

IAG e propaganda: as campanhas de desinformação da extrema direita do Brasil no Telegram¹

Angelo Francisco Fruet²

Resumo

O presente estudo objetiva analisar como a extrema direita do Brasil mobiliza peças produzidas com inteligência artificial generativa (IAG) em suas estratégias comunicacionais, especialmente nas campanhas de desinformação. O empírico é um grupo no Telegram ligado à extrema direita brasileira e a metodologia é a netnografia, com aportes dos estudos sobre as midiosferas de Dalmolin (2024) e Silveira (2024), centrando-se na circulação da desinformação. Os resultados indicaram que a IAG ainda é pouco mobilizada e, quando é, aparece majoritariamente como elemento ilustrativo de outros conteúdos, não ocupando posição central. Além disso, percebeu-se que a desinformação opera a partir de uma lógica sociotécnica, na qual a agência humana, os algoritmos e as *affordances* do Telegram se imbricam, potencializando a circulação de narrativas propagandísticas com controlada contestação.

Palavras-chave: Desinformação; IA generativa; Propaganda; Extrema direita.

Introdução

Líderes mais à direita do espectro político chegaram ao poder nas mais diversas partes do mundo: Trump nos Estados Unidos, Milei na Argentina, Meloni na Itália, Kast no Chile etc. No Brasil, a extrema direita trabalha para retornar à presidência em 2026, além de atuar de forma contundente para bloquear todas as pautas governistas, sobretudo as com potencial de angariar votos na eleição vinda.

¹ Trabalho apresentado no Eixo Temático Instrumentalização política da desinformação e crise dos pontos de vista centrais do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Acadêmico do POSCOM/UFSM apoiado pelo CNPq. E-mail: angelo.fruet@acad.ufsm.br

Entre as estratégias propagandísticas da extrema direita está a desinformação com novas ferramentas tecnológicas, incluindo as com inteligência artificial do tipo generativa. Este tipo de inteligência artificial possibilita a produção de conteúdos enganosos originais, coerentes e verossímeis, com grande capacidade de convencimento, que depois são postos em circulação nas mídias sociais, alcançando o sujeito receptor desejado onde quer que ele esteja.

Até o momento, a IA é uma ferramenta de auxílio da criação humana, ainda não substitui pessoas nem produz artefatos midiáticos de forma totalmente autônoma: mesmo a IA agêntica, tão louvada por sua independência, necessita de treinamento e planejamento humano. Levando em conta tais premissas, parte-se da ideia de que toda IA, incluindo por certo a IAG, atua como agente não humano, em cooperação com agentes humanos, no processo de desinformação da extrema direita do Brasil no Telegram, sustentando de forma convincente narrativas falsas em uma escala sem precedentes. Assim, crê-se, no processo de desinformação, a questão sociotécnica é central, imbricam-se ações de humanos e as possibilidades criadas pelas plataformas com suas estruturas behavioristas.

Por meio dessa agência mútua, acredita-se que a IAG contribui para a criação de uma realidade segunda (Sodré, 2021), distinta da verificável, que poderia ser chamada de primeira, porque aparenta interferir na estrutura cognitiva dos sujeitos - entendida aqui como os mecanismos mentais acionados para a interpretação do mundo - moldando as percepções sobre o que é verdadeiro ou falso. Argumenta-se que entre os efeitos sociais mais significativos desse fenômeno se destaca a formação de novos regimes de verdade (Foucault, 2006), baseados na linguagem manipulada, com a ascensão de líderes “discursivos”, que operam essencialmente por meio da linguagem performativa, provocadora e polarizadora que não guarda (ou guarda mínima) conexão com o mundo real, passível de ser verificado por outros sujeitos.

Ademais, nota-se no mundo real, ou realidade primeira, um aumento incomum em políticas centradas na violência. Para exemplificar, cita-se o genocídio em Gaza (ONU News, 2025) e o massacre de civis pelo exército russo em Bucha, na Ucrânia (Bowen, 2022). Defensores do governo israelense postam nos grupos do Telegram imagens de IAG para afirmar que a fome em Gaza causada pela guerra é desinformação e a mídia russa afirma que o massacre de Bucha foi uma operação de bandeira falsa (false flag), encenada por atores.

Desse modo, este artigo objetiva analisar como a extrema direita do Brasil mobiliza

peças produzidas com IAG em suas estratégias comunicacionais, especialmente nas campanhas de desinformação. O empírico é o grupo no Telegram de nome Confederação Direita Brasil, ligado ao que aqui está sendo discriminado como extrema direita. Já a metodologia é a netnografia (Kozinets, 2014), em diálogo com o conceito de midiosfera de Dalmolin (2024) e Silveira (2024).

IAG e propaganda

As tecnologias de inteligência artificial são definidas como sistemas algorítmicos com capacidade para imitar as funções cognitivas da mente humana, participar de processos de tomada de decisão e produzir soluções baseadas em dados (Garajamirli, 2025). Estas soluções assentam-se em probabilidades: o que aconteceu mais vezes no passado tem maiores chances de ocorrer no presente e no futuro, indicando que a aprendizagem é fundamental para os modelos de IA.

