

CAPITALISMO DIGITAL CONTEMPORÂNEO: ALGORITMOS DE RECOMENDAÇÃO E A SUSCETIBILIDADE DE HOMENS DA GERAÇÃO Z A ESTRATÉGIAS ALIENANTES DA EXTREMA-DIREITA

João Vitor Bandeira Cardoso¹

RESUMO

Este estudo investiga a forma como as dinâmicas presentes no capitalismo digital do século XXI permitem a disseminação de estratégias alienantes da extrema-direita em redes sociais através dos algoritmos de recomendação, delimitando o olhar sobre os homens da Geração Z atravessados pela masculinidade hegemônica. A condução desse olhar se dá por meio de uma metodologia de exposição comparada na plataforma social X, a partir da criação de dois perfis a engajar com conteúdo informativo de política: o primeiro apenas com jornalismo profissional, e o segundo com quaisquer perfis independentes, observando a adaptação algorítmica da plataforma e a disseminação de conteúdo fronteiro através dos dois cenários. Para extrair as conclusões deste método, são realizadas duas análises, uma qualitativa que categoriza a presença de elementos negativos e neutros, listando ocorrências como ausência de fontes, desinformação, dentre outras, e a análise quantitativa, que contempla as unidades de engajamento - comentários, compartilhamentos e curtidas - com as categorias identificadas anteriormente, evidenciando a formação de câmaras de eco e o modo como se perpetuam. Revela-se que a Geração Z é atraída pelo resgate de autonomia que os cenários digitais viabilizam, mas através deste ambiente tornam-se expostos a estratégias de captação das ideologias alienantes apoiadas e ampliadas por organizações globais.

Palavras-chave: Geração Z; Algoritmos de recomendação; Masculinidade hegemônica; Extrema-direita; Alienação.

1 INTRODUÇÃO

A experiência de navegar em redes sociais sem recomendações personalizadas para os usuários seria a mesma de navegar por uma grande biblioteca sem o auxílio de um bibliotecário (Goodrow, 2021). Portanto, com o acúmulo da totalidade de informações, *posts* e dados dispersos nas plataformas que permeiam a internet, as organizações passaram a implementar algoritmos de recomendação, coletando dados e preferências para sugerir conteúdo para seus usuários de forma automatizada, um processo que é conhecido pelo usuário comum, mas raramente compreendido no que diz respeito ao seu funcionamento (Narayanan, 2023). Apesar do desconhecimento de seus detalhes completos, tal ferramenta se mostra altamente popular, desde a navegação em redes sociais mencionada, até o modo de consumir entretenimento, visto que 80% do conteúdo

¹ Discente do Curso de Administração da Universidade La Salle, e-mail: joao.202110874@unilasalle.edu.br. Artigo desenvolvido em caráter de Trabalho de Conclusão de Curso sob orientação do Prof. Cássio Cassel. Data de entrega: 06/07/2025.

assistido na Netflix² é oriundo das recomendações promovidas pelo seu algoritmo (Plummer, 2017).

Antes da presença destes complexos algoritmos de recomendação, localizar sites, conteúdos e informações na internet demandava exploração ou conhecimento prévio de sites e seus endereços digitais, de modo a contribuir para que os usuários exerçam um papel mais ativo de navegação do que comparado com o momento atual das plataformas digitais (Technology Connections, 2025). Dentro dessa tendência de otimização da experiência tida nas redes sociais, que por sua vez acelera a entrega de conteúdo, atribui-se às organizações administradoras das plataformas a responsabilidade de moderação do conteúdo publicado, de modo a evitar a disseminação de falsas informações, discurso de ódio, pautas extremistas e inúmeras outras alternativas prejudiciais - um ato de regular da qual a prática que ocorre não se iguala à necessidade projetada (Won & Lewis, 2021). No Brasil, o Marco Civil da Internet entrou em vigência no ano de 2014 pela lei nº 12.965/2014, sancionada pela então presidenta Dilma Rousseff, estabelecendo princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet em território nacional e abordando a responsabilidade dos provedores no Art. 19:

Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário. (BRASIL, Lei nº 12.965, de 2014)

Dito isso, cabe mencionar a existência de um fenômeno estratégico de conteúdo que é utilizado para desafiar, propositalmente ou não, essas obrigações legais, conhecido como *borderline content* - traduzido livremente neste artigo como conteúdo fronteiro. O termo é subjetivo e trata-se de posts, fotos, vídeos e textos que detém, de maneira explícita ou implícita, discurso de ódio, movimentos anti-imigração, violência, terrorismo, simbologias, entre outros, podendo ser disseminado de duas maneiras: por meio de alta ocorrência e baixo risco, o que pode ser exemplificado como *phishing*³; ou menor ocorrência e maior risco, havendo posteriormente a preponderância da exploração de exemplos do segundo caso ao decorrer desse estudo (Saltman & Hunt, 2023). Apesar de grandes empresas de tecnologia reconhecerem o conceito e existência do conteúdo fronteiro em seus domínios, inclusive validando sua terminologia e por vezes transparecendo soluções e iniciativas tomadas para combater sua distribuição (YouTube, 2019), sua natureza muitas vezes interpretativa permite que agentes influenciadores o tomem como principal estratégia de dominação ideológica em espaços digitais. Este tipo de conteúdo costuma ser altamente polarizador, com pautas polêmicas, demandando soluções imediatistas, disseminando alarmismo desnecessário na sociedade ou até utilizando *memes*⁴, mas comumente mantendo-se nos limites da legalidade para

² Um serviço de streaming (transmissão) por assinatura que permite assistir a séries e filmes em um aparelho conectado à internet (Netflix, 2025).

³ Um tipo de conteúdo ou interação nociva, em ambientes digitais, que manipulam as pessoas a compartilhar dados confidenciais, baixar malware, dentre outros riscos (Kosinski, 2024).

⁴ Imagens, vídeos ou bordões criados e compartilhados, com a intencionalidade de humor, através da internet. Dentre os seus diversos formatos, podem ter natureza tanto neutra e humorística, quanto

evitar que seja retirado do ar, o que contribui para que quanto mais polarizado e radical seja o discurso em determinado conteúdo, maior será o seu alcance e popularidade (Rosa, Ângelo & Braga, 2021). Os autores destacam ainda, através de entrevistas diretas com os representantes do MBL⁵ - o fundador do movimento Alexandre Santos, o deputado federal eleito Kim Kataguiri e o deputado estadual eleito Arthur do Val - o papel da direita brasileira e sua intencionalidade em propagar conteúdos que configuram-se como fronteirços, sem compromisso com a factualidade e dotados de humor. Deste modo, pode ser observado que a forma como as discussões são impulsionadas nas redes sociais confere um cenário de maior poder e influência para políticas de direita, que costumam estar abertas a abusar do conteúdo fronteiroço como estratégia, desprovendo postagens de contexto para transmitir uma intenção implícita, seja ela em detrimento de figuras ou ideologias sociopolíticas, e induzindo o leitor, através da facilidade interpretativa e ausência de nuance, a engajar com suas frustrações, o que através do algoritmo de recomendação leva à maior propensão de receber conteúdos dentro do espectro político de direita.

Neste contexto, observa-se a “Geração Z”, a ser entendida não pelo período de tempo em que esta parcela nasceu, mas sim como nativos digitais que passaram por um processo de desenvolvimento e socialização integrados ao uso frequente da tecnologia (Dimock, 2019). Utilização esta que, a partir do engajamento com plataformas, serviços e aplicações, forneceu ao longo do século XXI uma grande quantidade de informação que alimenta a análise preditiva em decisões corporativas, permitindo que grandes empresas mantenham-se próximas das preferências mais recentes e facilitando previsões das próximas tendências, de modo a contribuir para o crescimento da influência de organizações privadas sobre os indivíduos (Guedes, 2025). Ao mesmo tempo, a partir de Mulenga (2024), observa-se uma parcela de homens dessa geração, atravessados por um processo de criação onde a força e independência são associadas diretamente a definições tradicionais da masculinidade, que eventualmente desconecta-se de traços de personalidade que possam ser considerados “fracos” ou associados a feminilidade. O autor também traz à tona o entendimento de que criações mais tradicionais na infância de homens, que os segmentam de determinadas atitudes associadas a vulnerabilidade, podem causar problemas psicológicos a longo prazo, o que no contexto da sociedade capitalista contemporânea, onde a informação comportamental se prova acessível para um número de empresas, pode levar à comercialização de medidas e promessas de soluções unidimensionais que exploram e perpetuam esses hábitos.

Diante do exposto, surge o seguinte problema de pesquisa: de que modo os algoritmos de recomendação de conteúdo contribuem para a intensificação das estratégias alienantes? Assim, esse estudo tem como objetivo principal compreender se os algoritmos de recomendação de conteúdo das redes sociais colaboram com a suscetibilidade de homens da Geração Z às influências alienantes. Como objetivos específicos, definiu-se: analisar comparativamente a ação dos algoritmos em uma rede social a partir do comportamento de dois usuários homens

também podem ser utilizados como um prisma para expressão de opiniões (Chagas, Freire, Rios & Magalhães, 2017).

⁵ Movimento Brasil Livre, partido e movimento político brasileiro fundado em 2014 que defende os princípios de autonomia do indivíduo, livre mercado, respeito à propriedade privada, federalismo, dentre outros (MBL, 2025).

da Geração Z; verificar como comportamentos, numa rede social, alinhados a valores hegemônicos de masculinidade são influenciados por conteúdos vinculados à extrema-direita; avaliar o engajamento dos conteúdos entregues pelos algoritmos e o tipo de relação que estabelecem com os usuários. Para condução dessas etapas, a base teórica será constituída por três eixos que exploram as estratégias por trás de redes sociais no capitalismo digital contemporâneo, a masculinidade hegemônica e sua relação com a extrema-direita⁶, e por fim, como a alienação conceitualizada em 1844 por Karl Marx (2004) se manifesta perante a Geração Z. Como cenário de validação para estes levantamentos teóricos, buscou-se realizar uma exposição comparativa de duas contas criadas em ambiente digital real, na plataforma social X, procedida por uma análise mista do conteúdo observado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Capitalismo digital contemporâneo

Castells (1999) destaca o processo de acelerada globalização, pautada em tecnologias da informação, que decorre a partir da década de 70, o apontando como um evento da mesma escala da Revolução Industrial ocorrida no século XVIII. Nesse movimento, observou o sentimento predominante da descontinuação de uma estrutura que até então valorizava, acima de tudo, a riqueza material, de modo que as empresas passam a priorizar a obtenção de informação como insumo, configurando e explorando-a através do desenvolvimento de redes.

