

A “PARARREALIDADE” DE UM “BRASIL PARALELO”: SERIA ESTA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO UMA THINK TANK?

THE “PARAREALITY” OF A “PARALLEL BRAZIL”: COULD THIS COMMUNICATION AGENCY BE A THINK TANK?

LA “PARARREALIDAD” DE UN “BRASIL PARALELO”: ¿PODRÍA ESTA AGENCIA DE COMUNICACIÓN SER UN THINK TANK?



10.56238/revgeov16n5-267

Fernando Luz Sinimbu Portugal

Doutorando em Direito

Instituição: Universidad de Santiago de Compostela

E-mail: portugalbh@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-0070-0183>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3426892936688569>

Karina Junqueira

Pós-doutorado em Relações Internacionais, Pós-doutorado em Filosofia Política, Pós-doutorado em Comunicação e Cultura

Instituição: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC/MG), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

E-mail: karinajunqueira@pucminas.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7598-9739>

RESUMO

O artigo analisa a atuação da empresa Brasil Paralelo como expressão da nova extrema direita digital no Brasil, discutindo sua configuração enquanto um think tank híbrido que combina estratégias de comunicação, mercado e ideologia. A partir de abordagem empírico-documental, foram examinados documentários, textos e conteúdos audiovisuais produzidos entre 2019 e 2024, com foco em suas estratégias discursivas e em sua inserção nas plataformas digitais. O estudo mobiliza referenciais sobre economia da atenção, produção de desinformação e circulação de ideias conservadoras, articulando autores nacionais e internacionais. Os resultados indicam que o Brasil Paralelo opera como produtora de sentido político, ao reconfigurar narrativas históricas e morais sob uma estética cinematográfica que legitima a ideologia da extrema direita. Conclui-se que a empresa atua como mediadora simbólica entre o mercado digital e a esfera política, transformando engajamento em autoridade e audiência em capital ideológico. O caso exemplifica a transição de modelos tradicionais de influência intelectual para formas audiovisuais e mercadológicas de produção de verdade, típicas do capitalismo de plataforma contemporâneo.

Palavras-chave: Think Tank. Extrema Direita. Brasil Paralelo. Revisionismo Histórico. Fake News.



ABSTRACT

This article analyzes the activities of the company Brasil Paralelo as an expression of Brazil's new digital far right, discussing its configuration as a hybrid think tank that combines strategies of communication, market logics, and ideology. Using an empirical-documentary approach, it examines documentaries, texts, and audiovisual materials produced between 2019 and 2024, focusing on their discursive strategies and presence on digital platforms. The study draws on theoretical frameworks concerning the attention economy, disinformation production, and circulation of conservative ideas, engaging both Brazilian and international scholarship. Findings indicate that Brasil Paralelo functions as a producer of political meaning by reframing historical and moral narratives through a cinematic aesthetic that legitimizes far-right ideology. The paper concludes that the company acts as a symbolic mediator between the digital market and the political sphere, transforming engagement into authority and audience into ideological capital. The case exemplifies the transition from traditional intellectual influence to audiovisual and market-oriented forms of truth production, characteristic of contemporary platform capitalism.

Keywords: Think Tank. Far Right. Brasil Paralelo. Historical Revisionism. Fake News.

RESUMEN

El artículo analiza la actuación de la empresa Brasil Paralelo como una manifestación de la nueva extrema derecha digital en Brasil, discutiendo su configuración como un think tank híbrido que combina estrategias de comunicación, mercado e ideología. A partir de un enfoque empírico-documental, se examinaron documentales, textos y contenidos audiovisuales producidos entre 2019 y 2024, con énfasis en sus estrategias discursivas y en su inserción en las plataformas digitales. El estudio se apoya en marcos teóricos sobre la economía de la atención, la producción de desinformación y la circulación de ideas conservadoras, articulando referencias nacionales e internacionales. Los resultados indican que Brasil Paralelo actúa como productor de sentido político, al reconfigurar narrativas históricas y morales bajo una estética cinematográfica que legitima la ideología de la extrema derecha. Se concluye que la empresa funciona como mediadora simbólica entre el mercado digital y la esfera política, transformando el compromiso del público en autoridad y la audiencia en capital ideológico. El caso ejemplifica la transición de los modelos tradicionales de influencia intelectual hacia formas audiovisuales y mercadológicas de producción de verdad, características del capitalismo de plataforma contemporáneo.

Palabras clave: Think Tank. Extrema Derecha. Brasil Paralelo. Revisionismo Histórico. Fake News.



