26º ENANCIB
Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação
A Amazônia na sociedade global em rede: assimetrias e potencialidades informacionais, tecnológicas e ambientais
Belém, Pará, 09 a 13 de novembro de 2026
Universidade Federal do Pará

XXVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - XXVI ENANCIB

2177-3688

GT 5 – Política e Economia da Informação

IDEOLOGIZAÇÃO INFORMACIONAL: UMA GÊNESE CRÍTICA DA DESINFORMAÇÃO ECONÔMICA

INFORMATIONAL IDEOLOGIZATION: *A CRITICAL GENESIS OF ECONOMIC DISINFORMATION*

Dheyvid Adriano do Livramento Chaves – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Thiago Magela Rodrigues Dias – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Inserida em regimes de informação historicamente vinculados às relações de poder e às disputas hegemônicas do capitalismo, a desinformação econômica demanda abordagens capazes de incorporar sua dimensão estrutural de produção. Integrado a uma pesquisa que busca formular uma concepção de desinformação econômica à luz da crítica da economia política da desinformação, este trabalho tem como objetivo articular abordagens teóricas que permitam compreender o fenômeno da ideologização informacional. Para tanto, realizou-se uma pesquisa exploratória de caráter bibliográfico, mobilizando contribuições teóricas e conceituais de tradições críticas. Identificou-se que a informação não opera em terreno neutro, mas se encontra articulada às relações de poder, aos mecanismos de hegemonia, à produção do consenso e à reprodução das estruturas sociais. Destaca-se que a desinformação econômica deve ser entendida como expressão da organização ideológica da inteligibilidade econômica, sustentada por instituições, formas culturais, sistemas midiáticos e condições históricas de mediação da realidade social.

Palavras-chave: Ideologia; desinformação econômica; regime de informação.

Abstract: Inserted within information regimes historically linked to power relations and hegemonic disputes under capitalism, economic disinformation demands analytical approaches capable of incorporating its structural dimension of production. As part of a broader research project that seeks to formulate a conception of economic disinformation through the lens of the political economy critique of disinformation, this study aims to articulate theoretical approaches that enable an understanding of the phenomenon of informational ideologization. To this end, an exploratory bibliographic study was conducted, drawing on theoretical and conceptual contributions from critical traditions. The discussion indicates that information does not operate on neutral ground but is articulated with mechanisms of hegemony, consensus production, symbolic mediation, and the reproduction of social structures. It is noteworthy that economic disinformation should be understood not merely as the circulation of false content, but as an expression of the ideological organization

of economic intelligibility, sustained by institutions, cultural forms, media systems, and historically specific conditions of mediation through which social reality becomes social.

Keywords: Ideology; economic disinformation; information regime.

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade extremamente dependente da economia, na qual quase ninguém sabe nada sobre economia. Essa reflexão, paródica ao paradoxo de Carl Sagan, ilustra um irônico desafio da Era Digital atual: embora a capacidade humana de produzir, acessar e compartilhar informações siga aumentando exponencialmente, isso não está sendo acompanhado proporcionalmente pela capacidade de adquirir conhecimento real, inclusive sobre aspectos fundamentais que definem cotidianamente a vida.

O que significa a inflação? Como se mensura o desemprego? Como vão as finanças públicas? Como está distribuída a carga tributária? Áreas estratégicas devem ser privatizadas? Uma taxa de juros alta é boa para todo mundo? Como se proteger de golpes financeiros? O Bolsa Família desestimula o emprego? O crescimento do PIB sempre acompanha a distribuição de renda? O aquecimento global é economicamente inevitável? O fim da escala 6x1 vai quebrar o país? O comunismo põe em risco os bens de consumo?

O senso comum costuma ter respostas prontas para essas questões. Mas em uma sociedade em que a alfabetização e letramento econômicos atingem proporções pífias, a opinião pública é formada pelo consumo de ideias fabricadas por terceiros. No entanto, longe de haver unanimidade no compromisso coletivo de difundir a verdade em informações úteis para o exercício social da cidadania, a formação de consenso sobre questões econômicas costuma estar submetida aos interesses particulares de determinados grupos.