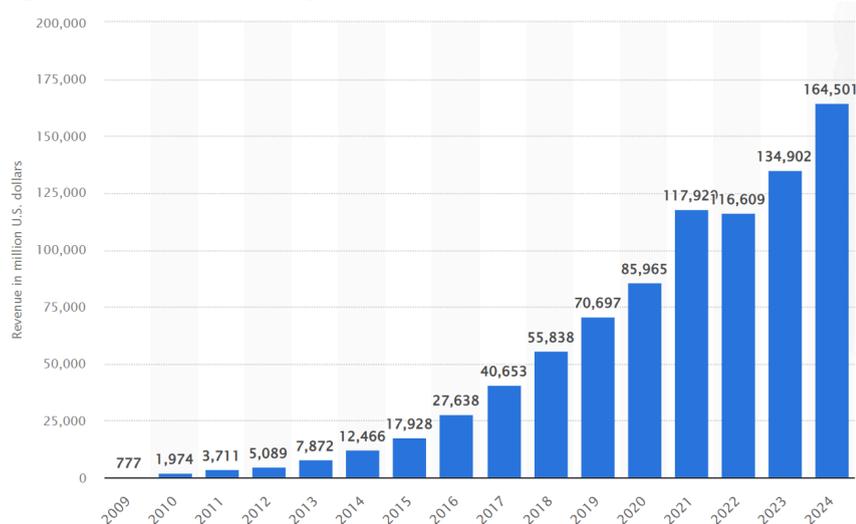
Neste contexto, os resultados da efetividade da globalização digital podem ser observados, dentre outras maneiras, através da quantificação do comportamento da população global, estimada atualmente em 8.2 bilhões de pessoas, da qual 67.9% utiliza a internet e 63.9% está presente em redes sociais (Kemp, 2025). Em paralelo a estes dados, indica-se que o principal motivo que leva um indivíduo a acessar a internet, em 2025, é a necessidade de localizar informação, o que a coloca em evidência como um dos bens mais valiosos do século XXI, senão a ocupante do primeiro lugar. Acerca da origem dessa concentração de informações exclusivas ou facilitadas através da internet que move os indivíduos a acessá-la, os aspectos propostos por Castells (1999) referentes ao Paradigma da Informação traçam uma visão à sua origem e volume crescente, destacando-se entre eles: informação é a matéria-prima que alimenta a tecnologia; toda atividade humana tem participação de elementos tecnológicos; as tecnologias da informação seguem uma lógica de redes sempre que aplicável.

Através deste processo que toma espaço nas últimas décadas, observa-se que esta grande quantidade de informação gerada pela navegação dos usuários na internet passa a estar disponível, em forma de dados, para serem coletadas por organizações e entidades, abastecendo análises preditivas e tomadas de decisão no mercado. Portanto, entende-se o Capitalismo de Dados como uma vertente do sistema econômico que surge no século XXI e que contribui diretamente para que organizações privadas detenham influência política e social descentralizada, atuando em segmentos e formatos de atividade que sejam mais eficazes na coleta

⁶ Nesse estudo, o conceito de extrema-direita é alinhado com a abordagem proposta por Mudde (2022), que constitui-se por elementos como a homogeneidade étnica e nacional, o autoritarismo e a natureza punitiva em medidas sociais.

de dados do que governos e órgãos públicos (West, 2017). Validando o primeiro aspecto de Castells⁷ (1999), sendo uma das principais empresas que utiliza a informação como produto central do seu formato de negócios, a Meta tem apresentado resultados constantemente crescentes de receita na última década, ultrapassando a marca anual de U\$ 160 milhões em 2024, observe a Figura 1 - Receita anual gerada pela Meta Platforms de 2009 a 2024 (Dixon, 2024).

Figura 1 - Receita anual gerada pela Meta Platforms de 2009 a 2024



Fonte: Dixon, 2024

O maior fator contribuinte para esses resultados é a publicidade paga por outras empresas dentro de suas plataformas - Facebook, Instagram, Messenger e WhatsApp - que apesar de serem reconhecidas pelo público geral como redes sociais, utilizam seus usuários como fonte de dados para otimizar a concessão de anúncios em suas plataformas (Yuan & Tsao, 2003). Conforme Yuan & Tsao (2003) detalham em seu artigo, a Meta utiliza algoritmos de recomendação para direcionar as campanhas de seus anunciantes a um público de maior propensão a compra, para este efeito analisando todos os tipos de dados de cada usuário: localização, histórico de curtidas, registro de comentários, contas que segue, entre outros, de maneira a tornar-se a principal referência dentro do contexto de Capitalismo de Dados. Resgatando o segundo aspecto de Castells⁸ (1999) destacado neste artigo, a atividade humana é uma fonte de informação, e quando atravessada por uma tecnologia que permite sua coleta, observamos um cenário de negócio como o tido pela Meta: quanto maior o fluxo de usuários nas suas redes sociais, mais aprimorada será a segmentação de anúncios, e portanto, maior será o valor de mercado percebido por possíveis anunciantes.

Logo, constitui-se, através do processo de digitalização da atividade humana ao longo dos anos, um processo de exclusão digital que associa não-usuários a marginais de uma sociedade em rede, onde não estar conectado - e gerando ativamente informação - significa não contribuir com o funcionamento do sistema capitalista em vigência (Sorj & Guedes, 2005). A detenção de um espaço de referência e poder tida pela Meta e outras empresas que tratam, vendem ou

⁷ A informação é a matéria-prima que alimenta a tecnologia (Castells, 1999).

⁸ Toda atividade humana tem participação de elementos tecnológicos (Castells, 1999).

transformam dados permite a existência de empresas privadas que ditam o ritmo de de segmentos de mercado inteiros, o que pode ser ampliado através de laços com governos e entidades federais, afetando quase todas as esferas da rotina do público de determinado local. Em um caso recente, o presidente eleito dos Estados Unidos da América, Donald Trump, junto da pressão pública da direita americana, direcionou ameaças e pressão para que a Meta viesse a reduzir a moderação de conteúdo nas suas plataformas, defendendo que havia nela um um viés contra a direita (Chan, Ortutay & Riccardi, 2025). Em movimento de concessão, Zuckerberg veio ao público mencionar que o modelo de moderadores contribui para "muitos erros e muita censura", e que passariam a implementar a alternativa das notas de comunidade, onde os usuários podem construir o juízo de validação (Kaplan, 2025). Entretanto, o que seria um movimento destinado a garantir maior liberdade de expressão colabora de forma contrária, retirando uma parcela da responsabilidade de regulação de conteúdo da Meta e atribuindo-a aos seus usuários, que agora precisam estar dispostos a reagir à disseminação de conteúdo fronteiro e *fake news* para corrigi-los, perpetuando ainda mais o detrimento da autonomia da população frente ao capitalismo digital contemporâneo, permitindo que estratégias alienantes da extrema-direita persistam através dele.

2.2 Masculinidade Hegemônica e Extrema Direita

Partir de um olhar voltado exclusivamente aos jovens homens e sua interação com a sociedade capitalista digital do século XXI, em contrapartida a observar toda a geração e os gêneros que a compõem, se deve à maneira como eles são atravessados pelas dinâmicas políticas contemporâneas. Para evitar a generalização deste grupo, será referenciada deste ponto em diante a masculinidade hegemônica, conceituada como um conjunto de comportamentos e práticas em sociedade tidas por homens, propondo constantemente maneiras de legitimar o patriarcado e garantir a submissão ideológica e física das mulheres, além de manifestar-se na opressão de outras formas de masculinidade e a outros grupos minoritários que ameaçam valores normativos de identidade (Connell & Messerschmidt, 2013). Ainda em paralelo a este conceito, Castells (1999) levanta, acerca de identidades, que o indivíduo "*constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais*", complementando que resistir a identidades alheias é uma questão tida não somente dentro na masculinidade, mas sim uma realidade estrutural.

A partir disto, a rejeição do próximo e a defesa de valores pessoais propagam-se através de diversos segmentos sociais, como no esporte e entretenimento, até espaços ideológicos de gênero ou, no caso em enfoque neste estudo, no cenário político (Kimmel & Ferber, 2009). É possível observar a manifestação deste efeito em atividades da direita brasileira, uma vez que em 2018 o Vice-Presidente Jair Messias Bolsonaro, em seu então ato de posse, levantou que o seu governo deveria enfrentar, a frente daquele momento, o "*desvirtuamento dos direitos humanos*" e a "*desconstrução da família*", ato discursivo que colabora com um sentimento alarmista e provoca a existência de uma ameaça aos valores tradicionais do povo brasileiro (Cavalcanti & Ferreira, 2020). Ainda acerca dos atributos defendidos pela direita, Andrade (2013) aponta que o nazismo seduzia jovens homens que experienciavam desemprego, exclusão social ou falta de

perspectiva, enaltecendo que, além de remuneração, eles encontrariam no espaço do serviço militar atributos como bravura, disciplina e um senso de pertencimento. Aliado ao incentivo ao alistamento, é possível observar que agentes da extrema-direita dentro do Brasil têm tido episódios onde demandam o retorno da ditadura militar, assim como se caracterizam por ataques constantes aos defensores dos direitos humanos (Morais, 2019).