1 INTRODUÇÃO

A ascensão recente da extrema direita em diferentes democracias tem reconfigurado o ecossistema comunicacional e reposicionado a disputa por autoridade epistêmica no espaço público. No Brasil, esse processo ganhou tração com a intensificação do uso de plataformas digitais como arenas de mobilização afetiva e de circulação de narrativas políticas, bem como alterou padrões de confiança e percepção sobre instituições, ciência e mídia (Mudde, 2022; Lavareda, 2023). É nesse cenário que a empresa Brasil Paralelo, fundada em 2016 e autodefinida como produtora “independente de jornalismo, entretenimento e educação”, tornou-se um polo de produção de conteúdos audiovisuais que combinam forte apelo estético, promessa de “recontar” a história nacional e um repertório discursivo afinado a agendas moral-conservadoras.

A atuação dessa empresa é exemplar de um arranjo comunicacional em que o consumo midiático opera como mecanismo de socialização política. Em vez de delimitar-se a uma função informativa, seus produtos, documentários, séries, cursos e publicações digitais, articulam revisionismo histórico, denúncia de “hegemonias culturais” e defesa de valores tradicionais, oferecendo ao público uma cosmologia coerente sobre passado, presente e porvir do país. Esse arranjo é reforçado por uma gramática narrativa que alterna denúncia e redenção: há um Brasil “perdido”, desviado por elites culturais e políticas; há um inimigo interno/externo (comunismo, globalismo, ideologia de gênero); há, por fim, uma promessa de restauração moral por meio do conhecimento “liberto de ideologia”. A coerência interna dessa cosmologia sustenta um mecanismo de credibilização baseado menos em procedimentos de verificação do que em aderência emocional, traço central do ecossistema digital contemporâneo (Cesarino, 2023).

Se, por um lado, parte da literatura define think tanks como organizações sem fins lucrativos dedicadas a produzir conhecimento técnico para influenciar políticas públicas (Rich, 2004; Medvetz, 2012), por outro, estudos recentes têm apontado para a necessidade de alargar esse conceito a formas híbridas de produção ideológica, nas quais pesquisa aplicada, ativismo e mercado se interpenetram (Hauck & Mendonça, 2022). Tal ampliação é pertinente no caso brasileiro: a Brasil Paralelo adota um modelo empresarial sustentado por assinaturas e produtos digitais, mas atua como empreendedor de ideias capaz de organizar repertórios cognitivos e morais, oferecer diagnósticos e pautar soluções. A autoridade comunicacional decorre menos da filiação acadêmica formal e mais da performatividade audiovisual associada a marcas, influenciadores e uma comunidade de membros, reconfigurando o que conta como “expertise” no debate público.

A lógica de plataformas intensifica esse processo. Ao submeter a circulação de mensagens a métricas de engajamento, a economia da atenção converte polarização e indignação em ativos econômicos (Couldry & Mejias, 2019; Ribeiro, 2024). Nesse ambiente, a distinção entre “conteúdo informativo”, “entretenimento” e “proposição normativa” perde nitidez: vídeos e artigos funcionam



simultaneamente como produtos culturais e como dispositivos de persuasão política. O sucesso de audiência retroalimenta a legitimidade percebida (“se muitos assistem, deve ser verdade”), produzindo um ciclo de confirmação no qual a visibilidade se transforma em autoridade. Esse ciclo, combinado com uma estética cinematográfica e a seleção de “especialistas” ideologicamente alinhados, sustenta um ethos de imparcialidade aparente que mascara escolhas editoriais e vieses interpretativos (Salgado & Jorge, 2021).

Importa notar, ademais, que a inserção de parlamentares, influenciadores e intelectuais de direita no ecossistema da empresa fortalece a interface entre produção de conteúdo e ação política institucional. Trata-se de uma rede de capitais simbólicos que se reconhecem mutuamente: a empresa legitima atores e agendas; esses atores, por sua vez, legitimam a empresa como voz “alternativa” ao mainstream (Dieguez, 2022; Nobre, 2022). O resultado é a conformação de um circuito de autoridade paralela que disputa significados, regula pertencimentos e demarca fronteiras morais, operando como um think tank digital cujo laboratório é a própria cultura de plataforma.

Este artigo propõe interpretar o Brasil Paralelo como forma emergente de think tank híbrido da extrema direita brasileira. A hipótese central é que a empresa não apenas dissemina conteúdos de viés conservador, mas organiza um regime de verdade ajustado à lógica algorítmica, no qual a produção audiovisual de alta qualidade, a comunidade de membros e a retórica de “independência” compõem um dispositivo de legitimação que combina credenciais técnicas aparentes, emoção moral e mercado. Em termos analíticos, tal dispositivo opera em três planos interdependentes: (i) discursivo, por meio de narrativas revisionistas e moralizantes; (ii) organizacional, via um modelo de negócios que converte audiência em receita e autoridade; e (iii) político-simbólico, pela mediação entre líderes, influenciadores e públicos alinhados.