Chega-se, então, à desinformação econômica, que opera a serviço desses grupos e que tem como estratégias narrativas, entre outras, a distorção de indicadores, a descredibilização de instituições, a negação de eventos, o apelo aos vieses cognitivos, as falácias lógicas e as falsas dicotomias. Questões de ordem econômica, complexas por natureza, ainda carregam a particularidade de permitirem a omissão de conflitos materiais por trás de discursos de inevitabilidade política e neutralidade técnica.

Hegemônicas na literatura em Ciência da Informação, as proposições idealistas visam solucionar o fenômeno da desinformação através de medidas voltadas ao usuário consumidor, a exemplo de competências informacionais e educacionais. No entanto, embora

de reconhecida importância, tais abordagens demonstram limitações (Marques, 2025) para um combate eficaz à desinformação, especialmente a econômica, justamente por negligenciarem a ótica da sua produção, que não pode ser relegada a um plano secundário.

Nesse contexto, o presente trabalho constitui uma etapa de uma pesquisa mais ampla que constata a carência de uma conceituação formal de desinformação econômica na literatura científica, propondo, então, formular uma concepção de desinformação econômica pelas lentes da crítica da economia política da desinformação e diagnosticar o *modus operandi* desse fenômeno. Especificamente neste trabalho, comunica-se um recorte da pesquisa no qual o objetivo é articular abordagens teóricas que permitam compreender o fenômeno da ideologização informacional sob uma perspectiva crítica.

Ao adicionar novas premissas teóricas pela crítica da economia política de Marx ao conceito de regime de informação, originado em Frohmann e desenvolvido por González de Gómez, Bezerra (2023) vincula a produção, circulação e consumo de informação às relações sociais do modo de produção capitalista, atualizando, assim, o entendimento do conceito para: “representação conceitual do processo histórico das lutas de classes travadas no âmbito da produção e da circulação de informação” (Bezerra, 2023, p.3). No mesmo movimento, introduzindo a noção gramsciana de hegemonia, Schneider (2026, p. 185) o amplia: “cada regime de informação é a expressão, em diversos níveis de abstração, de dada hegemonia, isto é, da correlação de forças mais ou menos instável nas lutas entre classes e frações de classe sob o domínio e a direção de um bloco histórico em um momento dado”.

É nessa direção que se busca, oportunamente, ensaiar o entendimento do papel da ideologização da informação na constituição de um regime de desinformação, enquanto uma variável de um regime de informação dominante no contexto da forma social capitalista, no interior do qual a desinformação econômica se reproduz.

Por meio de uma pesquisa exploratória e do tipo bibliográfico, conduz-se uma mediação entre conceitos e teorias extraídos de diversas escolas de tradição crítica que se aproximam da problematização do fenômeno em uma dimensão estrutural e macrossociológica. Para orientar este diálogo, elegeram-se pensadores da Economia Política, da Escola de Frankfurt, dos Estudos Culturais e da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.

Devido às restrições de espaço deste formato de trabalho, será dispensada, neste momento, a tensão das divergências metodológicas e das contradições teóricas entre os

autores mobilizados. Adotando um necessário nível de abstração, mas esforçando-se para manter consistência de escala analítica, optou-se por utilizar um roteiro argumentativo sequenciado e de lógica cumulativa, capaz de guiar a uma compreensão de como a ideologização informacional é historicamente legitimada, operacionalizada e reproduzida.

2 INFORMAÇÃO, IDEOLOGIA E PODER

A compreensão da ideologia na raiz da crítica da Economia Política pode ser sintetizada na célebre formulação de que “os pensamentos da classe dominante são também, em todas as épocas, os pensamentos dominantes” (Marx; Engels, 2001, p.48). Com essa proposição, Marx e Engels deslocam a análise das ideias do plano abstrato para o terreno concreto das relações sociais. Em oposição às concepções idealistas que atribuíam autonomia à consciência, os autores sustentam que a produção das ideias, das representações e da consciência está diretamente vinculada à atividade material dos indivíduos e às condições históricas em que vivem (Marx; Engels, 2001). As formas de pensar, interpretar e representar o mundo não surgem espontaneamente da razão humana, mas são produzidas no interior de determinadas relações sociais de produção.