Indo na direção que entende a tecnologia como auxiliar da atividade humana, ou ferramentas de co-criação e não de criação pura e simples, pode-se dizer que a “IA se refere a tecnologias e metodologias que automatizam as habilidades cognitivas humanas” (Manovich; Arielli, 2023, p.20-21). Assim, a IA não é mais do que uma espécie de inteligência ampliada.

Já a inteligência artificial generativa diz respeito à algoritmos capazes de gerar conteúdos originais e coerentes, como áudios, imagens, textos e vídeos a partir de dados de treinamento (Goodfellow et al., 2014). Percebe-se que o foco da IAG está na agência, no potencial de gerar coisas novas com a menor participação humana possível. Pode-se dizer que a IAG concerne:

ao processo de criação de novos objetos de mídia com redes neurais profundas, como imagens, animação, vídeo, texto, música, modelos e cenas 3D e outros tipos de mídias. Além desses objetos, as redes neurais também são usadas para gerar elementos e tipos de conteúdo específicos, como rostos humanos fotorrealistas e poses e movimentos humanos. Elas também podem ser usadas na edição de mídias, como para substituir uma parte de uma imagem ou vídeo por outro conteúdo que se ajuste espacialmente (Manovich; Arielli, 2023, p.19-20).

Como é amplamente sabido, o primeiro modelo de IAG usado em massa foi o ChatGPT da OpenAI, no final de 2022. Esta ferramenta popularizou a IA, que antes era empregada sobretudo por empresas, como no caso da Google que usava, e ainda usa, a IA preditiva em sua publicidade, para prever quem tem maiores chances de clicar em um anúncio.

Explica-se que as redes neurais são treinadas a partir de dados de mídias já existentes, desse modo, a IAG tem a capacidade de produzir conteúdos que podem distanciar-se dos comandos humanos. Nesse ponto, surgem questionamentos acerca da possibilidade das tecnologias de substituir o humano, e, nesse sentido, fazer artefatos midiáticos que vão além da ética e da verdade. Isso porque a IA não identifica verdade ou mentira, certo ou errado nem tem um código moral.

Nessa direção, planejar propagandas baseadas na mentira torna-se uma possibilidade real, e extremamente perigosa. Isto porque o conteúdo, que poderia ser hipersegmentado a partir da captura de dados pessoais, norma do capitalismo centrado na vigilância, teria capacidade de enganar grandes públicos, levando às pessoas a tomarem decisões que até prejudicariam seus modos de vida.

Certamente que não se ignora que a IAG amplia as possibilidades de produção simbólica e comunicacional, além de facilitar tarefas no mercado de trabalho, no entanto, ela também intensifica assimetrias de poder ao concentrar a capacidade de geração e difusão de conteúdos em plataformas controladas por grandes corporações tecnológicas, sediadas em países do Norte Global. Observa-se que ela, IAG, é uma reconfiguração das práticas sociais, comunicacionais e criativas, na qual a agência humana passa a ser mediada, condicionada e, certamente, obscurecida por sistemas algorítmicos de difícil entendimento, que entre outros aspectos, facilita, ou podem facilitar, o trabalho propagandístico com estratégias distantes do agir ético.

A propaganda aqui é tratada como mensagem que tem a intencionalidade de transmitir conteúdos com viés ideológico, não almejando vender um produto, mas sim conquistar a mente do indivíduo, para fazê-lo defender determinadas causas ou entes políticos. Consequentemente, a propaganda, sobretudo a política, tem a finalidade de controlar o que a população pensa, e em

certa medida, pautar a opinião pública, construindo modelos de hegemonia. É um processo na qual a linguagem é central e ela é utilizada com o intuito de atacar ou enaltecer ideologias (Chomsky, 2015). Controlando a mente, os pensamentos, validando esta é desmerecendo aquela ideologia, controla-se a realidade mediada, a qual é construída pelos signos linguísticos que circulam na sociedade por meio dos discursos.

Obviamente, pode-se questionar, pessoas têm agência para pensar por conta própria, não é? No entanto, é justo nesse ponto que a propaganda atua, num intento de moldar o que a pessoa entende como sendo seu próprio pensamento. É uma voz externa que trabalha continuamente, manipulando signos da cultura, usando memes, fragmentos de músicas, filmes, séries etc., e, obviamente desinformação, para se tornar a voz do sujeito.

Salienta-se que a desinformação é uma das estratégias da propaganda política mais eficiente no que tange a resultados concretos, por que ela tem potência para criar uma realidade paralela ou segunda (Sodré, 2021). Esclarece-se que quando se fala em desinformação, faz-se referência ao tipo de informação produzida e disseminada deliberadamente para enganar (Wardle; Derakhshan, 2017). Na desinformação, a fonte que difunde sabe que é falso e mesmo assim produz e dissemina com a intenção de obter benefícios (Fallis, 2016). É claramente uma estratégia que visa persuadir o sujeito receptor acerca de determinado tema.