Metodologicamente, adota-se uma abordagem empírico-documental centrada na análise de materiais públicos de maior alcance publicados entre 2019 e 2024 (documentários e artigos digitais), articulada a bibliografia nacional e internacional sobre extrema direita digital, think tanks e economia política da atenção (Marres, 2017; Venturini, 2023). O recorte busca apreender como escolhas editoriais, temas, enquadramentos, seleção de vozes, se traduzem em rotinas de produção de sentido e como essas rotinas, por sua vez, produzem efeitos de verdade e pertencimento.

Do ponto de vista teórico, a contribuição reside em aproximar a discussão clássica sobre think tanks (produção organizada de expertise e influência) da análise contemporânea sobre mediações algorítmicas. Ao caracterizar o Brasil Paralelo como think tank digital híbrido, argumenta-se que o conceito deve incorporar dimensões performativas e mercadológicas que hoje sustentam a autoridade cognitiva no ambiente das plataformas. Tal atualização tem implicações para o estudo da comunicação política e da qualidade da democracia: se uma parcela crescente da deliberação pública se dá mediada



por dispositivos cujo vetor é o engajamento comercial, compreender seus mecanismos de legitimação torna-se passo necessário para pensar regulação, accountability e letramento midiático.

Em síntese, este trabalho parte do diagnóstico de que a disputa pelo sentido do Brasil tem sido travada também, e cada vez mais, como disputa por modelos de produção e certificação da verdade. A Brasil Paralelo é tomada aqui como caso estratégico para observar esse deslocamento. O artigo prossegue apresentando o aporte teórico mobilizado e o delineamento metodológico, para então analisar o material empírico e discutir seus achados à luz da literatura recente, concluindo com implicações e agendas de pesquisa.

2 O QUE É “BRASIL PARALELO”?

A Brasil Paralelo é uma empresa brasileira de produção audiovisual fundada em Porto Alegre em 2016 por três jovens empreendedores — Henrique Viana, Lucas Ferrugem e Filipe Valerim, com a proposta de “resgatar valores e ideias que formaram o Brasil”. Desde o início, o projeto se apresentou como uma resposta à suposta hegemonia cultural da esquerda, adotando a narrativa de que o país teria sido “contaminado” por décadas de domínio intelectual progressista. Tal discurso, que reinterpreta o conceito gramsciano de hegemonia, serve de eixo articulador para o que a empresa denomina “reconstrução cultural”, em sintonia com o ideário da “guerra cultural” popularizado por Olavo de Carvalho e incorporado à retórica política do bolsonarismo.

Com o tempo, a Brasil Paralelo consolidou-se como uma plataforma de streaming independente, oferecendo documentários, séries e cursos sob assinatura, além de conteúdos gratuitos nas redes sociais. Seu catálogo inclui produções como 1964 – O Brasil entre Armas e Livros (2019), Cortina de Fumaça (2020), A Primeira Arte (2021) e A Inconfidência Mineira (2022), que recontam episódios históricos com forte viés revisionista. A estética cinematográfica, a narrativa épica e a retórica da descoberta de “verdades ocultas” criam uma experiência sensorial de revelação e pertencimento, aproximando o espectador da lógica de “iniciação” típica das comunidades ideológicas online.

A estrutura empresarial combina modelo de negócios digital com estratégias de fidelização comunitária. Segundo dados divulgados pela Exame (Amorim, 2023), a empresa ultrapassou a marca de meio milhão de assinantes e opera com receita recorrente proveniente de mensalidades, venda de cursos e parcerias comerciais. Embora se apresente como “independente de governos e partidos”, sua produção converge fortemente com a pauta política e moral da nova direita, especialmente no ciclo bolsonarista. Além de figuras públicas ligadas a esse campo, diversos parlamentares e influenciadores participaram de suas produções, configurando uma rede de afinidades ideológicas e trocas simbólicas entre esfera política e midiática.



Essa inserção transversal entre mercado e ideologia aproxima a Brasil Paralelo do conceito de “think tank digital híbrido”, entendido aqui como organização que alia o modelo empresarial da comunicação à função de produção e disseminação de ideias políticas (Rich, 2004; Medvetz, 2012). Diferentemente dos think tanks tradicionais, institutos de pesquisa ou fundações de políticas públicas, o híbrido digital mobiliza audiência em tempo real, transforma engajamento em capital financeiro e converte entretenimento em persuasão. A expertise não deriva de especialistas reconhecidos, mas da performance audiovisual que confere autoridade a determinados intérpretes da história e da moral nacional.