Nessa perspectiva, a ideologia não deve ser compreendida simplesmente como um conjunto de erros, mentiras ou ilusões deliberadamente produzidas, mas como uma forma social de produção de sentido que emerge das condições concretas da existência humana. As ideias dominantes tendem a apresentar relações historicamente construídas como se fossem naturais, universais e inevitáveis, ocultando os conflitos, interesses e contradições que lhes deram origem. O efeito dessa operação é a inversão da realidade social: as relações materiais que estruturam a sociedade aparecem como decorrência das ideias, quando, para Marx e Engels (2001), ocorre precisamente o contrário. A crítica da ideologia consiste, portanto, em revelar os vínculos entre as formas de consciência e as condições materiais que as produzem, restituindo às ideias seu caráter histórico e socialmente determinado.

Essa formulação possui implicações decisivas para uma compreensão crítica da informação. Se as ideias são produzidas no interior das relações sociais, não existe produção de conhecimento ou circulação de informações em um terreno neutro e desvinculado das disputas de poder. A informação passa a ser compreendida como um produto social, condicionado pelas estruturas econômicas, pelos interesses de classe e pelas formas historicamente constituídas de organização da vida coletiva. Nesse sentido, a dominação

material e a dominação intelectual aparecem como dimensões inseparáveis de um mesmo processo. É precisamente nessa articulação entre produção material, produção simbólica e exercício do poder que se encontram os fundamentos teóricos para pensar os processos de ideologização informacional desenvolvidos posteriormente por diferentes tradições críticas.

Se Marx e Engels estabeleceram que as ideias dominantes de uma época derivam das relações materiais de dominação, Gramsci (1999) avança essa ideia para o terreno concreto da disputa política e cultural, dedicando-se a explicar os mecanismos pelos quais determinadas concepções de mundo se tornam socialmente predominantes. Para o autor, a estabilidade das relações de poder depende da capacidade dos grupos dominantes de construir consenso em torno de seus interesses particulares, apresentando-os como interesses universais. Surge daí o conceito de hegemonia, entendido como uma forma de direção moral, intelectual e cultural que organiza a adesão dos grupos subalternos à ordem vigente. A hegemonia se apresenta como um processo histórico permanente de construção de legitimidade, por meio do qual determinadas interpretações da realidade são incorporadas ao cotidiano social e passam a orientar a ação dos indivíduos (Gramsci, 1999).

Nesse processo, a sociedade civil assume papel central. Longe de constituir um espaço neutro de circulação de ideias, ela corresponde ao conjunto de instituições, organizações e práticas culturais responsáveis pela produção e reprodução do consenso social. No processo de organização e difusão de visões de mundo compatíveis com determinados interesses sociais, articulam-se os diferentes elementos culturais que sustentam uma ordem hegemônica, conectando sistemas de crenças, valores, interpretações e formas de conhecimento às necessidades de reprodução de grupos dominantes (Gramsci, 1999). Dessa maneira, a hegemonia opera por meio de uma complexa articulação entre cultura, instituições, educação, meios de comunicação e demais instâncias produtoras de sentido, constituindo um mecanismo histórico concreto de organização social do consenso.

Essa visão reforça o papel da informação não como um recurso neutro de transmissão de conteúdos, mas como parte integrante das disputas pela construção da realidade social. Gramsci (1999) observa que a adesão das massas a determinadas concepções de mundo constitui um indicador fundamental da eficácia histórica das ideologias. Nesse contexto, o senso comum adquire especial relevância, uma vez que representa o conjunto fragmentado, contraditório e frequentemente acrítico de percepções compartilhadas socialmente. A luta pela hegemonia consiste justamente em organizar e estabilizar essas percepções dispersas em

torno de uma determinada visão de mundo. Os meios de comunicação, os sistemas educacionais e demais aparelhos culturais desempenham papel decisivo nesse processo, não apenas difundindo informações, mas também produzindo referências interpretativas que orientam a compreensão da realidade.