A estratégia ancorada na desinformação é um tipo de propaganda que opera com base no sequestro cognitivo, que faz o indivíduo escrever e compartilhar coisas sem pensar porque o faz, pois, entre outros aspectos, são conteúdos que convergem com suas crenças, medos e imaginários acerca da alteridade e do mundo como um todo.

Extrapolando a criação de conteúdos, com a IAG é possível aperfeiçoar uma esfera de influência na qual se transmite somente informação favorável, bloqueando toda mensagem que desmente o que ali está sendo dito, formando ou otimizando, desta maneira, mídiassferas. Por conseguinte, evita-se mensagens que podem desmentir, ou questionar, o que a propaganda apregoa. Nesta ambiência, quanto menos houver questionamento, melhor, o autoritarismo verdeja na ausência de pensamento livre.

Ao automatizar a produção simbólica, permitir a personalização radical das mensagens e favorecer a circulação contínua de conteúdos ideologicamente alinhados, a IAG contribui para

a consolidação das midiosferas, que se estendem por diversas plataformas, nas quais a desinformação opera como estratégia central de controle cognitivo. Nesse cenário, sustenta-se, a agência humana não é suprimida, mas reconfigurada em associação com sistemas algorítmicos que exploram vulnerabilidades humanas, notadamente as emocionais, tensionando os limites entre realidade comprovável, crença e achismos.

Acredita-se, desse modo, que a IAG potencializa a propaganda política centrada na desinformação não por inaugurar, em si, novas lógicas de persuasão, mas por intensificar, em escala e velocidade inéditas, mecanismos já inscritos na arquitetura das plataformas digitais, com suas *affordances*, facilitadoras, e na própria tradição propagandística, além de gerar artefatos midiáticos sem conexão com a realidade.

Nessa lógica, entende-se que a IAG deve ser compreendida menos como uma ruptura radical (ao menos nesse estágio) e mais como um dispositivo sociotécnico que aprofunda a capacidade da propaganda de moldar percepções, produzir realidades paralelas e reforçar visões de mundo ideologicamente orientadas. Entre tais visões, uma que vem sendo realçada é a da extrema direita, com valores, em muitos casos, pouco ou nada democráticos, no sentido liberal, e ocidentalizado, do termo.

A extrema direita do Brasil e sua midiosfera

Uma midiosfera é um espaço semiótico no qual são transmitidos diversos tipos de discursos. O conceito aparece em Debray (2000), que o define como um ecossistema técnico-cultural que possibilita a transmissão, perpetuação e circulação de mensagens. No Brasil, sobressai-se a midiosfera da extrema direita (Dalmolin, 2024), ou midiosfera disruptiva (Silveira, 2024), ligada ao bolsonarismo.

A midiosfera tem relação com a noção de semiosfera de Lotman (1996), como bem destaca Silveira (2024), uma vez que também é um ambiente cultural no qual todos os sistemas de signos existem e interagem. Assim sendo, o conceito:

Compreende um encontro cultural que entranha a experiência social midiática na

vivência do consumo comunicacional midiático. O impacto das interações, quando mediado não apenas pelos meios de comunicação instituídos, mas pela potencialidade da explosão suposta na ambiência digital, busca ser apreendido pela noção de midiosfera (Silveira, 2024, p.4).

A midiosfera relaciona-se às condições materiais e tecnológicas possibilitadoras da circulação das mensagens (pode-se dizer que opera dentro da semiosfera), organizando e modulando os fluxos semióticos segundo suportes, mídias e dispositivos específicos, enfatizando os meios de transmissão e suas lógicas próprias. Já a semiosfera, entendida como um espaço sociosemiótico que possibilita “a realização de processos comunicativos e a produção de novas informações” (Lotman, 1996, p. 11, tradução nossa) abrange toda a produção simbólica de uma cultura. No caso brasileiro, a midiosfera da extrema direita constitui uma zona específica da semiosfera contemporânea, marcada por estratégias comunicacionais próprias e por forte polarização discursiva.

Castro Rocha (2023) usa o termo midiosfera bolsonarista para referir-se ao ecossistema comunicacional da extrema direita brasileira. Além de centrar-se na transmissão de conteúdo, que é baseada em desinformação e no que ele chama de dissonância cognitiva - as pessoas realmente creem nas mentiras que estão difundido - o autor carioca aborda a transmissão de mensagens entre diferentes plataformas de mídia social: Telegram para WhatsApp, depois para o Facebook, para o YouTube e assim vai circulando e chegando a um maior número de indivíduos. Nessa movimentação, vê-se que elemento técnico é um grande agente facilitador da ação humana. Evidencia-se que os dois elementos se complementam, um vai agenciando o outro e acabam formando algo novo, no caso a midiosfera extremista ou disruptiva.

Disruptiva porque o discurso transmitido pela extrema direita em seu novo ecossistema de mídia rompe com o aceitável e com o real verificável, promovendo uma narrativa própria que confronta, e intenta deslegitimar, a da midiosfera institucional, ou mídia mainstream, ou a alternativa, esta que costumava fazer contraponto à institucional (Silveira, 2024). É uma narrativa muitas vezes fantasiosa, com elementos da ficção e outros que apelam à fé, com milagres que podem mudar a vida em poucos instantes, mensagens poderosas em um país de pobreza generalizada como o Brasil, no qual as condições econômicas são praticamente

estáticas, e quando mudam, demoram anos.

