tradução nossa).

É urgente, então, que a internet seja objeto de discussões baseadas em uma educação em informação de viés crítico (Borges; Brandão; Barros, 2022). Para que as abordagens a ela nos mais diversos âmbitos, como o formativo e o regulatório, levem em conta a importância desse viés para a construção de comunidades mais saudáveis.

7 CONCLUSÃO

Este trabalho objetivou discutir sobre o poder exercido pelas plataformas digitais e sua relação com a desinformação, de certa maneira aproximando-se da Filosofia da Informação, pelo seu enfoque reflexivo, exploratório e qualitativo. Embora tenha se embasado em resultados de pesquisa empírico-bibliográfica, esta não pretendeu nem revisar amplamente a bibliografia da área, nem gerar dados empíricos generalizáveis. Nesta linha, suas limitações metodológicas permitem vislumbrar trabalhos futuros: uma pesquisa com critérios estatísticos que permitam generalizações sobre o público estudado; uma pesquisa bibliográfica sistemática do estado da arte dos temas aqui tratados. Além disso, uma atualização poderia incorporar temáticas e expressões popularizadas recentemente, como integridade da informação (relacionada com a desinformação), soberania digital (relacionada com o colonialismo digital) e, claro, IA generativa.

Nas respostas às dez perguntas, apenas um entrevistado, do curso da área da Informação na universidade espanhola, usou a palavra algoritmo. Para além desse resultado quantitativo, questões como dinâmicas de poder envolvendo plataformas, vieses algorítmicos ou colonialismo digital raramente apareceram no discurso dos entrevistados. No contexto das dinâmicas de

poder envolvidas nas plataformas digitais, lugar onde a desinformação prolifera, a consciência sobre essas dinâmicas é parte da educação crítica. Quando se trata de estudantes e profissionais de Informação e Comunicação, a educação em informação é uma ferramenta para atuar nisso.

A “criação de um mundo melhor” através de uma práxis que considere o relevo do campo onde as batalhas emancipatórias são travadas demanda conscientização sobre esse campo. Desafios impostos à humanidade demandam transformações que precisam ser construídas nesse campo de batalhas e talvez a transformação dele próprio em um espaço mais livre e justo seja prioritária.

Conversar com estudantes de graduação das áreas de Informação e Comunicação permitiu constatar atenção e clareza dos entrevistados sobre diversas questões, dificuldades, caminhos e soluções possíveis.

Neste artigo, destacamos uma quase ausência em relação à nossa expectativa: a importância da concentração de poder e das características abusivas das plataformas digitais para o fenômeno da desinformação. Essa quase ausência sugere uma opacidade da relação entre desinformação e concentração de poder das plataformas, análoga à opacidade dos mecanismos de funcionamento das plataformas: a falta de transparência algorítmica. Se essa relação entre desinformação e algoritmos (ou funcionamento das plataformas) não está presente nas falas de estudantes, futuros profissionais de áreas diretamente vinculadas com o fenômeno da desinformação, deve ser ainda mais opaca e invisibilizada para as comunidades no geral. Sem delinear essas relações de poder ligadas ao problema, é mais difícil lidar com ele técnica, política e socialmente. Os estudos e práticas de educação em informação, existentes também nas áreas da Informação e da Comunicação, podem ser transformadores neste sentido.

Enquanto espaços mediadores e controladores de parte cada vez mais inescapável das nossas interações sociais e/ou íntimas com materiais e informações nos mais diversos formatos, as plataformas digitais e suas dinâmicas de poder merecem maior centralidade nos debates acadêmicos e profissionalizantes das duas áreas.

REFERÊNCIAS

AGNOSTIC (DATA). In: WIKIPEDIA The Free Encyclopedia. Flórida: Wikimedia Foundation, 2025. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Agnostic_\(data\)&oldid=1276415277](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Agnostic_(data)&oldid=1276415277). Acesso em: 8 maio 2026.