A análise de Benjamin (2012) introduz uma dimensão decisiva para a compreensão histórica das relações entre informação, cultura e poder: o papel das transformações técnicas na reorganização das formas de percepção social. Benjamin (2012) argumenta que a multiplicação dos meios de reprodução dissolve a singularidade associada à experiência estética tradicional, provocando o declínio daquilo que denomina aura. Mais importante do que suas implicações para a arte, entretanto, é a constatação de que os próprios modos de percepção são historicamente condicionados e se transformam juntamente com as mudanças nos meios técnicos de produção e circulação simbólica (Benjamin, 2012). A expansão das formas massificadas de comunicação altera as condições sob as quais os indivíduos apreendem a realidade, abrindo caminho para novas possibilidades de mobilização política das massas e de instrumentalização dos processos comunicacionais. A técnica deixa de ser apenas um meio de reprodução para se converter em elemento constitutivo da experiência social, antecipando questões que seriam aprofundadas posteriormente pelas teorias críticas da comunicação.

Conforme observa Mattelart (2012), as correntes críticas da Escola de Frankfurt, inspiradas em um marxismo em rompimento com a ortodoxia, passaram a questionar a ideia de que a expansão dos meios técnicos produziria automaticamente maior democratização social. Nesse contexto, os meios de comunicação deixam de ser interpretados apenas como instrumentos de integração social e passam a ser analisados como instâncias de poder, dominação e produção ideológica. Nesse horizonte, em meados dos anos 1940, se insere a contribuição de Adorno e Horkheimer cuja conceituação de indústria cultural representa uma influente interpretação crítica das relações entre cultura e comunicação no capitalismo.

Para Adorno e Horkheimer (1985), o desenvolvimento técnico e o avanço do esclarecimento não conduziram necessariamente à emancipação humana. Ao contrário, as mesmas capacidades racionais que ampliaram o domínio sobre a natureza foram incorporadas às estruturas de poder existentes, fortalecendo mecanismos de controle social. Assim, a cultura passa a ser produzida segundo a lógica mercadológica, submetendo-se aos imperativos da padronização, da serialização e da rentabilidade econômica. Como sintetiza

Mattelart (2012), a indústria cultural corresponde à produção industrial dos bens simbólicos, convertendo a cultura em um sistema integrado de reprodução das relações sociais dominantes. A racionalidade técnica deixa de ser um instrumento neutro e passa a operar como racionalidade da própria dominação (Adorno; Horkheimer, 1985).

A informação ocupa posição central nesse processo. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), a indústria cultural não atua prioritariamente pela difusão de conteúdos manifestamente falsos, mas pela reprodução contínua da ordem existente. A crescente circulação de informações e entretenimento produz simultaneamente esclarecimento e conformismo, limitando as possibilidades de reflexão crítica. A ideologia deixa de se apresentar como um sistema coerente de crenças para assumir a forma de uma permanente reafirmação do mundo tal como ele é. Ao naturalizar relações históricas e sociais, a comunicação de massa contribui para consolidar formas de adaptação subjetiva compatíveis com as exigências da reprodução social capitalista.

A crítica desenvolvida por Marcuse aprofunda esse diagnóstico ao deslocar a atenção para as novas formas de integração ideológica produzidas pelas sociedades industriais avançadas. Conforme destaca Mattelart (2012), Marcuse procura demonstrar que a racionalidade técnica não apenas organiza os processos produtivos, mas também molda as formas de pensamento e comportamento socialmente aceitáveis. O avanço da tecnologia e da ciência ocorre de maneira articulada à consolidação de mecanismos cada vez mais sofisticados de coordenação social, fazendo com que cultura, economia e política se integrem em um sistema relativamente homogêneo de reprodução da ordem vigente.