O dito até este momento evidencia que, em uma midiosfera: e isto se aplica especialmente à brasileira e de direita, as estruturas das plataformas são importantes, e mais do que isso, necessárias, para a disseminação eficiente dos conteúdos propagandísticos. Os grupos fechados, as próprias plataformas de mídias sociais como o Facebook e o Telegram, são desenhadas com o intuito de viciar o usuário (note, caro leitor/a, na palavra usuário, como quem usa crack ou cocaína), e influenciar seu comportamento para que ele clique, compre, enfim, dê sua atenção integral à mídia social (Cesarino, 2022).

Considerando esta perspectiva sociotécnica, a inteligência artificial, com destaque para a generativa, é fundamental na midiosfera da extrema direita, porque potencializa, em escala e velocidade nunca antes vistas, o processo de circulação de discursos com desinformação. Ao permitir a produção automatizada, personalizada e contínua de textos, imagens, vídeos e interações, a IAG intensifica os mecanismos de engajamento que sustentam a midiosfera disruptiva: ela é capaz de adaptar mensagens a públicos específicos, responde em tempo real às reações dos usuários e retroalimenta bolhas epistêmicas, tornando-as mais coesas e resistentes ao contraditório.

A título de exemplo, em grupos fechados e ambientes de baixa ou nenhuma moderação, como no Telegram, a IAG pode operar como multiplicadora de narrativas, simulando espontaneidade, autoridade e proximidade afetiva, elementos centrais para a construção de confiança e adesão política. Além disso, ao reduzir drasticamente os custos da produção simbólica de artefatos e possibilitar uma difusão aperfeiçoada por algoritmos, as ferramentas de IA favorecem atores com estratégias coordenadas de influência, que passam a disputar a atenção não apenas por meio de ideias, mas por meio de sistemas capazes de explorar, com precisão matemática, vulnerabilidades emocionais e padrões comportamentais dos usuários.

Desse modo, a IAG se integra ao desenho viciante das plataformas e aprofunda sua capacidade de moldar percepções, afetos e decisões no interior da midiosfera da extrema direita. Sabidamente existe uma direita liberal, salutar para a democracia, que defende o respeito às instituições garantidoras da Constituição e dos direitos individuais e coletivos. A extrema direita não considera tais valores, especialmente os coletivos e em alguns casos os individuais,

especialmente quando se trata de minorias sexuais.

A extrema direita se caracteriza pela devoção à violência repressiva da polícia e à violência de uma forma geral, pela intolerância às citadas minorias sexuais, pelo apelo aos militares, principalmente em momentos de crise, e pela demagógica manipulação da agenda anticorrupção (Löwy, 2015).

Os discursos da extrema direita regularmente objetivam a criação de inimigos internos, os quais são sistematicamente atacados (Betz; Mudde, 2002). Estes ataques estão envoltos no discurso de ódio, e almejam despertar os piores sentimentos no indivíduo, pois intentam acionar o cérebro reptiliano, nas camadas mais primitivas do cérebro humano, ativando respostas automáticas de medo, ameaça e sobrevivência. Aqui, as teorias da ameaça, entre as quais a do comunismo, inimigo criado número um de muitos extremistas brasileiros, são importantes: aciona-se o medo de ver estranhos se apossar dos meios de ganhar a vida, deixando o sujeito e sua família sem nada e à mercê de outrem.

Vale recordar que a extrema direita é um movimento global que está entranhado em muitos países (Mudde, 2019), incluindo democracias consolidadas, como a dos Estados Unidos, onde brotou e vicejou o movimento *Make America Great Again* - MAGA, de Donald Trump. O MAGA se adonou das pautas de direita nos EUA (na realidade cooptou grande parcela das mentes dos estadunidenses), silenciando quem pensava diferente dentro do próprio Partido Republicano.

Em todas as partes do mundo, os discursos extremistas costumavam ser bloqueados nos meios de comunicação de acesso aberto, como rádio, televisão e jornais, o que obrigou seus difusores a buscarem novas formas de comunicação. As plataformas de mídias sociais, sem fronteiras geográficas, portanto, escorregadiças dos aparatos de Justiça nacionais, mostraram-se a alternativa ideal, principalmente plataformas mais restritas e com moderação problemática, como o Telegram.

Empírico e metodologia

O Telegram é uma plataforma de mensagens instantâneas, caracterizada pela

privacidade e pela criptografia de ponta a ponta, com um aplicativo para dispositivos móveis que também funciona no computador. O serviço oferece grupos com até 200.000 membros e bots, contas automatizadas projetadas para interagir com usuários e grupos, aptos inclusive para gerenciar atividades por comandos e respostas programadas (Franco; Gaggi; Palazzi, 2024).