Outro traço definidor é o uso estratégico das redes sociais como instrumentos de pedagogia política. A empresa mantém presença ativa em plataformas como YouTube, Instagram e X (antigo Twitter), adaptando trechos de seus filmes em formatos curtos, legendados e otimizados para engajamento algorítmico. Esse fracionamento do conteúdo amplia o alcance e reforça o efeito de ubiquidade, permitindo que fragmentos de suas narrativas sejam reproduzidos em contextos diversos, frequentemente descolados da fonte original. O resultado é uma pararealidade, termo apropriado aqui para descrever o modo como a empresa constrói um universo interpretativo paralelo, coerente em si mesmo, mas desconectado de parâmetros factuais externos.

Ora, a partir das declarações da empresa, percebe-se que, ainda no plano discursivo, há a necessidade argumentativa de demonstrar uma pretensa “independência” por meio de uma alegada distância financeira perante “partidos, políticos, movimentos sociais e até leis” (Paralelo, 2024c). Com efeito, regozijam-se de, aparentemente, nunca terem sido beneficiados com dinheiro proveniente do setor público, ideia que traz como premissa uma visão pessimista e negativa quanto ao Estado e às instituições. Em outro artigo publicado pela própria empresa, o “Brasil Paralelo” traz, nominalmente, os primeiros colaboradores de suas primeiras produções, entre os quais identificam-se políticos, empresários, juízes, jornalistas, publicitários, influenciadores digitais, ministros do Supremo Tribunal Federal e pensadores de extrema direita (Paralelo, 2022d).

Destaquem-se, entre eles, a presença do já falecido astrólogo e autodidata Olavo de Carvalho, uma espécie de celebridade no ambiente extremista de direita. Por sua vez, o próprio ex-presidente Jair Messias Bolsonaro e seu filho Eduardo Bolsonaro são citados expressamente como primeiros “contribuintes” da empresa (Prado, 2023). Importante frisar que Beatriz Kicis, Joice Hasselmann, Janaína Paschoal, Rodrigo Constantino e Luiz Felipe Pondé são pessoas públicas entusiastas do movimento bolsonarista e, não obstante, as três primeiras citadas participaram institucionalmente do bolsonarismo por meio de mandatos eletivos legislativos em âmbitos federal e estadual, respectivamente.

A “pararealidade” do Brasil Paralelo não é, portanto, uma simples distorção de fatos; trata-se de um sistema de sentido autossuficiente, que combina enredos morais, imagens afetivas e explicações



totalizantes. Dentro dessa lógica, cada evento histórico, político ou social é relido como manifestação de uma luta maior entre “valores brasileiros” e “inimigos da nação”. Essa estrutura dualista confere inteligibilidade emocional a fenômenos complexos, simplificando o real e tornando-o compatível com um projeto de identidade coletiva conservadora. A força de convencimento decorre menos do argumento racional e mais do prazer narrativo, o espectador é convidado a participar de uma epopeia moral, não a avaliar criticamente evidências.

A análise empírica realizada neste estudo confirma que o Brasil Paralelo opera simultaneamente como empresa de mídia, ator político e produtor de ideologia. Sua capacidade de articular discurso, estética e modelo de negócios a torna um laboratório privilegiado para compreender as novas formas de propaganda política na era das plataformas. Mais do que um canal de comunicação, trata-se de um ecossistema de produção de sentido, no qual se fundem verdade, emoção e mercadoria. Essa fusão é o núcleo da sua eficácia simbólica, e também o ponto de partida para compreender o modo como a extrema direita brasileira reconfigura a esfera pública e as fronteiras entre informação, crença e pertencimento.

3 DO CONTEÚDO DISPONIBILIZADO NAS PLATAFORMAS SOCIAIS E SUA PROPAGANDA DA EXTREMA DIREITA

O conteúdo produzido e disseminado pela Brasil Paralelo constitui um caso exemplar de como a extrema direita digital transforma as plataformas de comunicação em instrumentos de persuasão ideológica, disfarçados sob a forma de entretenimento e “formação cultural”. Em vez de recorrer a discursos políticos explícitos, a empresa adota uma estética cinematográfica e narrativa emocional que substitui a argumentação racional por imersão sensorial e moral. Essa característica é coerente com o que Cesarino (2023) denomina epistemologia digital do bolsonarismo, marcada pela fusão entre afetos, crenças e algoritmos de recomendação.