Nessa perspectiva, a tecnologia não pode ser concebida como um instrumento neutro que posteriormente seria utilizado para fins políticos. Para Marcuse (1982), as próprias formas técnicas incorporam racionalidades sociais específicas, tornando-se elementos constitutivos das relações de dominação. O desenvolvimento tecnológico produz novas modalidades de controle social que operam não apenas por coerção, mas pela organização das necessidades, dos desejos e das expectativas dos indivíduos. A racionalidade tecnológica converte-se, assim, em racionalidade política, reduzindo progressivamente os espaços de contestação e crítica.

A consequência desse processo é a formação do que Marcuse (1982) denomina pensamento unidimensional. Os sistemas de comunicação, publicidade, informação e entretenimento difundem padrões de comportamento e interpretação que tendem a neutralizar perspectivas alternativas de organização social. A ideologia deixa de atuar

exclusivamente no plano das representações para incorporar-se ao próprio funcionamento cotidiano da sociedade. Os produtos, serviços e mensagens produzidos pelo aparato econômico passam a transportar consigo formas específicas de consciência e adaptação social (Marcuse, 1982). Nesse sentido, a informação deixa de ser apenas um veículo de transmissão simbólica para integrar diretamente os mecanismos de reprodução ideológica que sustentam a estabilidade das sociedades capitalistas avançadas.

A sistematização histórica dessas transformações encontra uma concepção particularmente relevante na obra de Habermas. Conforme sintetiza Mattelart (2012), a análise de Habermas busca compreender como as mudanças estruturais do capitalismo modificaram as condições de funcionamento da esfera pública moderna. Em vez de tratar a opinião pública como um fenômeno natural ou universal, Habermas (2014) a concebe como uma construção historicamente situada, vinculada ao desenvolvimento da sociedade burguesa e às formas específicas de organização da comunicação pública.

A principal contribuição do autor consiste em demonstrar que a esfera pública se transforma juntamente com as mudanças nas estruturas econômicas e institucionais da sociedade. O espaço de discussão pública baseado na troca de argumentos entre pessoas privadas cede progressivamente lugar a formas de comunicação cada vez mais mediadas por organizações econômicas, políticas e midiáticas. A expansão dos meios de comunicação de massa promove uma integração crescente entre informação, entretenimento e publicidade, alterando profundamente as condições de formação da opinião pública (Habermas, 2014). Como observa o autor, a cultura difundida pelos meios de comunicação incorpora progressivamente elementos de propaganda e relações públicas, aproximando-se das necessidades de legitimação do *status quo*.

O resultado desse processo é a substituição da deliberação pública pela administração da opinião. Segundo Habermas (2014), a esfera pública passa a assumir funções crescentes de propaganda, enquanto a própria opinião pública tende a ser substituída por climas de opinião produzidos por técnicas de influência e persuasão. A comunicação deixa de operar prioritariamente como meio de debate racional para converter-se em instrumento estratégico de gestão do consenso. Com isso, sua crítica estabelece uma ponte entre as formulações da teoria crítica e as análises posteriores sobre manipulação informacional, fornecendo elementos que permitem entender como as transformações estruturais do capitalismo e dos

sistemas midiáticos criaram condições favoráveis para a fabricação e administração da legitimidade social.

A discussão sobre os mecanismos de formação da opinião pública ganha uma inflexão importante na obra de Lippmann (2008). Diferentemente das perspectivas que pressupõem um acesso direto dos indivíduos à realidade social, o autor argumenta que a complexidade do mundo moderno torna impossível que as pessoas conheçam diretamente a maior parte dos acontecimentos que influenciam suas vidas. O ambiente real é vasto, dinâmico e excessivamente complexo para ser apreendido integralmente, levando os indivíduos a reconstruí-lo por meio de representações simplificadas que orientam sua ação (Lippmann, 2008). Nesse contexto, a opinião pública é formada menos pela experiência direta dos fatos do que pelas imagens construídas sobre eles.

Com isso, Lippmann (2008) fornece uma formulação sistemática sobre a vulnerabilidade estrutural da opinião pública aos processos de construção simbólica da realidade. Os indivíduos respondem a representações mentais da realidade e não à realidade em si, de modo que suas opiniões são construídas a partir de informações fragmentadas, relatos de terceiros e esquemas culturais previamente estabelecidos. A imprensa e os demais sistemas de comunicação assumem, assim, um papel decisivo na seleção, organização e enquadramento dos acontecimentos, tornando-se mediadores fundamentais entre os fatos e as percepções coletivas (Lippmann, 2008).