Dito isso, informa-se que o grupo no Telegram objeto de estudo é o Confederação Direita Brasil³, que até o dia 11 de outubro de 2025 contava com 6,215 membros. O recorte temporal é o ano de 2025.

A metodologia, como já foi relatado, é a netnografia e os estudos das mídias, anteriormente abordados. Esclarece-se que a netnografia é um método que leva para a internet aspectos da etnografia, abordagem antropológica que supõe um engajamento pessoal com o sujeito pesquisado, com uma descrição densa (Kozinets, 2014).

A observação netnográfica centra-se na busca por artefatos midiáticos em forma de imagens estáticas ou em movimento (vídeos), para entender porque tais artefatos estão sendo publicizados dentro do grupo analisado, entendendo, desta maneira, questões mais gerais acerca da sociedade (Kozinets, 2014).

Resultados e discussão

A análise observacional netnográfica permitiu visualizar variados conteúdos com inteligência artificial generativa, que a princípio pareciam desconexos, e que depois percebeu-se que de algum modo estão conectados ao conservadorismo de direita. Sobressaem-se peças de propaganda com IAG sobre Donald Trump, Islã, Guerra Rússia-Ucrânia, bolsonarismo, antipetismo, Alexandre de Moraes, Israel e temas relacionados à segurança pública.

As peças detectadas mostram que no contexto da guerra Israel/Palestina, a extrema direita ficou do lado de Israel, percebido no grupo como o bem, enquanto que os palestinos eram representados como o mal, como terroristas apoiados pelo Partido dos Trabalhadores, ou até como ratos. Uma imagem que demonstra isto é a de um soldado israelense com os pés sobre um rato vestido com as cores da bandeira da Palestina, evidenciando o apelo ao ódio

³ O canal pode ser acessado a partir do seguinte link: <https://t.me/confederacaodireitabrasil>. Última verificação do link para comprovação de grupo ativo no Telegram feita em 27 de janeiro de 2026.

como mobilizador.

Noutro momento, vê-se uma imagem produzida por IAG na qual aparece Trump de costas, indo em direção ao que parece ser um templo, no meio de uma tempestade, com fogo no caminho e a descrição "Será Bíblico", num claro endeusamento do líder republicano. Vale destacar que o presidente norte-americano era muito citado na midiosfera de extrema direita porque naquele momento acreditava-se que ele ajudaria a direita brasileira. O deputado federal Eduardo Bolsonaro negociava desde os Estados Unidos sanções aos produtos brasileiros, no intuito de pressionar o Judiciário brasileiro, notadamente Alexandre de Moraes, para não prender o ex-presidente Bolsonaro.

Na guerra no leste europeu entre Rússia e Ucrânia, os direitistas brasileiros supunham que Trump seria capaz, com seu poder, de acabar com o conflito. E, se fosse capaz de terminar com uma guerra de grandes proporções, também seria de liberar o ex-presidente Bolsonaro das garras da Justiça do Brasil. Ambas as coisas não aconteceram.

Ainda, viu-se uma peça com IAG com uma evidente crítica a Fernando Haddad, com uma imagem gerada por inteligência artificial na qual o ministro do terceiro Governo Lula aparece com cabelo pintado de laranja, um óculos de criança e a descrição "Especialista em economia", sugerindo que o ministro não entendia nada de economia. Claramente, a intencionalidade é deslegitimar as ações do atual governo.

Noutra imagem gerada com IAG, vê-se a estátua da Liberdade de Nova York vestida com trajes islâmicos, dando a entender que a liberdade seria suprimida caso os muçulmanos dominassem o mundo. Também é uma forma de atacar a esquerda, que na ideia dos extremistas de direita defende grupos terroristas como o Hamas ou outros tantos do Oriente Médio, que proliferam naquela região destruída por constantes e infundáveis guerras causadas pelo capitalismo ocidental.

Ainda, apareceram imagens acerca da violência, em um óbvio apoio a ações da polícia estatal em comunidades periféricas, na qual a morte de locais é considerada como algo positivo, pois seriam traficantes. Esta questão da violência é um forte catalisador de emoções no grupo analisado e vai permeando diversos conteúdos. É notório que a violência, a morte, principalmente de pessoas pobres e negras, gera engajamento, o que certamente reflete

preconceitos atávicos da sociedade brasileira.

Os conteúdos feitos com IAG anteriormente citados mostram uma aparente desordem informacional, mas que engendra uma narrativa coerente e convincente, porque conectam temas que tocam a subjetividade do sujeito receptor de direita em seus diferentes aspectos, sua fé, suas crenças, o que ele entende ser o mundo e quem deve ser o inimigo a ser odiado. Neste último caso, sobressaiu-se quem defende os palestinos (a esquerda) e Alexandre de Moraes, juiz condutor de vários processos contra o ex-presidente Bolsonaro, inclusive o que o condenou a 27 anos de prisão (Vital, 2025). O mais amado, indubitavelmente, é Donald Trump.