A estratégia discursiva do Brasil Paralelo baseia-se em três eixos complementares: a reinterpretação revisionista da história nacional, a construção de inimigos morais e a estetização da política. Em seus documentários, a história recente do Brasil é ressignificada como uma luta entre a “verdadeira nação” e uma elite intelectual corrompida. O golpe civil-militar de 1964 é retratado como “revolução preventiva” contra o comunismo; movimentos sociais são apresentados como produtos de manipulação ideológica; políticas de inclusão, como ameaças à meritocracia. Essa operação narrativa cria uma temporalidade invertida, em que o passado autoritário é convertido em símbolo de ordem e virtude, enquanto o presente democrático é lido como decadência moral.

O segundo eixo, de natureza moral e afetiva, estrutura-se em torno da figura do inimigo — seja ele o “globalismo”, a “ideologia de gênero” ou o “marxismo cultural”. A função dessa retórica não é descrever a realidade, mas organizar afetos coletivos e oferecer um enquadramento simplificado do



mundo. A repetição sistemática de oposições binárias (bem/mal, verdade/mentira, cristãos/comunistas) produz uma gramática de reconhecimento identitário que substitui a complexidade política por uma moralidade de guerra cultural. Nessa gramática, a adesão não é apenas intelectual, mas emocional: o espectador é convidado a sentir indignação, repulsa e redenção — emoções que reforçam o vínculo com a comunidade simbólica da marca.

O terceiro eixo é o da estetização política, que opera na intersecção entre forma e ideologia. O Brasil Paralelo investe em produção técnica de alto padrão, iluminação dramática, trilhas sonoras heróicas, cenários históricos reconstruídos, para revestir suas narrativas de aura de autenticidade. Esse investimento é decisivo para o convencimento: a qualidade estética é mobilizada como prova de verdade. A forma fílmica substitui a evidência empírica, e o espectador tende a associar verossimilhança visual à legitimidade do argumento. Tal uso do audiovisual como capital simbólico de credibilidade aproxima a empresa da lógica dos “empreendedores de verdade” (Medvetz, 2012), que moldam percepções públicas por meio de performance e autoridade estética.

No ambiente das plataformas, essa operação é amplificada pela arquitetura algorítmica que privilegia conteúdos altamente engajantes. O Brasil Paralelo fragmenta seus documentários em pequenos vídeos, legendas e *reels* de rápida circulação, otimizados para as lógicas de recomendação do YouTube, Instagram e X. Os trechos escolhidos condensam passagens emocionalmente intensas, falas de impacto, cenas de choro, denúncias de corrupção, que funcionam como gatilhos de engajamento. Ao mesmo tempo, esses fragmentos descontextualizados mantêm a coerência afetiva do todo, permitindo que cada clipe atue como unidade autônoma de propaganda. O efeito cumulativo é o da ubiquidade: a mensagem se infiltra no cotidiano digital dos usuários, dissolvendo-se entre vídeos de humor, música e notícias.

Além disso, a empresa constrói um sistema de pertencimento comunitário em torno da identidade do “membro Brasil Paralelo”. O assinante é convidado a integrar um grupo de pessoas “despertadas”, portadoras de uma verdade negada pela grande mídia. A retórica da perseguição (“querem nos calar”) reforça o laço emocional entre marca e público, transformando o ato de consumir conteúdo em gesto de resistência política. Essa relação simbiótica entre produtor e consumidor reproduz a lógica das comunidades conspiratórias descritas por Venturini (2023): a informação circula como prova de exclusividade e reforço de coesão grupal.

Do ponto de vista comunicacional, a empresa exemplifica o que Ribeiro (2024) denomina “monetização da polarização”. O engajamento afetivo (likes, comentários, compartilhamentos) converte-se em visibilidade, e a visibilidade, em receita por assinaturas e publicidade. A polarização, longe de ser um subproduto indesejado, torna-se a base do modelo de negócios. Cada debate público acalorado, cada controvérsia sobre censura ou liberdade de expressão, aumenta o alcance da marca e legitima sua narrativa de dissidência. A ideologia se retroalimenta do algoritmo.



Esses mecanismos demonstram que o conteúdo disponibilizado nas plataformas pela Brasil Paralelo não pode ser entendido apenas como mídia alternativa, mas como infraestrutura de poder simbólico. Sua eficácia não deriva de um suposto monopólio de informação, mas da capacidade de estruturar percepções e afetos. A “pararrealidade” construída por seus produtos é autorreferencial: os filmes, posts e discursos se confirmam mutuamente, formando um circuito de autoevidência. Assim, o espectador que adere a essa visão de mundo passa a habitar uma realidade interpretativa própria, na qual fatos são filtrados por fidelidade ideológica e pertencimento emocional.