Se em Lippmann a mediação simbólica aparece como uma condição inerente às sociedades complexas, Bernays (2020) transforma essa constatação em fundamento para uma teoria explícita da propaganda. Partindo da impossibilidade de que grandes contingentes populacionais acompanhem diretamente os assuntos públicos, o autor sustenta que a coordenação das sociedades modernas depende da organização deliberada da opinião coletiva e que a manipulação consciente de opiniões das massas é um elemento importante na sociedade democrática. A propaganda deixa de ser compreendida como prática excepcional e passa a ser concebida como componente regular da administração social (Bernays, 2020).

Nessa perspectiva, a propaganda corresponde a um conjunto de técnicas destinadas a moldar percepções, atitudes e comportamentos em larga escala. Bernays (2020) argumenta que a crescente complexidade da vida social tornou necessária a existência de mecanismos especializados de orientação da opinião pública, operados por governos, empresas,

organizações e grupos de interesse. A comunicação é concebida como uma verdadeira engenharia do consentimento, responsável por produzir adesão social em torno de determinadas ideias, produtos ou projetos políticos. Ao explicitar a manipulação da opinião como prática legítima e necessária das sociedades de massa, Bernays desvenda os mecanismos de gestão simbólica do consenso que seriam posteriormente analisados de forma crítica pela tradição da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.

As análises de Chomsky e Herman (2008) evoluem essa discussão para o plano das estruturas econômicas que condicionam a produção e circulação das informações. Em vez de compreender a propaganda como resultado exclusivo da ação deliberada de indivíduos ou organizações específicas, os autores procuram demonstrar como ela emerge do próprio funcionamento institucional dos sistemas midiáticos. No modelo de propaganda analisado pelos autores, baseado em episódios históricos, os meios de comunicação de massa desempenham a função de transmitir mensagens, valores e códigos de conduta que contribuem para integrar os indivíduos às estruturas dominantes da sociedade.

A principal contribuição dessa abordagem consiste em relacionar a produção da informação às assimetrias de riqueza e poder presentes nas sociedades capitalistas. Chomsky e Herman (2008) argumentam que as empresas de mídia estão inseridas em uma rede de interesses econômicos compartilhados com grandes corporações, instituições financeiras e estruturas governamentais, circunstância que influencia os critérios de seleção, enquadramento e circulação das notícias. Assim, a propaganda não opera prioritariamente por censura direta ou imposição explícita de conteúdos, mas por mecanismos estruturais que delimitam os limites do debate público e privilegiam determinadas interpretações da realidade (Chomsky; Herman, 2008). A informação passa a ser compreendida como parte de um sistema institucional de produção de consenso, conectando os processos comunicacionais às dinâmicas mais amplas de reprodução do poder econômico e político.

Mészáros (2004) contribui para entender a ideologia mais do que apenas um conjunto de ideias falsas ou como mera manipulação discursiva, sendo concebida como uma dimensão constitutiva dos próprios processos de reprodução social. Nessa perspectiva, as ideologias dominantes não se sustentam exclusivamente pela capacidade de ocultar a realidade, mas sobretudo por ocuparem uma posição privilegiada na definição dos critérios socialmente legítimos de interpretação do mundo. Como observam suas análises, a ordem estabelecida dispõe do controle das principais instituições culturais, políticas e econômicas, o que lhe

permite determinar os parâmetros dentro dos quais os conflitos sociais podem ser compreendidos e debatidos. A ideologização, portanto, não opera apenas por meio da censura ou da falsificação explícita dos fatos, mas pela delimitação prévia das formas aceitáveis de percepção, avaliação e interpretação da realidade social (Mészáros, 2004).