ALTER, A. **Irresistível**: por que você é viciado em tecnologia e como lidar com ela. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

ARAÚJO, C. A. Á. Novos desafios epistemológicos para a ciência da informação. **Palavra Chave**, La Plata, v. 10, n. 2, p. e116–e116, 2021. DOI <https://doi.org/10.24215/18539912e116>.

BEZERRA, A. C.; ALMEIDA, M. A. Rage against the machine learning: a critical approach to the algorithmic mediation of information. **Brazilian Journal of Information Science**: research trends, v. 14, n. 2, p. 06–23, abr./jun. 2020. DOI <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2020.v14n2.02.p6>.

BEZERRA, A. C.; SCHNEIDER, M. (org.). **Competência Crítica em Informação**: teoria, consciência e práxis. Rio de Janeiro: IBICT, 2022. Disponível em: <http://ridi.ibict.br/handle/123456789/1200>. Acesso em: 15 abr. 2026.

BORGES, J. Por que promover competências infocomunicacionais? In: BORGES, J; BRANDÃO, G; BARROS, S. S. **Educação para a informação**: como promover competências infocomunicacionais. [s.l.]: Pimenta Cultural, 2022. Disponível em: <https://www.pimentacultural.com/livro/educacao-informacao>. Acesso em: 13 abr. 2026.

BORGES, J; BRANDÃO, G; BARROS, S. S. **Educação para a Informação**: Como promover competências infocomunicacionais. [s.l.]: Pimenta Cultural, 2022. Disponível em: <https://www.pimentacultural.com/livro/educacao-informacao>. Acesso em: 13 abr. 2026.

BRANDÃO, G. O que são competências infocomunicacionais? In: BORGES, J; BRANDÃO, G; BARROS, S. S. **Educação para a Informação**: Como promover competências infocomunicacionais. [s.l.]: Pimenta Cultural, 2022. Disponível em: <https://www.pimentacultural.com/livro/educacao-informacao>. Acesso em: 13 abr. 2026.

BRISOLA, A. C. C A. S. **Competência Crítica em Informação como resistência à sociedade da desinformação sob um olhar freiriano**: diagnósticos, epistemologia e caminhos ante as distopias informacionais contemporâneas. 2021. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/1165/1/BRISOLA_ANNA_TESE_A%20CCI%20como%20Resist%C3%Aancia.pdf. Acesso em: 13 abr. 2026.

BRITO CRUZ, F.; FRAGOSO, N.; MASSARO, H. **Estratégias de proteção do debate democrático na internet**. São Paulo: InternetLab, 2020. Disponível em: https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/07/il_policypaper2_estrategias-de-protecao_20200715.pdf. Acesso em: 7 maio 2026.

BUCCI, E. Eugênio Bucci: pessoas trabalham de graça para redes sociais. [Entrevista cedida a] Eduardo Sombini. **Ilustríssima Conversa**, [s.l.], 10 jul. 2021. Disponível em: <https://omny.fm/shows/ilustr-ssima-conversa/pessoas-trabalham-de-gra-a-para-redes-sociais-afir>. Acesso em: 15 abr. 2026.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto & Contexto - Enfermagem**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679–684, 2006. DOI <https://doi.org/10.1590/S0104-07072006000400017>.

CHATFIELD, T. Why your life could be part of someone else's game. In: BBC, [s.l.], 21 set. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/future/article/20220920-why-your-life-could-be-part-of-someone-elses-game>. Acesso em: 8 maio 2026.

COULDRY, N. A escalada da algoritmização da vida em tempos de pandemia: colonialismo de dados e esvaziamento da vida social antes e pós pandemia de COVID-19. In: SIMPÓSIO INTERACIONAL IHU, 19, 2020, Porto Alegre. **Anais** [...]. Porto Alegre: Unisinos, 2020. Disponível em: https://ihu.unisinos.br/images/ihu/2020/eventos/simposio_homo_digitalis/conferencias_pdf/Nick_Couldry.pdf. Acesso em: 13 abr. 2026.