Em síntese, o conteúdo produzido e disseminado pela Brasil Paralelo ilustra a consolidação de um modelo de propaganda da extrema direita ancorado em plataformas digitais. Ele combina narrativa moralizante, estética de autoridade e engajamento emocional para transformar a experiência audiovisual em pedagogia política. Essa síntese, ao mesmo tempo comercial e ideológica, faz da empresa um caso paradigmático de como o capitalismo de plataforma reconfigura a comunicação política e redefine o próprio conceito de verdade pública no Brasil contemporâneo.

4 SERIA O BRASIL PARALELO UMA *THINK TANK*?

A pergunta sobre se a Brasil Paralelo poderia ser considerada uma think tank, ou se apenas mimetiza o formato, é central para compreender sua posição singular no ecossistema comunicacional brasileiro. O termo think tank remete, historicamente, a instituições independentes dedicadas à produção de conhecimento especializado com pretensão de influenciar políticas públicas e debates estratégicos (Rich, 2004; Medvetz, 2012). Esses centros de reflexão, que emergiram no contexto anglo-saxão do pós-guerra, operavam como mediadores entre academia, Estado e mercado, construindo um espaço híbrido de “expertise” e advocacy. No caso brasileiro, entretanto, tal categoria adquire contornos próprios: proliferam organizações que, embora reivindiquem o rótulo de think tank, transitam entre ativismo, comunicação e mobilização ideológica (Hauck & Mendonça, 2022).

A Brasil Paralelo participa desse processo de hibridização ao adotar funções típicas de um think tank, sem compartilhar sua estrutura institucional clássica. Sua missão declarada, “resgatar valores e ideias esquecidas”, cumpre papel equivalente à formulação de uma agenda de pensamento; seus documentários e cursos operam como veículos de difusão de doutrina; e sua base de assinantes funciona como comunidade de sustentação financeira e ideológica. A empresa, portanto, reúne três dimensões estruturantes: a intelectual (produção de ideias), a comunicacional (mediação simbólica) e a econômica (modelo de negócios). O resultado é uma forma organizacional que poderíamos descrever como empresa de ideias, em que a mercantilização do conteúdo não enfraquece, mas reforça o poder de influência simbólica.

Um aspecto decisivo para compreender essa transformação é a performatividade da expertise. Nas produções do Brasil Paralelo, o conhecimento é encenado por meio de dispositivos estéticos e



retóricos: entrevistas em cenários austeros, uso de linguagem técnica, citação de autores e instituições conservadoras internacionais. Essa *mise-en-scène* de erudição substitui o estatuto acadêmico por uma estética de autoridade. Como observa Medvetz (2012), o poder dos think tanks deriva menos de seu rigor científico do que de sua capacidade de “parecer competentes”. No caso em análise, o parecer se torna a própria substância da autoridade, isto é, a performance substitui a titulação, e a narrativa audiovisual torna-se o principal veículo de legitimação cognitiva.

Outra dimensão relevante é a inserção em redes transnacionais de ideias da direita global. Muitos dos conceitos disseminados pelo Brasil Paralelo, como “marxismo cultural”, “ideologia de gênero” e “globalismo”, circulam em think tanks norte-americanos, europeus e latino-americanos, sendo traduzidos e adaptados ao contexto nacional. Essa circulação sugere uma forma de transposição ideológica, em que a empresa atua como intermediária cultural entre discursos estrangeiros e o público brasileiro. Assim, ao mesmo tempo em que projeta uma imagem de autenticidade nacional, a Brasil Paralelo insere-se num circuito global de produção de sentido conservador, reproduzindo modelos discursivos e estratégicos já consolidados em experiências como PragerU e The Daily Wire (Ward & Vreese, 2023).

A diferença fundamental, contudo, reside na natureza digital e comercial da operação. Enquanto think tanks tradicionais dependem de doações filantrópicas ou financiamento estatal, a Brasil Paralelo sustenta-se pela venda direta de produtos simbólicos — filmes, assinaturas e cursos. Esse formato elimina a intermediação institucional e cria uma relação direta entre produtor e consumidor, transformando o engajamento político em relação ao mercado. O ato de “assinar” o serviço torna-se também um gesto de adesão ideológica. Nessa perspectiva, a empresa realiza o que poderíamos chamar de privatização da esfera pública da opinião: o debate é deslocado para um espaço controlado por métricas de audiência e modelos de consumo.