Portanto, criar consensos ao redor de crenças e valores tradicionais e se posicionar de maneira agressiva em frente a identidades alheias é um processo marcante da direita que persiste além da fase de formação dos indivíduos, de modo que mesmo em ambientes formais divergir ou questionar de determinadas ideias pode comumente ser visto como uma ofensa ou até não pertencimento a certo grupo (Duarte, 2023). De modo concomitante, o sistema de criação dos homens age sobre jovens adultos de maneira semelhante, onde a construção de juízo do que é “ser homem de verdade” é atravessada por uma rigidez que causa a repressão de expressões emocionais associadas a vulnerabilidade, onde há exercício da cobrança dos valores tidos como positivos pela sociedade (Louro, Felipe & Goellner, 2018). Essa mesma rejeição tida com elementos fora dos normativos contribui para uma série de comportamentos que partem de uma natureza inofensiva, como piadas e deboches em cenários como o futebol, mas que podem evoluir para quadros mais agravantes e violentos. Uma forma de exemplificar este fenômeno, é o estudo de Silva, Kunzler, Junior & Pacheco (2023) que estabelece uma relação entre as atitudes de um grupo de alunos frente a comportamentos de homofobia no futebol e o alto índice de crimes violentos contra mulheres na região. Ao serem questionados pelos autores sobre casos ligados à LGBTfobia⁹ no esporte, o grupo focal de garotos da Geração Z demonstraram indícios de incômodo físico quando foram apresentados *slides* contendo exhibições de homossexualismo, buscando se distanciar dos comportamentos demonstrados através de respostas curtas e risos enquanto os questionamentos eram conduzidos.

De modo a compreender como acontece a conexão entre a masculinidade hegemônica e a extrema-direita e suas estratégias em meio ao capitalismo digital contemporâneo, sem que ocorra um processo ativo de resistência, temos a pós-verdade, definida pelo Oxford Dictionaries (2016) como palavra do ano de 2016, como sendo a *“circunstância em que os fatos objetivos são menos influentes em formar opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”*. Esse contexto onde a percepção é constantemente manipulada, um processo que persiste e amplifica-se no espaço digital devido à quantidade de informação presente, configura uma guerra de narrativas que apelam ao emocional do indivíduo ao invés de seu raciocínio, tornando a identificação deste processo alienante difícil pelo usuário comum (Leirner, 2020). Logo, uma vez que estabelecida a manipulação das massas através da internet, além da compreensão de como a masculinidade hegemônica e a extrema-direita são sinônimos da defesa de atributos tradicionais universais, pautas de intolerância a outras identidades e exploração de vulnerabilidades alheias, é possível concluir que aliadas às estratégias de alienação - a serem conceitualizadas na próxima etapa deste estudo - impostas sobre a Geração Z, configura-se uma realidade de vulnerabilidade coletiva sem precedentes.

⁹ LGBTfobia é o conjunto de práticas intencionais que culminam na produção de múltiplas formas de violência, desumanização e, em certos casos, morte de quem não adere ao sistema sexo-gênero vigente (Coelho, Desidério & Rocha, 2023).

2.3 Geração Z e a Alienação

As relações interpessoais no século XXI seguem e potencializam, através da acessibilidade às redes sociais, uma tendência observada por Giddens (1991) na década de 90 de que na maior parte do seu tempo, as pessoas interagem mais com desconhecidos do que com seus parentes e amigos. Procedendo o autor, na transição secular esta prática de contato passa a estar apenas a distância de alguns cliques em dispositivos conectados à internet, sendo intensificada e evoluindo em paralelo a Geração Z, que por sua vez é composta por jovens que foram atravessados pela hiperconectividade e influência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) desde a infância (Bezerra, Lima, Carneiro & Santos, 2019). Partindo da ideia estabelecida anteriormente de que existem consensos acerca de valores tradicionais que atravessam a masculinidade hegemônica e a extrema-direita, também existe um juízo de valor referente a imagem popular de pessoas dessa geração, como a dificuldade de atenção, sobrecarga emocional, maior aceitação a pautas de igualdade, dentre outras (Casella, 2015). Porém, de modo a entender como, dentro de uma parcela da população vista como liberais, tomam espaço as influências manipuladoras da extrema-direita, tornando-se necessário endereçar a complexidade dos efeitos causados por essa imersão digital e as dificuldades da mesma no que diz respeito ao desenvolvimento do pensamento crítico (Colet & Mozzato, 2019).

Frequentemente tido como um dos principais problemas a contribuir para a opinião pública referente à Geração Z, encontra-se o desinteresse pelo aprendizado, onde também é levantada a decadência do sistema acadêmico e sua falta de eficácia em adaptar-se aos novos desafios que acompanham as inovações tecnológicas do século XXI (Souza, 2019). Porém, ainda nessa perspectiva, Souza (2019) compreende estes cenários como sintomas de uma realidade atemporal: a condição de aluno é um fragmento parcial da vivência real e dos momentos que definem um indivíduo, agindo ainda sobre o mesmo suas experiências pessoais em casa, no trabalho e em ambientes da prática de *hobbies*, sejam eles digitais ou físicos. Inclusive, nota-se que as gerações anteriores se submetiam ao ambiente escolar de início ao fim do turno, depositando sua atenção em elementos constituintes do cenário, fato que a partir da Geração Z muda a partir do acesso aos aparelhos celulares, e dos mesmos à internet. No que diz respeito aos possíveis efeitos dessas novas dinâmicas contemporâneas, Rech, Viêra & Anschau (2017) levantam em seu artigo que através da hiperconectividade, os indivíduos da Geração Z “*emergem com uma nova forma de agir, pensar e conduzir sua vida pessoal e profissional*”, de modo a valorizar a autonomia e ambientes onde podem interagir de forma conectada e veloz. Em contrapartida, os autores citam que diante de atos de imposição hierárquica decorrentes de figuras como parentes, professores e gestores, indivíduos da Geração Z tendem a recuar e se afastar. Logo, torna-se possível a conclusão de que, paralelamente ao processo de ensino tradicional e suas constantes demandas de conformismo, eles se sobressaem como autodidatas no que diz respeito ao domínio de ferramentas da internet - seja para a conclusão ágil de tarefas da escola, ou para identificar possibilidades de fuga através de jogos eletrônicos e outros escapes oportunizados pelo acesso.

Deste modo, uma vez que estabelecida a acessibilidade à informação através da internet detida por este grupo, assim como a maneira que ela se faz presente até

mesmo em ambientes que constantemente agem em prol da sua restrição, a próxima etapa constitui-se em compreender como uma tendência de domínio do ambiente digital é subvertida por estratégias conscientes de alienação nele presentes. Não somente é uma parte integral da necessidade de um sistema capitalista de impor sobre suas massas a dedicação e dependência ao trabalho, mas entende-se também a alienação como o ato de desvincular o indivíduo daquilo que ele produz e representa em sua essência (Marx, 2004). Perpetuando sua presença no capitalismo digital contemporâneo, ela se manifesta, dentre as maneiras já citadas neste estudo, também no estabelecimento dos desejos de consumo e o culto ao *status quo*, aplicando lógicas comerciais e de precificação nos mais variados elementos da atividade humana, de modo a garantir que a remuneração seja a única saída para desfrutar dos prazeres que representam uma fuga ou autonomia pessoal, reforçando o ônus da obrigação profissional (Johnson, 1997).

Para a Geração Z, isto significa a perpetuação da dependência das dinâmicas das sociedades em redes que, diferentemente do ambiente físico, tem seu funcionamento pleno mantido por grandes empresas de tecnologia e entidades governamentais. Sobre isto, Castells (1999) sugere dois conceitos, o "espaço de lugares", definido por pontos geográficos, e o "espaço de fluxos", demonstrado pelas redes de informação que subordinam o meio físico através de um sistema de influência à distância, o que permite que organizações em nível internacional possuam o potencial de afetar diretamente todas os aspectos da rotina de inúmeras comunidades. Deste modo, a navegação em redes sociais representa o maior resgate de autonomia da Geração Z, pois, por mais que este espaço seja atravessado por uma gama de estratégias alienantes, a ação de engajar com o conteúdo de sua preferência individual representa uma tentativa constante de resgatar e construir uma identidade. Ainda que isto se apresente como uma resistência aos efeitos da alienação, acaba por resultar na submissão aos algoritmos de recomendação e a vasta quantidade de conteúdo fronteiro e nocivo na internet, o que nos leva às estratégias de conteúdo da extrema-direita e seus efeitos em jovens homens desse grupo geracional.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Visando compreender se os algoritmos de recomendação de conteúdo das redes sociais colaboram com a suscetibilidade de homens da Geração Z a influências alienantes, a partir de uma abordagem mista de coleta de dados e análise de conteúdo, realizou-se a criação de duas contas distintas dentro de um ambiente social-digital real. Como cenário de aplicação, é estabelecida a plataforma social X, fundada em 2006 na Califórnia, nos Estados Unidos, que até 2023 era conhecida pelo público como Twitter (Davis, 2023).

3.1 Criação dos perfis

3.1.1 Endereços de e-mail

No ato de cadastro no X, é solicitado um endereço válido, então serão criados duas caixas para as duas contas, de acordo com o serviço de *mailing* incentivados pelo provedor de seu navegador: `conta1tcc251@outlook.com` e `conta2tcc251@gmail.com`.

3.1.2 Fotos de perfil

A ferramenta de IA generativa do Google, Gemini, foi escolhida como meio de definição das fotos de perfil de ambas as contas, de modo a evitar tendências de associação que um indivíduo real possa criar a figuras, valores ou pessoas reais. Para esta finalidade, foi enviada a seguinte *prompt*¹⁰ em uma conversa nova com a ferramenta:

Forneça duas imagens, onde cada uma represente fotos de perfil, na rede social X, de dois homens próximos da idade de 24 anos. Farei uma breve descrição de cada um, mas os resultados não devem conter mensagens em artigos como camisetas com frases, bonés e broches/adesivos. A primeira imagem (Figura 2 - Imagem gerada para a Conta 1) é o retrato de um jovem que, apesar de não possuir muito interesse político, tem grande zelo por pautas sociais e defende a igualdade de todos. A segunda imagem (Figura 3 - Imagem gerada para a Conta 2) é o retrato de um jovem que, possuindo tanto interesse quanto o primeiro em assuntos de política, não necessariamente discorda das pautas, mas prefere uma abordagem conservadora e tradicionalista.