DE ANGELIS, D. Creative Commons licenses and generative artificial intelligence: a synergy for knowledge sharing. In: NEXA CENTER FOR INTERNET & SOCIETY, Torino, 09 jan. 2024. Disponível em: <https://nexa.polito.it/creative-commons-licenses-and-generative-artificial-intelligence/>. Acesso em: 15 abr. 2026.

DEDAVID, D. A. **Pensando a desinformação com estudantes das áreas de informação e comunicação**: um estudo comparado no Brasil e na Espanha à luz das Competências Infocomunicacionais e da Competência Crítica em informação. 2023. Dissertação (mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/265445>. Acesso em: 15 abr. 2026.

DOCTOROW, C. The Internet Con: how to seize the means of computation (Verso, 2023). [Entrevista cedida a] Jake Chanenson. **New Books Network**, [s.l.], 9 ago. 2023. Podcast. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/the-internet-con>. Acesso em: 8 maio 2026.

EVANGELISTA, R. As Big Techs pagarão pelo roubo de conhecimentos?. **Outras Palavras**. São Paulo, 21 dez. 2023. Tecnologia em disputa. Disponível em: <https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/as-big-techs-pagarao-pelo-roubo-de-conhecimentos/>. Acesso em: 12 jan. 2025.

FAUSTINO, D. M.; LIPPOLD, W. **Colonialismo Digital**: por uma crítica hacker-fanoniana. São Paulo: Boitempo, 2023.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

GARCÍA-MARÍN, D.; SALVAT MARTINREY, G. Investigación sobre desinformación en España: Análisis de tendencias temáticas a partir de una revisión sistematizada de la literatura. **Fonseca, Journal of Communication**, Salamanca, n. 23, p. 199–225, 2021. DOI <https://doi.org/10.14201/fjc202123199225>.

GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE. In: WIKIPEDIA: The Free Encyclopedia. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Generative_artificial_intelligence&oldid=1268796351. Acesso em: 11 jan. 2025.

GUIMARÃES, L. O que muda com a novidade da Meta? Entenda melhor alterações e redes afetadas. **CNN**, [s.l.], 08 jan. 2025. Tech. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/o-que-muda-com-a-novidade-da-meta-entenda-melhor-novidades-e-redes-afetadas/>. Acesso em: 12 jan. 2025.

HARARI, Y. N. **21 lições para o Século XXI**. Tradução Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HELDER, D. Como era o serviço de checagem da meta e quais tipos de postagens eram barradas que agora podem aparecer. **G1**, Rio de Janeiro, 08 jan. 2025. Tecnologia. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2025/01/08/como-era-o-servico-de-checagem-da-meta-e-quais-tipos-de-postagens-eram-barradas-que-agora-podem-aparecer.ghtml>. Acesso em: 12 jan. 2025.

HELLER, B; JACOBI, G; BORGES, J. Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, v. 49, n. 2, p. 1-30, maio/ago. 2020. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/5196>. Acesso em: 15 abr. 2026.

HOWARTH, D. R. **Discourse**: concepts in the Social Sciences. Buckingham: Open University Press, 2000.

KOEBLER, J. Facebook's AI Spam Isn't the 'Dead Internet': It's the Zombie Internet. In: 404 MEDIA. 2 maio 2024. Disponível em: <https://www.404media.co/facebooks-ai-spam-isnt-the-dead-internet-its-the-zombie-internet/>. Acesso em: 15 abr. 2026.

LI, N.; KANG, B.; BIE, T. D. Content-Agnostic Moderation for Stance-Neutral Recommendations. **Arxiv**, 2024. DOI <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.18941>.

MARX, P. O futuro do transporte além do Vale do Silício: entrevista com Paris Marx. [Entrevista cedida a] Rafael Grohmann. **Digilabour**, [s.l.], 18 ago. 2022. Disponível em: <https://digilabour.com.br/o-futuro-do-transporte-alem-do-vale-do-silicio-entrevista-com-paris-marx/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

MOROZOV, E. Critique of Techno-Feudal Reason. **New Left Review**, [s.l.], n. 133/134, p. 89–126, 2022. Disponível em: <https://newleftreview.org/issues/ii133/articles/evgeny-morozov-critique-of-techno-feudal-reason>. Acesso em: 15 abr. 2026.