Essa reconfiguração do papel de uma think tank é coerente com o ambiente comunicacional do capitalismo de plataforma. Como observa Couldry e Mejias (2019), a extração de dados e a conversão da atenção em valor são os princípios que estruturam a economia digital. Ao operar sob tais lógicas, a Brasil Paralelo transforma a produção ideológica em produto e, simultaneamente, em mercadoria. Seu sucesso não depende de persuadir elites políticas ou burocráticas, mas de capturar e fidelizar públicos em larga escala. Em vez de white papers, relatórios ou pareceres, sua linguagem de influência é o documentário viral; sua arena de atuação é o feed das redes sociais; seu capital simbólico é medido em curtidas e assinaturas.

Desse modo, a pergunta “seria o Brasil Paralelo uma think tank?” não comporta resposta binária. A empresa não se encaixa nas definições clássicas, mas tampouco pode ser reduzida a mera produtora de mídia. Ela encarna uma nova forma de think tank: descentralizada, empreendedora e algorítmica. A autoridade não emana de instituições acadêmicas ou de legitimidade estatal, mas da



capacidade de produzir sentido convincente e emocionalmente mobilizador em escala digital. É um modelo de “produção cognitiva de mercado”, em que o capital simbólico é acumulado não pela produção de conhecimento validado, mas pela performance reiterada de certeza.

O caso do Brasil Paralelo, portanto, sinaliza uma transformação estrutural nas relações entre comunicação, política e produção de verdade. O que antes era domínio de institutos especializados tornou-se campo de atuação de empreendedores midiáticos capazes de traduzir doutrina em narrativa. A empresa representa a ponta de um processo mais amplo: a emergência de um ecossistema de think tanks audiovisuais que operam na interseção entre economia da atenção, moralidade política e indústria cultural.

Com isso, redefine-se o papel do intelectual público e da própria circulação de ideias na sociedade brasileira. Se, como afirma Bourdieu, o poder simbólico consiste na capacidade de impor uma visão legítima do mundo, o Brasil Paralelo demonstra que, na era digital, essa imposição pode ser exercida por meio de imagens e algoritmos, e não apenas por livros e debates acadêmicos.

5 CONCLUSÃO

A análise realizada ao longo deste estudo permite afirmar que o Brasil Paralelo constitui uma nova forma de organização político-comunicacional, cuja singularidade reside em articular funções de mídia, empreendimento e ideologia sob um mesmo modelo operativo. Embora a empresa se apresente como produtora cultural independente, suas práticas e narrativas evidenciam a estrutura típica de um think tank híbrido, orientado à construção de consensos morais e à produção de legitimidade cognitiva no interior da extrema direita brasileira. Seu diferencial não está apenas no conteúdo que difunde, mas na forma como converte ideias em produtos e crenças em audiência, operando simultaneamente nos planos simbólico e econômico.

A investigação mostrou que o Brasil Paralelo não atua como simples difusora de desinformação ou agente marginal, mas como parte de um ecossistema de produção de sentido que redefine a mediação entre política e comunicação. Ao explorar a lógica das plataformas digitais, a empresa desloca a noção de debate público para um espaço dominado por métricas de engajamento, no qual a verdade é menos uma questão de evidência do que de circulação e visibilidade. Nesse contexto, o audiovisual torna-se a principal gramática de legitimação: a autoridade deriva da performance de certeza, e não da verificação. Essa estética da convicção confere ao discurso político a forma de espetáculo moral, convertendo o consumo cultural em ato de fé cívica.

Tais dinâmicas desafiam as fronteiras tradicionais entre mídia, ideologia e produção de conhecimento. O caso analisado evidencia que o conceito clássico de think tank, centrado na produção racional e institucionalizada de ideias, precisa ser atualizado para incluir atores comerciais e midiáticos que organizam e disseminam visões de mundo por meio de formatos de entretenimento. O “pensar”,



núcleo etimológico do termo, desloca-se da racionalidade técnica para a capacidade de construir narrativas convincentes, sustentadas por algoritmos e afetos. Trata-se de uma transição do think tank ao feeling tank: um centro de produção emocional de sentido, em que a política se converte em consumo simbólico.