Figura 2 - Imagem gerada para a Conta 1



Fonte: Google Gemini, 2025

Figura 3 - Imagem gerada para a Conta 2



Fonte: Google Gemini, 2025

3.1.3 Criação das contas e seleção de preferências

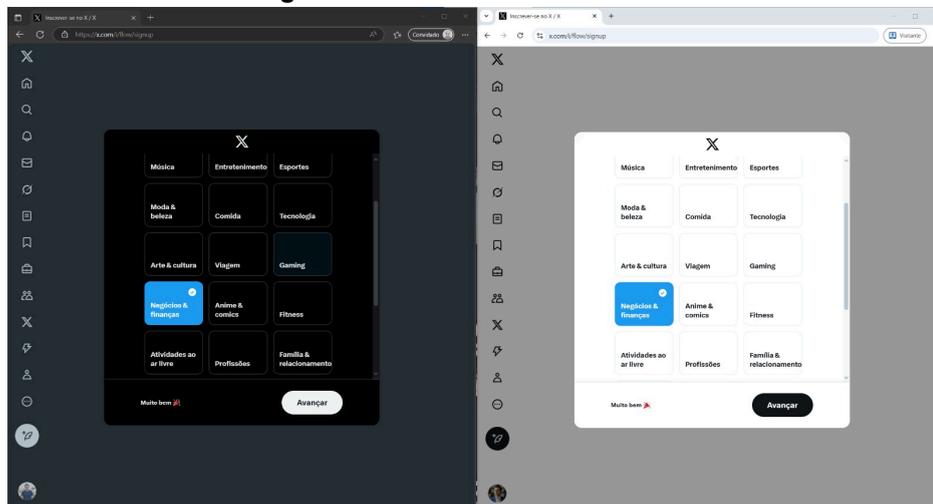
Ambos os perfis receberam a atribuição da mesma data de nascimento e formatação de nome: nascidos em 01/01/2001, e com o nome “Conta” seguido do dígito identificador, de forma que a idade corresponda ao recorte etário da Geração Z. Esta nomenclatura genérica se dá para evitar que nomes reais pudessem causar correlação com figuras políticas existentes, o que poderia levar ao engajamento de perfis reais com os perfis e possíveis intervenções no resultado. A mesma lógica foi

¹⁰ Um texto em linguagem natural que solicita que uma Inteligência Artificial generativa, ou seja, uma IA alimentada por um conjunto extenso de dados para transformá-los, a realização de tarefas específicas (Amazon, 2025).

aplicada nos seus usuários únicos, também uma combinação genérica que corresponde aos elementos numéricos: @conta1tcc251 e @conta2tcc251.

Outro aspecto relevante se encontra após o início da criação da conta, na tela de preferências de conteúdo, onde se apresenta como obrigatória a seleção de ao menos um segmento de interesse. Nesta etapa, como não havia um item dedicado à política, ambos os perfis foram configurados para receber postagens de Negócios & Finanças. Para facilitar a visualização no decorrer deste documento, as informações da Conta 1 estão posicionadas à esquerda, e da Conta 2 à direita, utilizando, assim como apresentado na Figura 4 - Preferência de conteúdo, interface em cores escuras e em cores claras. A utilização de dois navegadores se fez necessária para permitir o acesso simultâneo dos dois perfis em um único dispositivo, ambos em guias de convidados para impedir a intervenção de *cache* e informações contidas previamente no navegador.

Figura 4 - Preferência de conteúdo

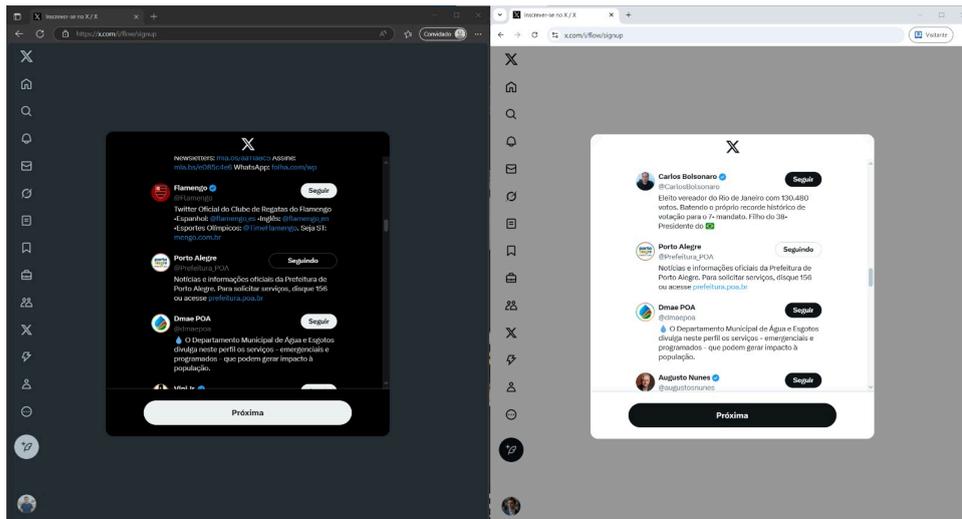


Fonte: Reprodução do autor

Também se apresentou de forma obrigatória para a criação dos perfis, a necessidade de se seguir ao menos uma conta entre uma lista de sugestões, brevemente contemplada na Figura 5 - Primeira conta seguida. Para garantir uma experiência paralela entre os perfis e já delimitar uma posição geográfica, ambas as contas iniciaram seguindo a Prefeitura de Porto Alegre¹¹.

Figura 5 - Primeira conta seguida

¹¹ Disponível em https://x.com/Prefeitura_POA.



Fonte: Reprodução do autor

3.2 Coleta de dados

As seguintes rotinas foram realizadas à risca nos respectivos dias, visando alimentar as preferências de cada perfil de maneira a permitir a ocorrência de conteúdos recomendados em cada perfil, abastecendo a análise proposta:

- Dia 1: Ambas as contas curtiram as 10 primeiras postagens com teor informativo de conteúdo político a aparecer no *feed*¹² “Para Você”, sendo que a Conta 1 se engajou apenas com perfis de jornalismo profissional¹³, enquanto a Conta 2 teve liberdade para engajar com as mais diversas entidades, independentemente de sua identificação ou parcialidade, o que pode configurar conteúdo tendencioso ou alienante.
- Dia 2: Mantendo as etapas estabelecidas para cada conta no primeiro dia, foram curtidas mais 10 postagens, e após esta primeira etapa, as contas seguiram¹⁴ 5 perfis presentes entre os realizadores das postagens que foram curtidas em cada ambiente neste dia.
- Dia 3: Mantendo as etapas estabelecidas previamente, ambas curtiram mais 10 postagens, começaram a seguir mais 5 perfis presentes entre os realizadores das postagens que foram curtidas em cada ambiente neste dia, e na terceira e nova etapa, compartilharam 5 postagens - entre as curtidas em cada ambiente - em sua própria conta através da função *repost*¹⁵, comentando publicamente em cada uma das publicações compartilhadas.
- Dia 4: Mantendo as etapas estabelecidas previamente, ambas curtiram mais 10 postagens, começaram a seguir mais 5 perfis presentes entre os realizadores das postagens que foram curtidas neste dia, na terceira etapa

¹² Painel de conteúdo incorporado em plataformas de redes sociais, constantemente atualizado à medida que são adicionadas novas publicações recomendadas para o usuário (Bojkov, 2023).

¹³ Como conceitualizado por Gleich em texto de Rainho (2023), é o jornalismo dedicado ao público, com transparência, critérios e diferenciação entre fontes de desinformação e fontes confiáveis, podendo inclusive contar com o apoio de conselhos editoriais.

¹⁴ A ação de um usuário optar por acompanhar as atualizações e publicações de outro usuário ou página (Oshiro, 2024a).

¹⁵ Prática que consiste em compartilhar o conteúdo criado por outra pessoa ou marca em redes sociais para os seus seguidores ou *feed* pessoal (Oshiro, 2024b).

compartilharam 5 postagens - entre as curtidas em cada ambiente - em sua própria conta através da função *repost*, e diferentemente da última, ao invés de comentar em resposta a cada uma das publicações compartilhadas, comentaram através do compartilhamento em *repost* com comentário.

De modo a não interferir no campo dessa investigação, não houve nenhuma interação direta com outra conta, além das que foram mencionadas no roteiro. É válido acrescentar que todos os comentários ou compartilhamentos com comentários foram feitos sem uso de frases ou palavras que pudessem expressar posicionamentos complexos, sendo realizadas sempre através de três emojis¹⁶, como visto na Figura 6 - Detalhamento dos comentários realizados.

Figura 6 - Detalhamento dos comentários realizados



Fonte: Reprodução do autor

Além disso, ambas as contas foram desativadas na semana que precede a publicação final deste estudo, no dia 05 de julho de 2025. É pertinente também acrescentar que no dia 04 de junho de 2025, a Conta 2 recebeu um seguidor, e no dia 06 de junho de 2025, foi citada no corpo de uma postagem que divulgava conteúdo de *phishing*, prometendo recompensas em criptomoedas.

3.3 Tratamento de dados

3.3.1 Análise qualitativa

Nesta etapa, com base na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), foram identificados e analisados os elementos que compõem cada postagem: assuntos que tocam; forma como abordam os temas; informações sobre os perfis; intencionalidade da publicação. Deste modo, foi possível promover uma análise comparativa entre os cenários das duas contas e do conteúdo que elas recebem em

¹⁶ A palavra japonesa para "pictograma", símbolos que comumente recebem uma apresentação colorida e divertida quando exibidos em dispositivos para expressar sentimentos e representar conceitos (Unicode, 2025).

seus respectivos *feeds* algorítmicos, assim como a quantidade de ocorrências de cada um.

Uma vez identificados, esses elementos foram categorizados de acordo com sua natureza, sendo a mesma neutra, ou sem identificação de intencionalidade clara, ou negativa, ao representar conteúdo nocivo ou desprovido de ética. Os resultados estão presentes no Apêndice A - Análise de conteúdo dos *posts* dentro de segmentos que ambas as contas curtiram, desenvolvido a partir dos resultados da análise qualitativa, viabilizando a comparação das ocorrências observadas através dos dois cenários.