Como se vê, os temas que mais se destacam são conteúdos geograficamente distantes - as mídias sociais criam a falsa impressão de proximidade: Israel, Rússia, EUA estão a uma tela de distância - como um quebra-cabeça com peças aleatórias que formam um mundo caótico, com grandes conflitos ao estilo bem x mal em toda parte. Os conteúdos gerados por IAG vão nessa direção desfragmentada, ainda, reconhece-se, são poucos, se comparado com a grande quantidade de imagens disseminadas ao estilo foto com uma legenda sobreposta.

A dinâmica caótica de conteúdos claramente não é acidental, mas constitutiva dos circuitos comunicacionais que estruturam a midiosfera da extrema direita (Dalmolin, 2024). São circuitos que almejam desinformar acerca da realidade, operando pela circulação repetida de signos, afetos, especialmente ódio, enquadramentos morais e discursos enganosos *ad infinitum* que se reforçam mutuamente, produzindo um ambiente informacional restrito, sem espaço para o contraditório (usuários que criticam os posts são tratados como infiltrados e excluídos do grupo), autorreferente e altamente mobilizador. A desfragmentação temática, em alguns casos potencializada pelo uso de conteúdos gerados por IAG, atua como estratégia de engajamento contínuo, na medida em que articula diferentes eventos globais e nacionais sob a gramática ideológica conservadora.

Assim, o que se apresenta como dispersão informativa, não é mais que uma estratégia de propaganda, uma vez que converte-se em coerência de uma narrativa do mundo, sustentada por uma lógica sociotécnica que, constatou-se, favorece a polarização, a naturalização do inimigo (soldado com pés no rato com cores da Palestina é um exemplo brutal para quem não concorda com o genocídio em Gaza) e a consolidação de uma visão de mundo simplista,

maniqueísta e polarizadora, resistente a qualquer forma de debate com posições antagônicas - israelenses sempre são do bem, palestinos islâmicos, o mal sempre - em especial debates com argumentos mais bem elaborados e ancorados em posições que podem ser comprovadas no mundo externo ao sujeito. Esta detectada resistência é característica central e fundadora da midiosfera disruptiva da extrema direita brasileira.

Outrossim, verificou-se um recorte de assuntos pautados pela mídia tradicional, os quais são adaptados à ideologia da extrema direita. Por exemplo: somente aparecem reportagens que mostram Israel como um país com líderes virtuosos, que inclusive enviam alimentos para os palestinos. São interpretações que consideram às crenças do sujeito receptor alvo, no caso de que os israelenses seriam o povo escolhido de Deus e que, portanto, a ação de seus líderes sempre são justas, numa espécie de mediação ou curadoria ideológica dos assuntos, feita por quem posta no grupo analisado e que toma como base os algoritmos do Telegram. Escolhe-se um tema e se dá a ele um tom conservador, para um maior controle da forma de pensar, no sentido que Chomsky (2015) dá à propaganda.

Assim, vê-se matérias jornalísticas, ou que tem uma base no jornalismo, sendo usadas como propaganda, visando que o sujeito receptor forme uma determinada opinião acerca do que foi publicizado e da realidade onde o acontecimento supostamente se desenvolveu. Em suma, não objetiva informar, e sim persuadir. Dessa maneira, os circuitos de comunicação transbordam os limites entre as midiosferas institucionais (mídia mainstream) e disruptiva de maneira nova. Nota-se na escolha das imagens e textos, na escolha de matérias em portais de notícias a utilização de uma mediação algorítmica, dado a visível adequação à preferência de determinadas bolhas informativas, as quais se ocupam em manter atualizada a polarização do discurso público (Silveira; Dalmolin, 2025).

Nos circuitos do grupo Confederação Direita Brasil têm posts com links do YouTube, do Instagram, e não só aos administradores do grupo postam, outras pessoas também o fazem, acredita-se que com anuência dos administradores. É um chat no qual as conversações se desenvolvem com links, áudios, fotos, com matérias de portais institucionais: Estadão, Folha de São Paulo, Metrôpoles etc., com a credibilidade da midiosfera institucional sendo usada, quando conviene, para legitimar os conteúdos da midiosfera disruptiva.

Ante o exposto, constata-se que IAG contribui pouco para a criação de uma realidade segunda (Sodré, 2021), até porque as narrativas na midiosfera disruptiva distanciam-se, de certo modo, do mundo baseado em fatos passíveis de serem checados por outrem, mas mobilizam reportagens que estão em consonância com a chamada realidade primeira. A IAG atua muito mais no sentido de moldar a percepção de mundo e de validar aspectos já compreendidos como verdadeiros a partir dos valores da extrema direita, aparentando interferir de forma limitada na estrutura cognitiva dos sujeitos, no sentido de modificar pontos de vista já consolidados. Por outra parte, não é possível dizer como a IAG funciona exatamente dentro do Telegram, em seus mecanismos algorítmicos, isto não fica claro na análise netnográfica nem a plataforma esclarece.

O que ficou claro é que a IAG é mobilizada como recurso narrativo para ilustrar e dramatizar acontecimentos, produzindo textos que não apenas representam os fatos, mas os reconfiguram simbolicamente de modo a corroborar crenças já consolidadas no imaginário dos participantes do grupo, como na imagem de Trump na tempestade, citada anteriormente. Essas narrativas não operam no registro informativo de um evento, e sim no afetivo, pois visam despertar emoções, acionando bravatas e gestos de heroísmo ao estilo hollywoodiano.