MOSS, M. Big Food, Big Tech and Big AI with Michael Moss. [Entrevista cedida a] Tristan Harris. **Your Undivided Attention**, [s.l.], 6 jul. 2023. Disponível em: <https://your-undivided-attention.simplecast.com/episodes/big-food-big-tech-and-big-ai-with-michael-moss-7Mdwcmmt>. Acesso em: 15 abr. 2026.

NÚÑEZ, G. Monoculturas do pensamento e a importância do reflorestamento do imaginário. **Climacom**, v 8, n. 21, nov. 2021. Disponível em: <http://climacom.mudancasclimaticas.net.br/monoculturas-do-pensamento/>. Acesso em: 15 abr. 2026.

PIERCE, D. **The text file that runs the internet**. [s.l.]: The Verge, fev. 2024. Disponível em: <https://www.theverge.com/24067997/robots-txt-ai-text-file-web-crawlers-spiders>. Acesso em: 8 maio 2026.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RUBIN, A. T. **Rocking qualitative social science**: an irreverent guide to rigorous research. Stanford: Stanford University Press, 2021.

SCHNEIDER, M. A era da desinformação. In: A TERRA É REDONDA: eppur si muove... [s.l.]: A Terra é Redonda, 2022. Introdução. Disponível em: <https://aterraeredonda.com.br/a-era-da-desinformacao/>. Acesso em: 15 abr. 2026.

SCHWARZ, O. Sociological Theory for Digital Society: the codes that bind us together. [Entrevista cedida a] Rituparna Patgiri. **New Books in Sociology**, [s.l.], 16 mar. 2022. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/sociological-theory-for-digital-society>. Acesso em: 15 abr. 2026.

SILVA, T. Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL LAVITS, 6., 2019, Salvador. **Anais** [...]. Salvador:[s.n.], 2019. Disponível em: <https://lavits.org/wp-content/uploads/2019/12/Silva-2019-LAVITSS.pdf>. Acesso em: 8 maio 2026.

SOCIAL MEDIA. In: WIKIPEDIA: The Free Encyclopedia. Flórida: Wikimedia Foundation, 2025. Disponível em: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=1269120429. Acesso em: 13 jan. 2025.

SUJON, Z. The Social Media Age. [Entrevista cedida a] Dave O'Brien. **New Books in Sociology**, [s.l.], 18 maio 2021. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/zoetanya-sujon-the-social-media-age-sage-2021>. Acesso em: 15 abr. 2026.

THE CALIFORNIAN IDEOLOGY. *In*: WIKIPEDIA: The Free Encyclopedia. Flórida: Wikimedia Foundation, 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Californian_Ideology. Acesso em: 8 maio 2026.

ZUBOFF, S. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

CONFLITOS DE INTERESSE

Os autores declaram não haver conflitos de interesse. de natureza pessoal, financeira, intelectual, profissional, política ou religiosa, conforme orienta o *Committee on Publication Ethics (COPE)*.