3.3.2 Análise quantitativa de engajamento

Nesta etapa propôs-se analisar os aspectos estatísticos por meio da quantificação das unidades de engajamento das publicações registradas: *reposts*, comentários e curtidas. Tendo como base os cálculos de engajamento propostos por Silva & Gouveia (2020), observando-se que determinadas postagens recebiam um número alto de comentários em relação às curtidas, além da necessidade de metrificar o alcance como um todo também foi realizada uma adaptação das fórmulas sugeridas, de modo que passem a relacionar, através de diferentes pesos, as unidades de engajamento em cada postagem. Deste modo, a primeira fórmula (1) estabelece o Engajamento Ponderado Bruto (ETB), um *score* que quantifica o possível alcance de cada postagem através do estabelecimento de diferentes pesos para cada unidade de interação que ela recebeu, respectivamente definidos como 20, 10 e 1. Este número foi calculado da seguinte maneira:

$$\text{ETB} = (\text{Peso do Compartilhamento} \times \text{Quantidade de Compartilhamento}) + (\text{Peso do Comentário} \times \text{Quantidade de Comentário}) + (\text{Peso da Curtida} \times \text{Quantidade de Curtida}) \quad (1)$$

Como segunda fórmula (2), também adaptada a partir da lógica dos autores, a Intensidade de Engajamento (IE) manteve as mesmas partes constituintes da equação acima, mas organizada de modo que os compartilhamentos e comentários fiquem relacionados diretamente à quantidade de curtidas. Logo, a partir dos resultados será possível identificar quais publicações possuem maior concentração discursiva, e quais foram recebidas de forma mais passiva, com maior número de curtidas. A fórmula (2) que origina a IE será:

$$\text{IE} = [(\text{Peso do Compartilhamento} \times \text{Quantidade de Compartilhamento}) + (\text{Peso do Comentário} \times \text{Quantidade de Comentário})] / [(\text{Peso da Curtida} \times \text{Quantidade de Curtida}) + 1] \quad (2)$$

Portanto, para facilitar a comparação entre dos números de ETB e do IE das postagens, considere o Apêndice B - Análise matemática de engajamento dos *posts* curtidos por cada conta, que através da aplicação e organização desses cálculos contribui para maior embasamento na hora de compreender o atingimento dos objetivos deste estudo.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Em 4 dias de navegação na plataforma, com cerca de 40 minutos diários de acesso a cada conta, no período de 03 a 10 de junho de 2025, foram curtidas um total de 80 postagens - 40 por perfil - publicadas entre 02 a 10 de junho de 2025. As publicações continham cunho informativo sobre política ou assuntos semelhantes, relacionados a conflitos, economia, acontecimentos locais, vacinação e negócios. Em resgate à proposta metodológica, destaca-se que a Conta 1 engajou-se apenas com portais de notícias verificados ou órgãos públicos, enquanto a Conta 2 engajou-se com quaisquer perfis ou usuários.

Partindo do objetivo específico de avaliar de que modo os algoritmos de recomendação contribuem para a perpetuação da alienação, direcionar o enfoque sobre os elementos negativos apontados no Apêndice A destaca que a Conta 2 engajou-se a 28 publicações atravessadas por gramática apelativa, com texto expressivo e intenso, criados para captar a atenção através de termos como “URGENTE” e “ATENÇÃO”, conforme a Figura 7 - Resgate da atenção do usuário através da gramática apelativa.

Figura 7 - Resgate da atenção do usuário através da gramática apelativa

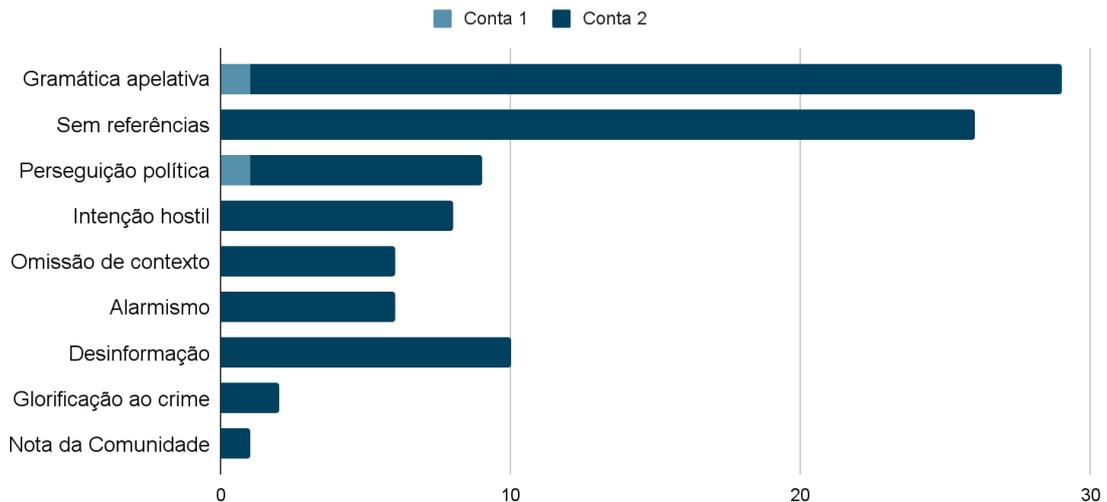


Fonte: @NewsLiberdade. Postagem no X, 03 jun. 2025. Disponível em: <https://x.com/NewsLiberdade/status/1930077719657664753>. Acesso em: 05 jul. 2025.

Em paralelo a este subterfúgio de captação de engajamento, a Figura 7 também evidencia outro elemento visto em mais da metade das postagens curtidas pela Conta 2, a ausência de uma fonte para o conteúdo apresentado, o que evidencia a falta de compromisso com a veracidade e o foco principal na captação de interessados que, de alguma forma, se identificam com a discussão e as figuras e elementos presentes nela.

O olhar para as postagens e sua análise minuciosa acerca do teor das mensagens revelou, ainda, que os *posts* sugeridos a partir do comportamento da Conta 2 eram atravessados por outros 7 elementos de natureza nociva, o que pode ser visto na Figura 8 - Ocorrência de postagens contendo elementos nocivos. Ainda sobre a Figura 8, cabe destacar que a Conta 1 teve apenas dois atravessamentos desta natureza identificados dentro deste campo, um pela gramática apelativa e outro através da perseguição política.

Figura 8 - Ocorrências de postagens contendo elementos nocivos



Fonte: Reprodução do autor

Relacionando as bases de postagens curtidas por cada perfil, ao verificar a contribuição dos algoritmos de recomendação para a perpetuação da alienação, percebe-se a quantidade superior de elementos negativos no ambiente da Conta 2, ainda que ela não tenha sido condicionada pela metodologia a interagir apenas com publicações que possuíssem a gramática apelativa ou ausência de fontes e veracidade de informação. Deste modo, é possível observar a forma como a influência dos algoritmos de recomendação sobre o usuário se manifesta, uma vez que desde a criação do perfil é traçado um caminho sugestivo, de modo que usuários com uma trajetória semelhante ao da Conta 2 sejam alienados da possibilidade de interagir com conteúdos que diferem aos observados no que diz respeito a sua natureza.

A Figura 8 ainda possibilita entender a intensidade com a qual esses elementos negativos podem contribuir com a suscetibilidade dos usuários à alienação, especificamente a realizada pela extrema-direita através dos algoritmos, conforme provocada no objetivo. Ainda que menos presentes - em quantidade de ocorrência nos dados coletados - a desinformação, o alarmismo, as intenções hostis e a perseguição são elementos que surgem na análise de conteúdo e aliam-se diretamente à caracterização das estratégias extrema-direita: a utilização da pós-verdade como estratégia de crescimento (Rosa, Ângelo & Braga, 2021), autoritarismo e militarismo (Andrade, 2013) e a natureza punitiva em medidas sociais (Morais, 2019). Para esta finalidade, encontra-se na Figura 9 - Postagem sem referência sobre possíveis conflitos nucleares, uma das publicações de maior ETB dentre as curtidas pela Conta 2 (117.000). Traduzida, a postagem afirma:

“URGENTE; 250 ogivas nucleares apontadas para Washington, e outras tanto mirando em Londres e Paris. O eixo ocidental do mal que ousou atacar a Rússia será eliminado sem piedade. Putin ainda se contém—mas a paciência tem seus limites”.

Figura 9 - Postagem sem referência sobre possíveis conflitos nucleares



Fonte: @mog_russEN. Postagem no X, 02 jun. 2025. Disponível em: https://x.com/mog_russEN/status/1929424730999734326. Acesso em: 02 jul. 2025.

A ausência de referência apresentada para uma afirmação de grande escala bélica, assim como o tom nacionalista direcionado à Federação Russa que permeiam a publicação, pode ser interpretada por meio de Leirner (2020) o qual indica que ainda que não haja validação nesta ocasião mencionada de um conflito militar, há no ambiente das redes sociais uma guerra de narrativas e de manipulação, que apela aos fatores emocionais e cognitivos dos usuários. Ou seja, uma influência é exercida através da intensidade de polarização do conteúdo apresentado, onde incita-se um sentimento alarmista de destruição territorial do eixo ocidental, e por outro lado a tentativa de resgatar a identidade e homogeneidade da Rússia como nação e federação, valorizando a percepção de seu poder militar. A mesma estratégia parece ser utilizada em outras postagens curtidas pela Conta 2,

como por exemplo a exibida na Figura 10 - Segundo exemplo de estratégias narrativas:

Figura 10 - Segundo exemplo de estratégias narrativas



Fonte: @AnaPaulaVolei. Postagem no X, 10 jun. 2025. Disponível em: <https://x.com/AnaPaulaVolei/status/1932316536670421386>. Acesso em: 05 jul. 2025.

Enfim, observa-se, ainda, na Figura 10 a grande diferença entre comentários e curtidas e, neste caso, é importante observar os fatores qualitativos explorados em comparação aos aos fatores de engajamento através dos pontos presentes na análise quantitativa de dados, apresentada no Apêndice B deste estudo. Considerando as publicações curtidas pelos dois perfis, o ETB apresentou uma média de 18.931 dentro das postagens da Conta 1, e de 41.107 na Conta 2, uma diferença notável que já apresenta não somente que o alcance das publicações da Conta 2 - que são atravessados pelos elementos negativos já estabelecidos - é o dobro na comparação com o conteúdo da Conta 1.

Ainda sobre o engajamento observado nos cenários de exposição comparada, a implementação do cálculo de Intensidade de Engajamento observada no Apêndice B, que visava identificar postagens onde a quantidade de comentários

e compartilhamentos se aproximava ou superava as curtidas resultou em 10 postagens curtidas pela Conta 1 que ultrapassam o valor de 10, e na Conta 2, apenas 1 que supera a mesma marca. De modo a permitir a interpretação do que um baixo ETB e alto IE representam, considere a postagem de maior valor de IE (45,90) na Figura 11 - Entendendo a Intensidade de Engajamento em postagem da Conta 1.

