

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E TEORIAS DA CONSPIRAÇÃO: A CAPTURA DO GOSTO PELO CAPITAL FICTÍCIO

**Marco Schneider, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict) e
Universidade Federal Fluminense (UFF), 0000-0001-5053-9491, Brasil,
marcoschneider@ibict.br**

1. Introdução

A liberdade de expressão, princípio fundamental das democracias modernas, tem sido instrumentalizada por duas forças aparentemente distintas, mas profundamente interligadas: o neoliberalismo e o neofascismo, que se retroalimentam e fortalecem em um processo que combina desregulação econômica e desinformação, ambos encontrando nas mídias sociais um terreno fértil para sua expansão. Enquanto o primeiro promove a financeirização da vida social, o segundo alimenta-se de teorias conspiratórias. No centro dessa convergência está a captura do gosto pelo capital fictício, moldando preferências, aversões e comportamentos em escala global, por meio das plataformas digitais, convertidas em máquinas de engajamento e desinformação.

A discussão, calcada em pesquisa teórica, qualitativa, exploratória, de base bibliográfica, divide-se em duas partes interligadas: (1) a captura do gosto pelo capital fictício, explorando como algoritmos e modelos de negócio das plataformas digitais modulam comportamentos e promovem desinformação; e (2) o papel das teorias conspiratórias na radicalização política de direita, demonstrando sua relação histórica com o fascismo e sua ressignificação contemporânea.

2. A Captura do Gosto pelo Capital Fictício

O gosto, substrato sensível da ideologia (Schneider, 2015), é fenômeno social, mediação do sensível (prazer, aversão) com o simbólico (valores, ideologias). Essa mediação tem sido crescentemente coordenada pelas plataformas digitais. No consumo em geral, nas escolhas políticas ou nos hábitos cotidianos, o gosto é motor semiconsciente da agência e campo de batalha ideológico.

Sua formação ocorre na família, na escola, na mídia e hoje sofre uma interferência sem precedentes das mídias sociais, que colonizam o tempo livre e convertem a experiência em dados monetizáveis.

Capital fictício designa formas de capital sem lastro em produtos ou serviços existentes. É expectativa de riqueza futura —ações, títulos, derivativos. Goza de grande poder na economia contemporânea e encontra nas plataformas digitais um de seus principais veículos de valorização. Meta (Facebook), Alphabet (Google) e Amazon, cujo modelo de negócio depende da extração de dados e da monetização da atenção, são majoritariamente controladas por fundos de investimento (Vanguard, BlackRock, State Street). Capital fictício.

De acordo com Dantas (2025):

Cerca de 87% do capital acionário da Alphabet está diluído no mercado financeiro [...] 25% de suas ações encontram-se nas carteiras de um punhado de fundos gestores de investimentos: Vanguard, BlackRock, State Street, Fidelity, Price (T. Rowe) Assoc., Geode, JP Morgan Chase, Morgan Stanley. Os nomes que costumam ser citados como “donos” do Google, Larry Page e Serge Brinn, detêm pouco mais de 10% do capital acionário da corporação. Por um acordo estatutário, esse percentual, embora minoritário, lhes dá poder de decisão determinante na condução dos negócios [...] grande parte da riqueza bilionária

de Page e Brinn também não passa de papéis girando na especulação financeira. Na Meta, quase 80% do capital acionário está diluído no mercado financeiro mas cada ação de Mark Zuckerberg vale 10 votos nas assembleias de acionistas. Assim como na Alphabet ou na Amazon, as carteiras daquele mesmo punhado de fundos gestores detêm, em conjunto, 34% das ações.

O principal negócio das *Big Tech* não é vender produtos, mas atenção perfilada: quanto mais tempo os usuários passam nas plataformas, mais valiosos se tornam seus perfis para anunciantes.

O funcionamento das redes sociais baseia-se na captura do gosto — um processo que vai além da simples identificação de preferências, envolvendo a modulação ativa de desejos e aversões. Seu objetivo é manter os usuários engajados pelo maior tempo possível, pois cada *like*, comentário ou compartilhamento gera dados valiosos para anúncios direcionados.

Nessa ambiência sociotécnica, a captura do gosto se dá em três etapas interconectadas:

1. Vigilância: algoritmos mapeiam gostos a partir de interações (*likes*, compartilhamentos).
2. Modulação: conteúdos são personalizados para reforçar vieses e gerar engajamento.
3. Commodificação: gostos perfilados são vendidos como "público-alvo" para campanhas políticas e publicitárias.

Essa dinâmica explica por que emoções como raiva e medo são tão exploradas: como demonstrou Fisher (2022), elas geram reações mais intensas (e lucrativas) do que argumentos racionais. A passagem da quantidade (exposição repetida) à qualidade (convicção ideológica) segue a dialética hegeliana: quando um conteúdo ultrapassa um limiar crítico, transforma-se em verdade subjetiva, nos discursos, afetos, ações. E o que começa como uma curiosidade marginal pode se tornar um movimento reacionário, como visto no crescimento global da extrema direita.