As implicações dessa transformação são profundas. Em primeiro lugar, indicam que a disputa pela hegemonia cultural não se limita mais à esfera das instituições tradicionais, mas se estende ao ambiente das plataformas, onde o poder de pautar e definir a verdade é mediado por métricas invisíveis e por dinâmicas de mercado. Em segundo lugar, revelam que a economia da atenção se tornou um terreno fértil para a consolidação de ideologias autoritárias, que encontram na velocidade, na repetição e na estética da certeza os instrumentos de sua eficácia. Por fim, apontam para a necessidade de repensar os mecanismos de responsabilidade comunicacional e regulação de desinformação, não apenas sob a ótica jurídica, mas como questão de cultura democrática e alfabetização midiática.

Conclui-se, portanto, que o Brasil Paralelo é menos uma anomalia e mais um sintoma de reconfiguração estrutural do espaço público brasileiro. Ao fundir mercado e ideologia, a empresa demonstra que a política contemporânea se faz também, e talvez sobretudo, na economia simbólica das plataformas. Compreender esse fenômeno requer ampliar o olhar das ciências sociais sobre o papel da comunicação e reconhecer que, na era digital, a produção de verdade é inseparável da produção de audiência.

A partir desse diagnóstico, abrem-se caminhos para pesquisas futuras que comparem o caso brasileiro a experiências internacionais, identifiquem redes transnacionais de financiamento e investiguem as consequências sociais da convergência entre tecnologia, economia e política. A pararealidade construída pelo Brasil Paralelo, longe de ser apenas distorção ou manipulação, constitui uma forma de ordenamento simbólico do mundo, e justamente por isso, um campo decisivo para compreender os desafios contemporâneos da democracia.



REFERÊNCIAS

- ABDALA, V. De cada 100 brasileiros, 87 usavam a internet em 2022, aponta IBGE. Agência Brasil, 21 jul. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br>. Acesso em: 10 out. 2025.
- AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. Hashtags, Memes e Política. Porto Alegre: Sulina, 2022.
- AMORIM, L. Com 500 mil assinantes, o Brasil Paralelo quer evitar polêmicas e sonha ser a “Disney brasileira”. Revista Exame, 15 jun. 2023.
- ÁVILA, A. L. de. Formas de negação e irresponsabilidade representacional: o caso Brasil Paralelo. In: FERREIRO-VÁZQUEZ, Ó.; GHERMAN, M.; SCHURSTER, K. (Orgs.). Negacionismo: a construção social do fascismo no tempo presente. Recife: EDUPE, 2022. p. 213–236.
- BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- CESARINO, L. O mundo do avesso: verdade e política no bolsonarismo. São Paulo: UBU Editora, 2023.
- COULDRY, N.; MEJIAS, U. A. The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.
- DIEGUEZ, C. O ovo da serpente: uma história cultural do bolsonarismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.
- HAUCK, J. C. R.; MENDONÇA, C. V. Think tanks e produção de ideologia no Brasil. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 37, n. 110, p. 1–19, 2022.
- LAVAREDA, A. De Bolsonaro a Lula III: pesquisas, eleição, democracia e governabilidade. São Paulo: Sagga, 2023.
- MARRES, N. Digital Sociology: The Reinvention of Social Research. Cambridge: Polity Press, 2017.
- MCGANN, J. G. Global Go To Think Tank Index Report 2020. Philadelphia: University of Pennsylvania, 2021.
- MEDVETZ, T. Think Tanks in America. Chicago: University of Chicago Press, 2012.
- MENDONÇA, R. F. Cultura da desinformação e comunicação política digital no Brasil. Revista Compólitica, v. 13, n. 1, p. 47–69, 2023.
- MUDDE, C. A extrema direita hoje. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2022.
- NOBRE, M. Limites da democracia: de Junho de 2013 ao governo Bolsonaro. São Paulo: Todavia, 2022.
- PENTEADO, C.; LERNER, J. Pesquisa digital e análise de redes políticas online. Revista Brasileira de Ciência Política, v. 36, n. 3, p. 245–267, 2023.
- RIBEIRO, T. A monetização da polarização: plataformas e economia da atenção política. Revista MATRIZES, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 25–46, 2024.



RICH, A. Think Tanks, Public Policy, and the Politics of Expertise. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

SALGADO, J.; JORGE, M. Paralelismos em disputa: o papel do Brasil Paralelo na guerra cultural. Revista E-compós, v. 24, n. 2, p. 726–738, 2021.

SODRÉ, M. Reinvenção da cultura: a comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 2020.

VENTURINI, T. From Fake to Junk News: The Data Politics of Disinformation. Media, Culture & Society, v. 45, n. 3, p. 569–586, 2023.

WARD, S.; VREESE, C. H. de. Disinformation and the Far Right: Digital Populism in Comparative Perspective. Digital Journalism, v. 11, n. 4, p. 721–742, 2023.