Figura 11 - Entendendo a Intensidade de Engajamento em postagem da Conta 1

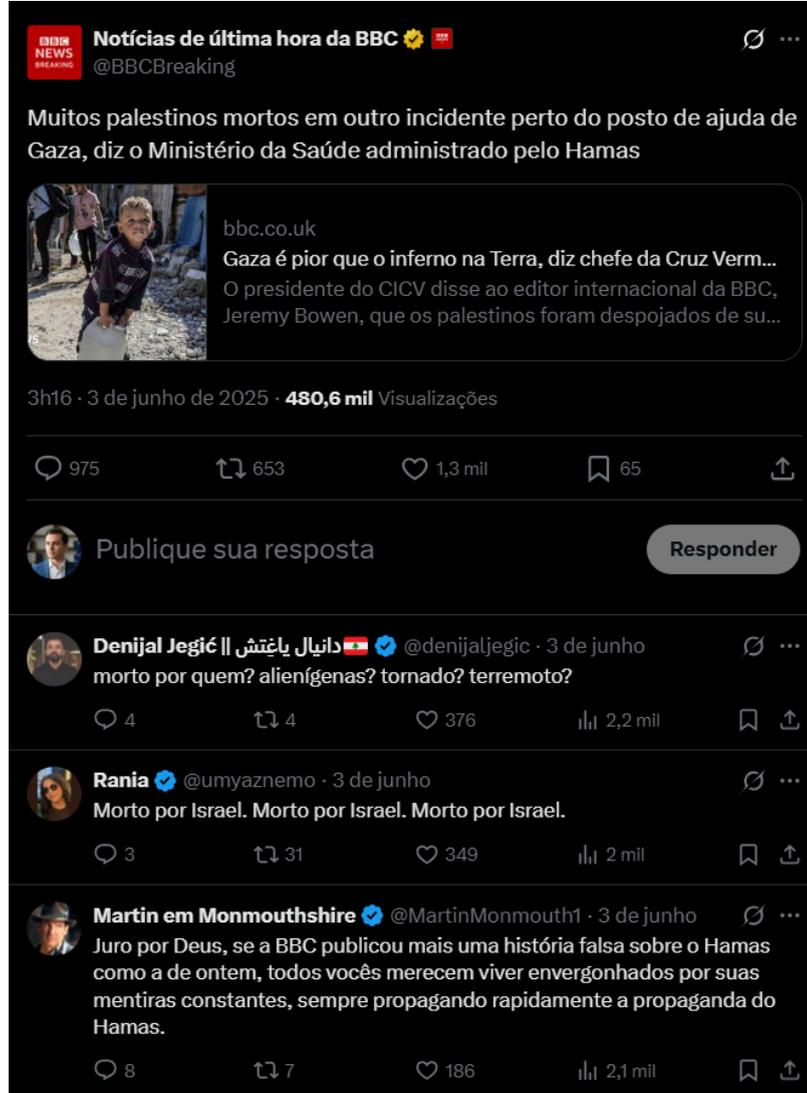


Fonte: @bbcbrasil. Postagem no X, 10 jun. 2025. Disponível em: <https://x.com/bbcbrasil/status/1932276173934932144>. Acesso em: 02 jul. 2025.

Partindo desta parcela amostral, alguns fatores são observados como contribuintes para a presença de maior valores de IE na Conta 1, o primeiro sendo o engajamento discursivo e interpretativo da notícia, conforme observado no primeiro comentário; esta leitura e projeção de efeitos ocorre sem que haja intencionalidade implícita. Por outro lado, as dinâmicas constituintes da extrema-direita e da Masculinidade Hegemônica se manifestam entre os outros dois comentários, onde o valor discursivo é produzido com tons de zombaria, regulação de conduta e reprodução de sentimentos de justiça, processos que permitem, como efeito, que a matriz alienante seja perpetuada (Silva, Dullius & Sanfelice, 2020). Na Figura 12 -

Exemplos de discurso nas postagens da Conta 1, encontra-se uma postagem curtida pela Conta 1 com IE de 12,73:

Figura 12 - Exemplos de discurso nas postagens da Conta 1



Fonte: @BBCBreaking. Postagem no X, 03 jun. 2025. Disponível em: <https://x.com/BBCBreaking/status/1929784347080483256>. Acesso em: 05 jul. 2025.

A postagem na Figura 12 elucida a existência de ainda outro comportamento, que soma atributos discursivos a discordância, propondo novos contextos e correções de forma a evoluir o potencial informativo do conteúdo que está sendo apresentado, a medida em que é repreendido o perfil através de teor punitivo. Resgatando o terceiro e último objetivo específico deste estudo, avalia-se o engajamento dos conteúdos entregues pelos algoritmos e o tipo de relação que estabelecem com os usuários através de postagens como a tida na Figura 9, onde os comentários representam apenas 16% do número de curtidas. Esse conteúdo fronteiro nocivo serve como instrumento de um comportamento passivo e alienado de uma parcela dos usuários do X, que estão mais inclinados a curtir a postagem e aceitá-la do que comentar e debater sua veracidade. Para esta parcela, estratégias que utilizam da pós-verdade e apelo emocional são efetivas: basta que as postagens

se conectem com os pré-conceitos do indivíduo, não havendo necessidade de compor um dos comportamentos observados pelos comentários nas Figuras 11 e 12 - o que leva a menos ocorrências de diálogo nas postagens, menos desafios aos conceitos, e portanto, retomando o consenso de valores que a Masculinidade Hegemônica e a extrema-direita têm como força principal de dominação ideológica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo estabeleceu como principal objetivo **compreender se os algoritmos de recomendação de conteúdo das redes sociais colaboram com a suscetibilidade de homens da Geração Z a influências alienantes**. Realizada a metodologia proposta de análise dos dados em abordagem mista, é revelado que uma vez já inclinado, ainda que levemente, para valores tradicionais e delimitações demográficas semelhantes às da Conta 2, os algoritmos de recomendação contribuem para a manutenção de câmaras de ecos ao redor do usuário (Bright, 2018), impondo uma repetição de conteúdos alienantes com o qual o indivíduo apresentou no seu primeiro contato com a plataforma. Ao longo das análises, foi possível perceber um comportamento muito mais passivo e de menor discussão dentro dos *posts* de contas independentes do conteúdo de extrema-direita, o que indica uma colaboração para a perpetuação da alienação através da submissão à informação.

Portanto, resgatando o contexto no qual a análise comparativa foi realizada, as redes sociais estão dentro do capitalismo digital contemporâneo como um dos principais palcos para ação das estratégias observadas, e nele a Geração Z vem navegando ao longo de seu processo de formação. Em meio a este contexto, a Geração Z, nesta etapa citada como um todo, atravessa os espaços de fluxo que são dominados por grandes organizações na sociedade em rede, assim como percebem a influência direta que essas elas possuem sobre a sociedade. Ainda mais do que uma influência de mercado, como apresentado no formato de negócio como de empresas como a Meta, o Capitalismo de Dados permite que as empresas exerçam papéis decisórios aliados a governos, o que torna sua escala ainda maior. Através das características estabelecidas para os nativos digitais da Geração Z, notou-se que manter-se presente através destes espaços digitais, ainda que neles hajam estratégias complexas de dominação ideológica, representa um resgate de autonomia. Este mesmo resgate, quando submetido aos elementos nocivos que os algoritmos de recomendação demonstraram, através do método deste estudo, persistir em sugerir a partir de uma interação, pode resultar na aceitação de desinformação, sujeitando o conteúdo recebido a avaliações emocionais ao contrário de processar, discutir e engajar em espaços de maior preocupação com a veracidade informativa.

Logo, dentro das limitações estabelecidas no objetivo, é possível observar dentro do contexto acima que os algoritmos de recomendação de conteúdo das redes sociais colaboram consideravelmente com a suscetibilidade de homens da Geração Z às influências alienantes, permitindo que a extrema-direita se desenvolva e tenha seu conteúdo amplamente distribuído e com maior potencial de engajamento. Portanto, é importante acrescentar que existem elementos que não constam dentro do foco deste estudo que podem agregar à problemática, seja através de análises com bases maiores de dados ou entrevistas com grupos focais, de modo a constituir pesquisas que compreendam a forma como pessoas da

terceira idade são impactadas pelas estratégias alienantes dos algoritmos de recomendação, e também de que modo a acessibilidade pública à IA generativa e suas funções de checagem de fatos podem agir contrariamente aos efeitos da alienação dos usuários.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Guilherme. A trajetória da extrema direita no Brasil: integralismo, neonazismo e revisionismo histórico (1930 - 2012). GEPAL, set. 2013. Disponível em: <https://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/v6_guilherme_GIX.pdf>. Acesso em 05/07/2025.

AMAZON. O que é engenharia de prompts? AWS, jul. 2025. Disponível em: <<https://aws.amazon.com/pt/what-is/prompt-engineering/>>. Acesso em 05/07/2025.

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. São Paulo: Almedina Brasil, jun. 2011.

BEZERRA, Mariana; LIMA, Eduardo; BRITO, Francisco; SANTOS. Geração Z: Relações de uma geração hipertecnológica e o mundo de trabalho. UECE, abr. 2019. Disponível em: <<https://unichristus.emnuvens.com.br/gestao/article/view/2009/853>>. Acesso em 05/07/2025.

BOJKOV, Kate. Examples of Social Media Feeds & Walls for Any Website. Embed Social, out. 2023. Disponível em: <<https://embedsocial.com/blog/social-media-feed/>>. Acesso em 05/07/2025.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, abr. 2014.

CASELLA, Stephanie. The Differences Between Centennials (Generation Z) and Millennials (Generation Y). Thought Catalog, set. 2015. Disponível em: <<https://thoughtcatalog.com/stephanie-casella/2015/09/the-differences-between-Centennials-generation-z-and-millennials-generation-y/>>. Acesso em 05/07/2025.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. v. 1, São Paulo: Paz e Terra, jan. 2000.