A instrumentalização do gosto não é nova. Explorar a raiva e o medo é expediente clássico do nazismo e do fascismo (Neumann, 1942; Paxton, 2005). Joseph Goebbels já usava rádio e cinema para difundir ódio e teorias conspiratórias, convertendo mentiras em senso comum (Bloch, 1990; Koyré, 1945). Hoje, os algoritmos cumprem papel análogo, mas com precisão inédita: a propaganda do século XX era a mesma para todos, as mídias sociais promovem a customização de massa, adaptando mensagens com o mesmo viés ideológico a cada perfil psicológico.

Outra velha estratégia de mobilização nazi-fascista que vem sendo atualizada pela extrema direita contemporânea são as teorias conspiratórias. Teorias conspiratórias são narrativas que substituem explicações complexas por ficções simplistas, maniqueístas, atribuindo eventos a grupos secretos (judeus, globalistas, elites). Sua eficácia reside principalmente em reduzir problemas estruturais a bodes expiatórios; no apelo emocional, explorando medos e frustrações sociais; na autorreferência, pois resistem ao contraditório, já que evidências que as contrariem são vistas como parte da conspiração (Neumann, 2017; Lewandowsky; Cook, 2020).

Teorias conspiratórias não são novidade na história política. O caso mais infame é dOs Protocolos dos Sábios de Sião, uma fraude czarista que fundamentou o holocausto nazista. Hoje, contudo, elas adquirem escala inédita com as redes sociais digitais, alimentando paranoia e justificando perseguições, como o Pizzagate (EUA) e o Kit Gay (Brasil), mentiras empregadas para criminalizar adversários e mobilizar eleitorados.

Essas atualizações de teorias conspiratórias ocorrem em meio ao que vem sendo chamado de guerra cultural. Guerras culturais (Tavares, 2021), originalmente um conceito sociológico cunhado por Hunter — que descreve mudança na pauta do debate político dos EUA, de questões econômicas para conflitos morais —, tornaram-se estratégia de desinformação e mobilização

neofascista. E o absurdo adquire status de opinião, numa tsunami de negacionismo científico e histórico, perseguição a minorias e majorias minorizadas, mentiras potencializadas por tecnologia algorítmica, corrupção do debate público, concentração de riqueza e aumento da pobreza. Normalizado o absurdo, o fascismo, disfarçado de liberdade de expressão, ressurge como alternativa política.

Considerações Finais

A liberdade de expressão, quando submetida à lógica do capital fictício e a agendas neofascistas, deixa de ser um direito democrático para se tornar um instrumento de dominação. As mídias sociais, ao priorizarem o engajamento acima de tudo, criam ecossistemas onde a desinformação se espalha mais rápido que a verdade, onde o preconceito e o ódio são economicamente rentáveis para uns, politicamente rentáveis para outros, de modo que uns e outros se apoiam.

Reverter esse cenário exige regulação das plataformas, com transparência algorítmica e responsabilização por danos a direitos individuais e coletivos; políticas públicas de promoção de competência midiática e informacional crítica, para que as pessoas estejam menos vulneráveis à indústria do engajamento; a reconstrução da esfera pública, mediante investimento em plataformas e mídias públicas, nacionais e soberanas.

É necessário, enfim, reavaliações críticas rigorosas de como o neoliberalismo coopta a comunicação e a política, flertando com o neofascismo.

Referências

- Bloch, E. (1990) *Heritage of Our Time*. University of California Press, 1990.
- Dantas, M. (2025) *Plataformas Digitais: trabalho, negócios e alternativas para uma economia digital justa*. Fundação Maurício Grabois.
<https://grabois.org.br/2025/02/17/plataformas-digitais-trabalho-negocios-alternativas-justas/>
- Fisher, M. (2023) *A Máquina do Caos. Como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo*. Todavia.,
- Koyré, A. (1945) *The Political Function of the Modern Lie*. In: *Contemporary Jewish Record – VIII. The American Jewish Committee*.
- Lewandowsky, S.; Cook, J. (2020) *O Manual das Teorias da Conspiração*. 2020. Disponível em <http://sks.to/conspiracy>.
- Neumann, F. (2017) *Angústia e Política. Dissonância: Teoria Crítica e Psicanálise*, n. 01, p. 104-154, 1º Sem.
- Neumann, F. (1942) *Behemot. The Structure and Practice of National Socialism*. Victor Gollanz.
- Paxton, R. (2007) *The Anatomy of Fascism*. Vintage eBooks
- Schneider, M. (2015). *A Dialética do Gosto: Informação, música e política*. Faperj / Circuito.
- Tavares, M. (2021) *Guerra Cultural: das origens a Bolsonaro*. In: CANELAS RUBIM, Antônio Albino; TAVARES, Márcio (orgs). *Cultura e política no Brasil atual*. Fundação Perseu Abramo. <https://fpabramo.org.br/publicacoes/estante/cultura-e-politica-no-brasil/>.