Tais procedimentos dialogam diretamente com o que Dalmolin (2024) e Silveira (2024) identificam como sendo o funcionamento da midiosfera disruptiva, na qual a coerência interna não se constrói pela verificação empírica - matérias de portais da mídia mainstream não são utilizadas para verificar, mas sim para validar narrativas - e sim pela circulação reiterada de signos emocionalmente carregados dentro de circuitos fechados e pela evidente apologia à violência, característica da extrema direita. A IAG, nos casos em que foi mobilizada, intensifica a performatividade dessas narrativas, contribuindo para a produção de uma realidade na qual os acontecimentos são percebidos como evidências morais e épicas, puramente afetivos, fortalecendo a adesão subjetiva dos sujeitos à visão de mundo promovida pela campanha que usa a desinformação como estratégia de engajamento.

Dessa maneira, nota-se a divisão entre heróis e vilões e a santificação, por assim dizer, de alguns personagens, evidenciando a proximidade entre religião e política no contexto da direita. Tem-se a impressão que, se a pessoa é crente em Deus, também o é na política, ou em um político em específico, numa transferência automática a fé para outro foco. Aqui

detecta-se o risco da IAG: ela poderia criar vídeos que transformam pessoas em deuses, que praticam milagres que poderiam ser transformados em vídeos, como se fosse uma gravação de um acontecimento. Neste sentido, afortunadamente, o potencial da IAG é pouco explorado.

Em suma, verificou-se que a IAG é uma ferramenta geralmente acionada para ilustrar posts, como costumava, e costuma ser, feito com as imagens dos exaustivamente usados cards. Ela não é central, portanto, tem agenciamento menor sobre o sentido final. Não obstante, quando se analisa o *feed* do grupo como um todo, como se fosse um texto único, a IAG sim tem significado, pois torna o texto esteticamente mais atraente. Ademais, é capaz, ou intenta, mostrar um mundo encantado e milagrosos cheio de possibilidades, o mito da tecnologia, da IA, de poder fazer coisas sem esforço e em pouco tempo, o mesmo que promete a extrema direita, ou seja, mudar as coisas sem mudar as estruturas sociais.

Nesse contexto, a IAG atua menos como agente autônomo de sentido e mais como tecnologia auxiliar de reforço estético e simbólico da propaganda política, reforçando narrativas pré-existentes e ampliando seu poder de persuasão, operando em consonância com a lógica da propaganda ideológica, descrita por Chomsky (2015).

Constata-se que o explanado nos parágrafos anteriores é possibilitado, e indo além, é facilitado, pelas *affordances* do Telegram, que tornam as ações dos usuários simples e eficientes, por exemplo, compartilhar um vídeo de outra plataforma ou uma reportagem da Folha de São Paulo no chat do Confederação Direita Brasil no Telegram não leva mais do que alguns segundos. Do mesmo modo, para comentar basta elaborar um texto e postar, não requer o preenchimento de um formulário, não precisa CPF, RG, endereço etc. Aliás, para criar uma conta no Telegram nem é preciso colocar o nome verdadeiro. Ainda, para acessar o Telegram é incrivelmente fácil: basta pegar o celular e clicar no ícone do aplicativo com o círculo azul contendo um avião de papel branco no centro que aparece na tela: é possível fazer isto em todos os lugares porque levamos os celulares para todos os lugares aonde vamos.

Considerações finais

Conclui-se que a inteligência artificial generativa ainda é pouco acionada nas mídias

sociais pela extrema direita brasileira em sua midiosfera e, com efeito, não forma uma realidade que poderia ser chamada de segunda. No entanto, já integra o ecossistema midiático direitista como recurso simbólico e estético que reforça a propaganda e o mito tecnológico de soluções fáceis e imediatas, sem transformação estrutural.

Viu-se que crença e sentimentos continuam sendo mais relevantes para a extrema direita do que os fatos comprovados, assim, discursos que vão nessa direção são amplamente explorados, diferentemente da IAG, que, além de pouco acionada, é mobilizada de forma um tanto rudimentar. Entre as explicações possíveis, argumenta-se, que os conteúdos são compartilhados por pessoas com pouco conhecimento sobre a tecnologia, que usam as mesmas estratégias de 2018, com forte apelo às emoções e à polarização, e que têm grande capacidade de “incendiar” a militância. Até por isso, mescla-se religião no grupo analisado, a fé é importante porque toca a alma, por assim dizer, e serve para manter as pessoas em constante alerta, sobretudo quando os extremistas sofrem revezes na Justiça.

O estudo foi capaz ainda de demonstrar que a associação de agentes humanos com a arquitetura behaviorista das plataformas na circulação de desinformação com auxílio da IAG não inaugura novas lógicas de persuasão, mas intensifica mecanismos já existentes de intento de controle cognitivo e bloqueio sistemático do contraditório, com as *affordances* do Telegram sendo fundamentais nesse aspecto. Mais do que a falsidade factual das mensagens, o que se revela inovador dentro da midiosfera da extrema direita é capacidade de pessoas de usarem a tecnologia em conjunto com mensagens falsas para moldar percepções, crenças e disposições afetivas, normalizando discursos antidemocráticos que abrem portas para líderes autocráticos.