CAVALCANTI, Maria Clara; FERREIRA, Ruberval. Construção Discursiva dos Direitos Humanos e suas Tensões: O Caso da Extrema Direita no Brasil. UFC, ago. 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/tla/a/fkDw37zfjM4wbcXtfVkyKTq/>>. Acesso em 05/07/2025.

CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda; RIOS, Daniel; MAGALHÃES, Dandara. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. UFRGS, jan. 2017. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/63892>>. Acesso em 05/07/2025.

CHAN, Kelvin; ORTUTAY, Barbara; RICCARDI, Nicholas. Meta eliminates fact-checking in latest bow to Trump. AP News, jan. 2025. Disponível em: <<https://apnews.com/article/meta-facts-trump-musk-community-notes-413b8495939a058ff2d25fd23f2e0f43>>. Acesso em 05/07/2025.

COELHO, Gilson; DESIDÉRIO, Plábio; ROCHA, Luisa. Afinal, o que é a LGBTfobia?. Revista Brasileira De Sexualidade Humana, v.34, out. 2023. Disponível em: <https://www.rbsh.org.br/revista_sbrash/article/view/1115>. Acesso em 05/07/2025.

COLET, Daniela; MOZZATO, Anelise. “Nativos digitais”: características atribuídas por gestores à Geração Z. DESENVOLVE: Revista de Gestão do Unilasalle, v. 8, n. 2, dez. 2019. Disponível em: <<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/desenvolve/article/viewFile/5020/pdf>>. Acesso em 05/07/2025.

CONNELL, Robert; MESSERSCHMIDT, James. Hegemonic masculinity: rethinking the concept. USYD, abr. 2023. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ref/a/cPBKdXV63LVw75GrVvH39NC>>. Acesso em 05/07/2025.

DAVIS, Wes. Twitter is being rebranded as X. The Verge, jul. 2023. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2023/7/23/23804629/twitters-rebrand-to-x-may-actually-be-happening-soon>>. Acesso em 05/07/2025.

DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, jan. 2019. Disponível em <<https://www.theverge.com/2023/7/23/23804629/twitters-rebrand-to-x-may-actually-be-happening-soon>>. Acesso em 21/05/2025.

DIXON, Simon. Annual revenue generated by Meta Platforms from 2009 to 2024. Statista, abr. 2024. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/268604/annual-revenue-of-facebook/>>. Acesso em 12/05/2025.

DUARTE, Kamilla. Dominação burguesa entre o velho e o novo: a ascensão da extrema-direita no Brasil. IFAL, dez. 2023. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ssoc/a/JSQhmDk8n5Q4jbLmVqJnwDy/>>. Acesso em 15/04/2025.

GIDDENS, Anthony. As Consequências da Modernidade. São Paulo: Editora da UNESP, dez. 1991.

GUEDES, Diandra. Quem faz parte da geração Z? UOL, mar. 2025. Disponível em: <<https://exame.com/mundo/guia-mundo/quem-faz-parte-da-geracao-z/>>. Acesso em 22/05/2025.

GOODROW, Cristos. On YouTube’s recommendation system. Blog Oficial do YouTube, set. 2021. Disponível em <<https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/>>. Acesso em 07/04/2025.

JOHNSON, Allan. Dicionário de Sociologia: Guia Prático da Linguagem Sociológica. Rio de Janeiro: Editora Zahar, dez. 1997.

KAPLAN, Joel. More Speech and Fewer Mistakes. Meta, jan. 2025. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2025/01/meta-more-speech-fewer-mistakes/>>. Acesso em 05/07/2025.

KEMP, Simon. Digital 2025: The essential guide to the global state of digital. We Are Social, fev. 2025. Disponível em <<https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>>. Acesso em 21/05/2025.

KIMMEL, Michael; FERBER, Abby. "White Men Are This Nation:" Right-Wing Militias and the Restoration of Rural American Masculinity. RSS, out. 2009. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1549-0831.2000.tb00045.x?casa_token=9ROXmIEC7Z4AAAAA%3A7WDPaV0Pbm-vqdz-giiTgZeA6MAW8fP2hxosqslgdg_oYGJmSH7LRxF8FjNkiz_5H067Mtv2Vcl7hB5VE>. Acesso em 20/06/2025.

KOSINSKI, Matthew. What is phishing?. IBM, mai, 2024. Disponível em <<https://www.ibm.com/think/topics/phishing>>. Acesso em 05/07/2025.

LEIRNER, Piero. O Brasil no espectro de uma guerra híbrida: Militares, operações psicológicas e política em uma perspectiva etnográfica. São Paulo: Alameda Casa Editorial, set. 2020.

LOURO, Guacira; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana. Corpo, gênero e sexualidade. Petrópolis: Editora Vozes, dez. 2018.

MARX, Karl. Manuscritos Econômico-Filosóficos. São Paulo: Boitempo Editorial, dez. 2004.

MBL. Página principal do site do MBL, jul. 2025. Disponível em: <<https://mbl.org.br/mbl>>. Acesso em 05/07/2025.

MORAIS, Argus. O Discurso Político da Extrema-Direita Brasileira na Atualidade. UNB, mar. 2019. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/231169003.pdf>>. Acesso em 15/04/2025.

MUDDE, Cas. A extrema direita hoje. Rio de Janeiro: EdUERJ, dez. 2022.

MULENGA, Xavier. Loneliness is killing men – and without proper support and intervention nothing will change. The Guardian, jul. 2024. Disponível em <<https://www.theguardian.com/commentisfree/article/2024/jul/22/loneliness-is-killing-men-and-without-proper-support-and-intervention-nothing-will-change>>. Acesso em 22/04/2025.

NARAYANAN, Arvind. Understanding Social Media Recommendation Algorithms. Knight First Amendment Institute, abr. 2023. Disponível em

<https://s3.amazonaws.com/kfai-documents/documents/4a9279c458/Narayanan---Understanding-Social-Media-Recommendation-Algorithms_1-7.pdf>. Acesso em 06/04/2025.

NETFLIX. O que é a Netflix? Central de Ajuda, jul. 2025. Disponível em: <<https://help.netflix.com/pt/node/412>>. Acesso em 05/07/2025.

OSHIRO, Marcio. Reportagem: O Guia Completo para Redes Sociais. WP Performance, jul. 2024a. Disponível em: <<https://wperformance.com.br/glossario/repostagem-guia-completo-redes-sociais/>>. Acesso em 05/07/2025.

OSHIRO, Marcio. Seguir: Entenda o Impacto nas Redes Sociais. WP Performance, jul. 2024b. Disponível em: <<https://wperformance.com.br/glossario/seguir-impacto-redes-sociais/>>. Acesso em 05/07/2025.

OXFORD DICTIONARY. Word of the Year 2016. Oxford Languages, dez. 2016. Disponível em <<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>>. Acesso em 05/07/2025.

PLUMMER, Libby. This is how Netflix's top-secret recommendation system works. WIRED UK, ago. 2017. Disponível em <<https://www.wired.com/story/how-do-netflixs-algorithms-work-machine-learning-help-s-to-predict-what-viewers-will-like/>>. Acesso em 08/04/2025.

RAINHO, João. Jornalismo profissional é o que faz a diferença na credibilidade. Portal da Comunicação, jul. 2023. Disponível em: <<https://portaldacomunicacao.com.br/2023/07/jornalismo-profissional-e-o-que-faz-a-diferenca-na-credibilidade/>>. Acesso em 05/07/2025.

RECH, Isabella; VIÊRA, Marivone; ANSCHAU, Cleusa. Geração Z, os nativos digitais: como as empresas estão se preparando para reter esses profissionais. ISSN, set. 2017. Disponível em: <<https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/223>>. Acesso em 05/07/2025.

ROSA, Pablo Ornelas; ÂNGELO, Vitor Amorim de; BRAGA, Tatiane. Novíssimas direitas e apolítica na era da pós-verdade: uma análise da guerra cultural. Conjuntura Austral, v. 12, n. 58, fev. 2021. Disponível em <<https://periodicos.ufes.br/simbiotica/article/view/36384/23834>>. Acesso em 15/04/2025.

SALTMAN, Erin; HUNT, Micalie. Borderline Content: Understanding the Gray Zone. GIFCT, jun. 2023. Disponível em: <<https://gifct.org/wp-content/uploads/2023/06/GIFCT-23WG-Borderline-1.1.pdf>>. Acesso em 07/04/2025.

SILVA, André; DULLIUS, Rafael; SANFELICE, Gustavo. Masculinidades dissidentes na copa do mundo do jornal “Folha de São Paulo”. RBCE, mai. 2020. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/rbce/a/YsDW5Nc35WNxvvcptjrRwkB/?lang=pt>>. Acesso em 05/07/2025.

SILVA, André; KUNZLER, Rômulo; JUNIOR, Gilberto; PACHECO, Ariane. Masculinidade e futebol: tensões entre homofobia e violência contra as mulheres. Contribuciones a Las Ciencias Sociales, São José dos Pinhais, v.16, n.10, out. 2023. Disponível em: <<https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/2365/1588>>. Acesso em 05/07/2025.

SILVA, Ilaydiany; GOUVÊIA, Fábio. Engajamento informacional nas redes sociais: como calcular?. Dez. 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/349614592_Engajamento_informacional_nas_redes_sociais_como_calcular>. Acesso em 05/07/2025.

SORJ, Bernardo; GUEDES, Luís Eduardo. Exclusão digital: problemas conceituais, evidências empíricas e políticas públicas. UFRJ, jul. 2005. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/nec/a/vZ6fSRKr6SDKBHP6vdxGTP/?lang=pt>>. Acesso em 05/07/2025.

SOUZA, Carlos. Desajustamento temporal da escola? Os novos processos de socialização da Geração Z. UEMG, mai. 2019. Disponível em: <<https://revista.uemg.br/index.php/educacaoemfoco/article/view/2728>>. Acesso em 05/07/2025.

TECHNOLOGY CONNECTIONS. Algorithms are breaking how we think. fev. 2025. 1 vídeo (aprox. 38 min.). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=QEJpZjg8GuA>>. Acesso em 27/03/2025.

UNICODE. Glossary of Unicode Terms, jul. 2025. Disponível em: <<https://www.unicode.org/glossary/>>. Acesso em 05/07/2025.