APÊNDICE A

Quadro 3 – Roteiro das entrevistas realizadas no Brasil em agosto de 2022

1. Tu tá quase concluindo o curso, né? O que tu diria que são as grandes questões da área da Informação/Comunicação hoje? E quais os desafios da área na atualidade?
2. Notei que tu [não] mencionou desinformação nessa primeira pergunta. Tu acha que vai ter que lidar com isso na tua atuação profissional?
3. Como tu definiria a desinformação? Ou que palavras vêm à tua cabeça quando tu pensa "desinformação"?
4. Tu te percebe preparada para lidar com a desinformação? Por quê?
5. O que deve ser feito em relação a desinformação, fake news, pós-verdade? E quem tu acha que deve fazer?
6. Como tu vê a discussão sobre esses assuntos na faculdade? Há debate em sala de aula sobre esses assuntos, ou mesmo fora dela?
7. Qual postura tu acha que o profissional da área deve ter? Tu destacaria algo que tu observa ou não observa na profissão?
8. Tu acha que alguma instituição ou ator social tem papel chave para pensar sobre esses assuntos e agir em relação a eles?
9. Tu acha que é diferente lidar com desinformação em ambientes diferentes? Tipo na Universidade, com a família, no trabalho, com amigos?
10. Tem alguma coisa a mais que tu queira falar ou alguma pergunta que tu acha que faltou fazer, que eu poderia ter feito em relação a esse assunto?
11. Qual tua idade?
12. Gênero?
13. Raça?
14. Renda familiar aproximada?
15. Qual a escolaridade dos teus pais?

Fonte: Dedavid (2023).

Quadro 4 – Roteiro das entrevistas realizadas na Espanha em setembro e outubro de 2022

1. ¿Qué curso estás estudiando actualmente? ¿Cuáles son, en tu opinión, los grandes problemas de la Información/Comunicación hoy? ¿Cuales son los desafíos del área en la actualidad?
2. He notado que tu (no) mencionaste la desinformación. ¿Piensas que vas a tener que hacer frente a esto en tu actuación profesional?
3. ¿Cómo definirías la desinformación? ¿Qué palabras vienen a tu mente cuando piensas en "desinformación"?
4. Te sientes preparado para hacer frente a la desinformación? ¿Cómo?
5. ¿Qué se debe hacer en relación a la desinformación, fake news, posverdad? ¿Quién debería hacerlo?
6. ¿Cómo ves el debate sobre esos asuntos en la facultad? ¿Hay debate en las aulas (o fuera de ellas) sobre el tema?
7. ¿Cuál debería ser la acción del profesional del área? ¿Destacarías algo que observas o no observas en la profesión?
8. ¿Piensas que alguna institución, entidad, agente social, tienen un papel clave para reflexionar sobre el asunto y actuar en consecuencia a el?
9. ¿Es distinto gestionar la desinformación en ambientes diversos? Como, por ejemplo, en la universidad, con la familia, en el trabajo, con los amigos...
10. ¿Hay algo más que quieras decir, o alguna pregunta que falta hacer, que yo podría haber hecho...?
11. ¿Cuál es tu edad?
12. ¿Cuál es tu género?
13. ¿La nacionalidad de origen tuya y de tu familia es española?
14. ¿En qué tramo de renta respecto a la declaración de hacienda (IRPF) se encuentra tú o tu familia?
 - A. De 0 euros a 12.000 euros al año
 - B. De 12.000 euros a 20.000 euros
 - C. De 20.000 euros a 35.000 euros
 - D. De 35.000 euros a 60.000 euros
 - E. De 60.000 euros a 300.00 euros
 - F. Más de 300.00 euros
15. ¿Cuál es el nivel de estudio de tus padres o tutores?

Fonte: Dedavid (2023).

CONTRIBUIÇÕES DAS AUTORIAS

Informa-se nesta seção as funções de cada autoria, de acordo com a [taxonomia CRediT](#), conforme orientado na página da revista PCI:

Função	Definição
Conceituação	Daniel Aguiar Dedavid; Jussara Borges de Lima.
Curadoria de dados	Daniel Aguiar Dedavid.
Análise Formal	Daniel Aguiar Dedavid.
Obtenção de financiamento	—
Investigação	Daniel Aguiar Dedavid.
Metodologia	Daniel Aguiar Dedavid; Jussara Borges de Lima.
Administração do projeto	—
Recursos	—
Software	—
Supervisão	Jussara Borges de Lima.
Validação	—
Visualização [de dados (infográfico, fluxograma, tabela, gráfico)]	—
Escrita – primeira redação	Daniel Aguiar Dedavid; Jussara Borges de Lima.
Escrita – revisão e edição	Daniel Aguiar Dedavid; Jussara Borges de Lima.