Essa análise amplia substancialmente o problema da ideologização informacional discutido até este ponto. Se em alguns teóricos a questão aparecia associada à propaganda, à indústria cultural, à formação da opinião pública ou às estruturas midiáticas, em Mészáros (2004) ela adquire um caráter ainda mais abrangente, alcançando os próprios critérios de racionalidade que organizam a vida social. As formas dominantes de conhecimento, os discursos científicos, as práticas administrativas e os modelos econômicos passam a desempenhar funções ideológicas na medida em que contribuem para naturalizar relações históricas específicas e limitar o horizonte das alternativas concebíveis. Assim, a informação não constitui apenas um recurso de comunicação ou persuasão, mas um elemento ativo da reprodução social, articulado às instituições e às estruturas que sustentam a ordem econômica vigente (Mészáros, 2004).

Dos vínculos entre produção material, ideologia e hegemonia, passando pelas reflexões sobre técnica, cultura e racionalidade observa-se um movimento de crescente sofisticação dos mecanismos de organização social do consenso. Em diferentes contextos históricos, tradições teóricas e epistemológicas, os autores com quem aqui foi dialogado convergem para a identificação de processos pelos quais a produção, circulação, consumo e legitimação das informações participam da constituição das relações de poder e da reprodução das estruturas de dominação.

> Se quisermos compreender os temas ideológicos dominantes nos vários climas intelectuais, é necessário situá-los dentro do quadro de três conjuntos fundamentais de determinações: 1. Os parâmetros socioeconômicos de uma fase histórica específica. 2. Os principais movimentos políticos e suas necessidades ideológicas e intelectuais. 3. As teorias e práticas científicas importantes, assim como as várias filosofias e as auto-reflexões da ciência referentes à sua função reguladora no complexo total das atividades humanas (Mészáros, 2004, p. 116).

A passagem de Mészáros indica um caminho para os desdobramentos dessa discussão. Se as formas de ideologização informacional são historicamente determinadas, torna-se necessário investigar os sugeridos conjuntos de determinações da fase contemporânea do capitalismo. Permanece em aberto, portanto, a análise das configurações ideológicas associadas à consolidação do neoliberalismo. É precisamente nesse ponto que devem ser

resgatadas contribuições de autores como Jameson (1997) e Fisher (2016), que sugerem que as formas contemporâneas de naturalização da ordem social já não operam apenas por meio da persuasão explícita, mas pela constituição de horizontes culturais nos quais as alternativas ao capitalismo passam a se tornar cada vez menos imagináveis.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora a desinformação não tenha constituído o objeto direto do debate desenvolvido neste trabalho, o percurso teórico realizado permite delinear alguns pressupostos que fundamentam a concepção de desinformação econômica que está em amadurecimento nesta pesquisa.

Em primeiro lugar, a desinformação econômica é compreendida como uma expressão estruturada da ideologia dominante, inseparável das disputas pela produção social dos sentidos e pela organização do consenso. Nessa perspectiva, ela não se reduz à circulação episódica de conteúdos falsos, mas integra processos mais amplos de construção hegemônica da percepção social. A desinformação econômica não atua apenas distorcendo informações sobre a realidade econômica, mas organizando as próprias condições sociais de sua inteligibilidade. Sua eficácia decorre do fato de operar sobre um terreno previamente constituído por instituições, meios de comunicação, formas culturais e elementos do senso comum que delimitam aquilo que pode ser percebido, pensado e considerado legítimo.

Desse modo, a desinformação não aparece como uma anomalia do sistema informacional, mas como uma possibilidade inscrita nas próprias formas históricas de mediação da realidade social. Trata-se, portanto, menos da circulação de falsidades e mais da organização ideológica da inteligibilidade econômica, conectando ideologia, economia e produção informacional sem reduzir o fenômeno a episódios isolados de manipulação midiática.

A desinformação econômica pode operar tanto mediante manipulação intencional quanto pela seleção, enquadramento, simplificação, naturalização ou hierarquização de informações e interpretações, encontrando condições de eficácia em estruturas hegemônicas previamente constituídas. Assim, sua operação não depende necessariamente de que os sujeitos sejam manipulados por uma mentira explícita ou facilmente contestável: ela pode ocorrer quando determinadas relações econômicas, interesses, conflitos e alternativas são

tornados pouco inteligíveis, enquanto vendem-se interpretações naturais, universais, inevitáveis, técnicas ou pertencentes ao senso comum.