WEST, Sarah Myers. Data Capitalism: Redefining the Logics of Surveillance and Privacy. Sage Journals, v. 58, jul. 2017. Disponível em <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0007650317718185>>. Acesso em 12/05/2025.

WON, Ye Bin; LEWIS, Jonathan. Male Supremacism, Borderline Content, and Gaps in Existing Moderation Efforts. Counter Extremism Project, abr. 2021. Disponível em <<https://gnet-research.org/2021/04/06/male-supremacism-borderline-content-and-gaps-in-existing-moderation-efforts/>>. Acesso em 15/04/2025.

YOUTUBE. The Four Rs of Responsibility, Part 2: Raising authoritative content and reducing borderline content and harmful misinformation. Blog Oficial do YouTube, dez. 2019. Disponível em <<https://blog.youtube/inside-youtube/the-four-rs-of-responsibility-raise-and-reduce/>>. Acesso em 15/04/2025.

YUAN, Soe-Tsy; TSAO, Y.W.. A recommendation mechanism for contextualized mobile advertising. Fu-Jen University, v. 24, n.4, mai. 2003. Disponível em <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0957417402001896>>. Acesso em 12/05/2025.

APÊNDICE A - Análise de conteúdo dos posts dentro de segmentos que ambas as contas curtiram

Segmento	Quantidade de posts	Natureza	Elementos extraídos	Conta	Ocorrências	% dentro do total de posts do segmento
Política	62 (Conta 1 - 26; Conta 2 - 36)	Neutro	Menção ou enfoque sobre figuras políticas	Conta 1	23	88%
				Conta 2	26	72%
			Notícias sobre outros países e territórios	Conta 1	9	35%
				Conta 2	15	42%
			Declaração ou citação direta de terceiros	Conta 1	7	27%
				Conta 2	5	14%
			Postagem de um indivíduo, e não de portais ou marcas	Conta 1	0	0%
				Conta 2	7	19%
			Menção ou enfoque sobre crimes ou tragédias	Conta 1	7	27%
				Conta 2	9	25%
			Postagem de um portal identificadamente parcial	Conta 1	0	0%
				Conta 2	4	11%
			Menção de ativismo ou manifestações políticas	Conta 1	1	4%
				Conta 2	3	8%
			Menção ou enfoque sobre celebridades	Conta 1	3	12%
				Conta 2	5	14%
			Militarismo, policiamento ou artigos bélicos	Conta 1	2	8%
				Conta 2	2	6%
			Diretamente acerca do presidente ou governo	Conta 1	6	23%
				Conta 2	7	19%
			Apresenta dados e/ou índices	Conta 1	3	12%
				Conta 2	2	6%
			Finanças, moeda e investimentos	Conta 1	0	0%
				Conta 2	1	3%
			Postagem realizada em outra nacionalidade	Conta 1	4	15%
				Conta 2	5	14%
			Acerca da liberdade de expressão	Conta 1	0	0%
				Conta 2	3	8%
Desenvolve ou inclui pautas de acessibilidade	Conta 1	1	4%			
	Conta 2	0	0%			
Inclui um estudo ou pesquisa	Conta 1	3	12%			
	Conta 2	0	0%			

			Postagem realizada por um órgão público	Conta 1	3	12%
			Conta 2	0	0%	
			Contém atravessamento de interpretação	Conta 1	1	4%
			Conta 2	10	28%	
		Negativo	Uso de gramática apelativa ou clickbait (Ex.: URGENTE)	Conta 1	1	4%
			Conta 2	25	69%	
			Sem referência ou com referência insuficiente	Conta 1	0	0%
			Conta 2	24	67%	
			Perseguição política a indivíduos ou grupos	Conta 1	1	4%
			Conta 2	7	19%	
			Conteúdo sugestivo ou que contém intenção implícita	Conta 1	0	0%
			Conta 2	8	22%	
			Omissão de informações importantes para o contexto	Conta 1	0	0%
			Conta 2	6	17%	
Alarmismo e/ou incitação de pânico	Conta 1		0	0%		
Conta 2	6		17%			
Desinformação ou fake news	Conta 1	0	0%			
Conta 2	9	25%				
Teor de glorificação, defesa ou incentivo ao crime	Conta 1	0	0%			
Conta 2	2	6%				
Nota da Comunidade registrada para desmentir	Conta 1	0	0%			
Conta 2	1	3%				
Economia	7 (Conta 1 - 6; Conta 2 - 1)	Neutro	Menção ou enfoque sobre figuras políticas	Conta 1	0	0%
			Conta 2	1	100%	
			Notícias sobre outros países e territórios	Conta 1	1	17%
			Conta 2	1	100%	
			Declaração ou citação direta de terceiros	Conta 1	1	17%
			Conta 2	0	0%	
			Postagem de um indivíduo, e não de portais ou marcas	Conta 1	1	17%
			Conta 2	0	0%	
			Diretamente acerca do presidente ou governo	Conta 1	1	17%
			Conta 2	0	0%	
			Apresenta dados e/ou índices	Conta 1	2	33%
			Conta 2	0	0%	
Finanças, moeda e investimentos	Conta 1	6	100%			
Conta 2	0	0%				
Postagem realizada em outra nacionalidade	Conta 1	1	17%			
Conta 2	1	100%				
Inclui um estudo ou pesquisa	Conta 1	2	33%			
Conta 2	0	0%				
Contém atravessamento de interpretação	Conta 1	0	0%			
Conta 2	1	100%				
Conflitos	7 (Conta 1 - 4;	Neutro	Menção ou enfoque sobre figuras políticas	Conta 1	2	50%
			Conta 2	1	33%	

Conta 2 - 3)		Conta 1		
	Notícias sobre outros países e territórios	Conta 1	4	100%
		Conta 2	3	100%
	Declaração ou citação direta de terceiros	Conta 1	1	25%
		Conta 2	0	0%
	Menção ou enfoque sobre crimes ou tragédias	Conta 1	2	50%
		Conta 2	0	0%
	Postagem de um portal identificadamente parcial	Conta 1	0	0%
		Conta 2	1	33%
	Menção de ativismo ou manifestações políticas	Conta 1	1	25%
		Conta 2	0	0%
Militarismo, policiamento ou artigos bélicos	Conta 1	0	0%	
	Conta 2	3	100%	
Finanças, moeda e investimentos	Conta 1	0	0%	
	Conta 2	0	0%	
Postagem realizada em outra nacionalidade	Conta 1	2	50%	
	Conta 2	1	33%	
Contém atravessamento de interpretação	Conta 1	0	0%	
	Conta 2	1	33%	
Negativo	Uso de gramática apelativa ou clickbait (Ex.: URGENTE)	Conta 1	0	0%
		Conta 2	3	100%
	Sem referência ou com referência insuficiente	Conta 1	0	0%
		Conta 2	2	67%
	Perseguição política a indivíduos ou grupos	Conta 1	0	0%
	Conta 2	1	33%	
Desinformação ou fake news	Conta 1	0	0%	
	Conta 2	1	33%	

Fonte: Reprodução do autor

APÊNDICE B - Análise matemática de engajamento dos posts curtidos por cada conta

Conta	Segmento	Comentários	Compartilhamentos	Curtidas	ETB	IE
Conta 1	Acontecimentos	129	180	831	5211	5,26
	Conflitos	978	635	1300	27210	19,92
		434	612	1700	16500	8,70
		160	569	2800	11690	3,17
		284	221	1400	9290	5,63
	Economia	912	1400	6700	38940	4,81
		694	460	3400	21880	5,43
		159	154	782	5502	6,03
		535	112	600	12420	19,67
		163	121	518	4988	8,61
	Negócios	87	179	892	4422	3,95
		1800	1400	5200	55200	9,61

	Política	1600	1300	4800	49800	9,37
		260	390	1300	10400	6,99
		1000	3200	8400	60400	6,19
		707	346	2800	20400	6,28
		386	391	1100	12730	10,56
		86	199	339	4049	10,91
		116	69	631	3641	4,76
		834	1900	8100	43780	4,40
		598	270	2900	17560	5,05
		1000	293	1800	24730	12,73
		537	296	2300	16000	5,95
		342	317	3100	13110	3,23
		1300	2700	12000	65000	4,42
		654	219	1600	16870	9,54
		418	310	2000	13460	5,73
		241	71	543	6073	10,17
		1200	709	4400	35490	7,06
		330	190	1900	10400	4,47
		25	18	121	801	5,57
		29	15	109	839	6,64
		373	65	468	8578	17,29
		1200	724	2900	34140	10,77
		1000	70	450	21150	45,90
		569	716	6600	25140	2,81
		731	81	499	15929	30,86
		395	360	2000	13500	5,75
		Vacinação	0	1	7	17
1	1		6	36	4,29	
Conta 2	Conflitos	1800	5300	28000	117000	3,18
		10	96	837	1997	1,38
		326	2600	17000	49520	1,91
	Economia	307	2000	9100	35240	2,87
	Política	68	721	2300	10870	3,72
		989	3700	15000	71780	3,79
		2300	7600	30000	152000	4,07
		373	2400	6600	38060	4,77
		4	82	320	1220	2,80
		5	38	96	576	4,95
		769	3300	10000	58380	4,84
		480	1200	5500	27100	3,93
		3200	8100	45000	190000	3,22
		182	999	3200	16830	4,26
		64	1900	9800	30080	2,07
		433	531	3400	17370	4,11

1000	3100	12000	63000	4,25
36	2300	8500	32220	2,79
16	586	4200	10380	1,47
185	2800	21000	52700	1,51
10000	2100	9700	230700	22,78
101	661	8300	16930	1,04
16	1900	11000	30320	1,76
14	659	4800	11670	1,43
15	267	1500	4470	1,98
284	2000	5100	30780	5,03
82	1600	18000	35640	0,98
60	1000	8200	19400	1,37
1600	3500	11000	78000	6,09
42	1400	3500	18340	4,24
495	289	4800	17590	2,66
19	508	1900	7360	2,87
208	359	3300	11050	2,35
144	225	1100	6230	4,66
10	27	128	598	3,64
80	622	3900	11720	2,00
431	664	5600	20860	2,72
449	1100	13000	32980	1,54
241	3700	12000	53820	3,48
295	1700	6600	29500	3,47

Fonte: Reprodução do autor