Desse modo, fica claro que as campanhas de desinformação da extrema direita no Telegram não podem ser compreendidas apenas a partir da falsidade dos conteúdos veiculados, mas também a partir da articulação entre ações de pessoas, infraestrutura das plataformas, algoritmos, dinâmica de circulação e enquadramento ideológico dos discursos dentro da mídia social.

Assim sendo, o estudo contribui para compreender como tecnologia, ideologia e afetos se imbricam na produção contemporânea da propaganda assentada na desinformação, indicando a centralidade das dimensões sociotécnicas na análise dos fenômenos

comunicacionais mediados pela tecnologia em nosso tempo. À guisa de conclusão, destaca-se a limitação do empírico e a necessidade de em trabalhos futuros observar a interação em torno das peças de IAG numa maior quantidade de grupos.

Referências

BETZ, Hans-Georg; MUDDE, Cass. 2. Conceptualizing the Far Right. **Politics**, v. 8, n. 1, p. 31-49, 2002.

BOWEN, Jeremy. Corpos de civis são encontrados em cidade próxima a Kiev – Ucrânia acusa Rússia de massacre. **BBC Brasil**, 03 abril 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-60974457> . Acesso em 12 out. 2025.

CASTRO ROCHA, João Cezar. **Bolsonarismo**: da guerra cultural ao terrorismo doméstico. Autêntica, 2023.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. Ubu Editora, 2022.

CHOMSKY, Noam. **Mídia**: propaganda política e manipulação. Martins Fontes, 2015.

COMISSÃO de Inquérito diz que ações de Israel “configuram genocídio” em Gaza. **ONU News**, 16 de set. 2025. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2025/09/1850996> . Acesso em 13 de out. 2025.

DALMOLIN, Aline Roes. Anatomia da polarização e barbárie comunicacional. In: FERREIRA, Jairo; SILVEIRA, Ada Cristina Machado; ROSA, Ana Paula; DALMOLIN, Aline; LÖFGREN, Isabel; BORELLI, Viviane. (Orgs.) **IA, algoritmos e plataformas**: questões e hipóteses na perspectiva da midiatização. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2024a.

DEBRAY, Régis. **Transmitir**: o segredo e a força das ideias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ, Vozes, 2000. FALLIS, Don. Mis-and dis-information. In: The

Routledge handbook of philosophy of information. Routledge, 2016. p. 332-346.

FALLIS, Don. Mis-and dis-information. In: **The Routledge handbook of philosophy of information**. Routledge, 2016. p. 332-346.

FRANCO, Mirko; GAGGI, Ombretta; PALAZZI, Claudio E. Characterizing Non Consensual Intimate Image Abuse on Telegram Groups and Channels. In: **Proceedings of the 4th International Workshop on Open Challenges in Online Social Networks**. 2024. p. 26-32.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 14. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

GARAJAMIRLI, N. A review of ai-powered disinformation strategies: the cases of Russia, China, Iran, and North Korea. **Sciences of Europe**, n. 169, p. 50-57, 2025.

GOODFELLOW, Ian et al. Generative adversarial nets. **Advances in neural information processing systems**, v. 27, 2014.

KOZINET, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Penso Editora, 2014.

LOTMAN, Iuri. Acerca de la semiosfera. In LOTMAN, Iuri, **La Semiosfera**, vol. 1. Madrid: Cátedra, 1996.

LÖWY, Michael. Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. **Serviço Social & Sociedade**, p. 652-664, 2015.

MANOVICH, Lev; ARIELLI, Emanuele. Imagens IA e mídias generativas: notas sobre a revolução em curso. **Revista Eco-Pós**, v. 26, n. 2, p. 16-39, 2023.

MUDDE, Cas. **The far right today**. John Wiley & Sons, 2019.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. MIDIOSFERA DISRUPTIVA: desafios epistêmicos comunicacionais da noticiabilidade midiaticizada. In: **ANAIS DO 33º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, 2024, Niterói. Anais eletrônicos, Galoá, 2024. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/midiosfera-disruptiva-desafios-epistemico-comunicacionais-da-noticiabilidade-mid?lang=pt-br> . Acesso em: 13 Out. de 2025.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado; DALMOLIN, Aline Roes. CIRCUITOS E MIDIOSFERAS: mutação epistêmico-comunicacional na política de desinformação. In: **COMPÓS**, 2025.

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. Editora Vozes, 2021.

VITAL, Danilo. Condenação de Bolsonaro se torna definitiva e pena será cumprida na PF. **Consultor Jurídico**, 25 nov. 2025. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2025-nov-25/condenacao-de-bolsonaro-se-torna-definitiva-e-pena-sera-cumprida-na-pf/>. Acesso em 16 jan.2026.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg: Council of Europe, 2017.