O percurso traçado até o estágio atual da pesquisa permite sustentar uma hipótese conceitual, em termos ainda exploratórios, na qual a desinformação econômica pode ser concebida como uma forma de reprodução ideológica das relações sociais por meio da organização das condições de interpretação da realidade econômica. Seu caráter especificamente econômico decorre não apenas de ter a economia como o objeto temático — rompendo com definições simplistas da desinformação econômica —, mas de incidir sobre como informações, interpretações e representações sobre a realidade econômica são produzidos, selecionados, mediados, difundidos e circulados de maneira articulada às relações de poder e às disputas hegemônicas que atravessam a sociedade capitalista. Assim, a questão deixa de se limitar às falsidades e distorções ditas sobre economia e passa a incorporar no escopo analítico do fenômeno as relações sociais nas quais determinadas desinformações conseguem se tornar legítimas, dominantes e socialmente compreensíveis. Essa formulação permite preservar a dimensão informacional do fenômeno e ampliá-lo sob a crítica da economia política.

Em termos de continuidade da pesquisa, essa definição provisória ainda será confrontada com a literatura sobre desinformação para verificar o que o conceito precisa incorporar, rejeitar ou especificar. O resgate de elementos que conectam os contextos infocomunicacionais às ideologias de ordem política e econômica constitui um ensaio necessário para compreender a desinformação econômica como expressão da ideologização informacional. Trata-se de componentes estruturais dos regimes de informação que se manifestam nas diferentes fases históricas do capitalismo. A esses elementos somam-se, contudo, especificidades sociotécnicas próprias do regime de desinformação contemporâneo, erguido sob a lógica neoliberal e balizado pela plataformização, algoritmização e datificação, cuja investigação constitui objeto de uma nova etapa desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Tradução, apresentação e notas de Francisco De Ambrosis Pinheiro Machado. Porto Alegre: Zouk, 2012.

BERNAYS, Edward. **Propaganda**. Tradução de Albert Fuentes. [*s. l.*]: Titivillus, 2020.

BEZERRA, Arthur Coelho. Regime de informação e lutas de classes: reconstrução de um conceito à luz da crítica da economia política. **Ciência da Informação em Revista**, Alagoas, v. 10, n. 1/3, p. 1-14, 2023. Disponível em: https://periodicos.ufal.br/cir/article/view/17074 Acesso em: 21 jun. 2026.

CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. **Manufacturing consent**: the political economy of the mass media. London: The Bodley Head, 2008.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista:** ¿No hay alternativa? Buenos Aires: Caja Negra, 2016

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Edição e tradução de Carlos Nelson Coutinho Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução de Denilson Luís Werle. São Paulo: UNESP, 2014.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo:** a lógica cultural do capitalismo tardio. Tradução de Maria Elisa Cevasco. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Tradução de Jacques Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial:** o homem unidimensional. Tradução de Giasone Rebuá. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MARQUES, Rodrigo Moreno. Ilusões da Razão Idealista: os limites da Competência em Informação como instrumento para mitigar o fenômeno social da desinformação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Paraíba, v. 18, n. 1, 2025. Disponível em: https://revistas.ancib.org/tpbci/article/view/760 Acesso em: 21 jun. 2026.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. Tradução de Luis Claudio de Castro e Costa. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michéle. **História das teorias da comunicação**. Tradução de Luis Paulo Rouanet. 15. ed. São Paulo: Loyola, 2012.

MÉSZÁROS, István. **O poder da ideologia**. Tradução de Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2004.

SCHNEIDER, Marco. Regime de informação, lutas de classes e hegemonia: contribuições para a reconstrução de um conceito, *In:* SOUZA, Rafaela Martins de; MARQUES, Rodrigo Moreno (org.). **Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**: interpretando o mundo para transformá-lo. São Cristóvão: Sociedade EPTICC, 2026. p.171-187. Disponível em: https://sociedadeepticc.org.br/?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 21 jun. 2026.