

revista Eptic

v. 28, n. 2, maio-ago., 2026

ISSN: 1518-2487

Imperialismo de plataformas e SEO: dependência algorítmica e mercantilização da autoridade informacional no jornalismo digitalizado

Imperialismo de plataformas y SEO: dependencia algorítmica y mercantilización de la autoridad informacional en el periodismo digitalizado

Platform Imperialism and SEO: Algorithmic Dependency and the Commodification of Informational Authority in Digitalized Journalism

Victor Martini Gabry

Mestre em Ciência da Informação pelo PPGCI-UFF, membro Epocha-UFF.



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

Resumo

Este artigo investiga o mercado de negociação de backlinks em grupos de WhatsApp como expressão do imperialismo de plataformas no jornalismo digital brasileiro. O objeto empírico é um grupo com 895 perfis dedicado à compra e venda de links para fins de SEO. Adotando netnografia não participante e os quadros teóricos da Economia Política da Comunicação, do imperialismo de plataformas (Jin) e da plataformização (van Dijck, Poell, Nieborg), a pesquisa demonstra como métricas produzidas por corporações norte-americanas — Domain Authority, Domain Rating, Authority Score — constituem uma dependência algorítmica estrutural. Conclui-se que portais jornalísticos brasileiros convertem sua autoridade editorial em commodity valorada segundo parâmetros imperiais, comprometendo a soberania informacional do jornalismo no Sul Global.

Palavras-chave: Imperialismo de plataformas; Dependência algorítmica; Backlinks; Jornalismo digitalizado; SEO.

Resumen

Este artículo investiga el mercado de negociación de backlinks en grupos de WhatsApp como expresión del imperialismo de plataformas en el periodismo digital brasileño. El objeto empírico es un grupo con 895 perfiles dedicado a la compraventa de enlaces para fines de SEO. Adoptando netnografía no participante y los marcos teóricos de la Economía Política de la Comunicación, el imperialismo de plataformas (Jin) y la plataformización (van Dijck, Poell, Nieborg), la investigación demuestra cómo métricas producidas por corporaciones norteamericanas — Domain Authority, Domain Rating, Authority Score — constituyen una dependencia algorítmica estructural. Se concluye que los portales periodísticos brasileños convierten su autoridad editorial en mercancía valorada según parámetros imperiales, comprometiendo la soberanía informacional del periodismo en el Sur Global.

Palabras-clave: Imperialismo de plataformas; Dependencia algorítmica; Backlinks; Periodismo digitalizado; SEO.

Abstract

This article investigates the backlink trading market in WhatsApp groups as an expression of platform imperialism in Brazilian digital journalism. The empirical object is a group with 895 profiles dedicated to buying and selling links for SEO purposes. Drawing on non-participant netnography and the theoretical frameworks of Political Economy of Communication, platform imperialism (Jin), and platformization (van Dijck, Poell, Nieborg), the study demonstrates how metrics produced by North American corporations — Domain Authority, Domain Rating, Authority Score — establish a structural algorithmic dependency. It concludes that Brazilian news portals convert their editorial authority into a commodity valued according to imperial parameters, undermining the informational sovereignty of journalism in the Global South.

Keywords: Platform imperialism; Algorithmic dependency; Backlinks; Digitalized journalism; SEO.

Introdução

A consolidação do Google como principal mediador do acesso à informação em escala global não constitui um fenômeno neutro ou puramente técnico. Trata-se, antes, da expressão mais acabada do imperialismo de plataformas (Jin, 2015) — processo pelo qual corporações digitais sediadas nos Estados Unidos passam a exercer controle estrutural sobre infraestruturas informacionais, fluxos de dados e regimes de visibilidade em escala mundial, incluindo nas economias periféricas do capitalismo global.

Essa dinâmica impõe às organizações jornalísticas dos países do Sul Global uma nova forma de dependência: a dependência algorítmica. Cabe distinguir, desde já, os dois conceitos centrais deste artigo. Entende-se por dependência informacional a subordinação estrutural de um país periférico às infraestruturas, padrões e fluxos de informação controlados externamente — uma atualização, no capitalismo digital, da dependência cultural descrita pela Economia Política da Comunicação latino-americana. A dependência algorítmica, noção que este estudo propõe e mobiliza, designa uma de suas modalidades específicas: aquela em que os critérios de relevância, autoridade e valor da informação passam a ser definidos por algoritmos e métricas proprietários de corporações estrangeiras. Não se trata, com isso, de reduzir práticas editoriais, arquiteturas técnicas e estratégias de monetização à mera operação de algoritmos, mas de evidenciar como essas distintas dimensões passam a ser reorganizadas em função de parâmetros algorítmicos sobre os quais os atores locais não têm ingerência. Para existir no espaço público digital, portais de notícias precisam adequar suas práticas editoriais, arquiteturas técnicas e estratégias de monetização às lógicas dos mecanismos de busca — cujos critérios de ranqueamento são definidos unilateralmente por uma corporação norte-americana e mediados por ferramentas de análise igualmente produzidas no Norte Global. Nesse contexto, a Search Engine Optimization (SEO) configura-se não apenas como conjunto de técnicas instrumentais, mas como um domínio de práticas atravessado por relações de poder assimétricas entre centro e periferia do capitalismo digital.

É nesse enquadramento que se insere o presente estudo. A partir de uma netnografia não participante conduzida em um grupo de WhatsApp com 895 perfis dedicados à compra e venda de backlinks — links inseridos em conteúdos jornalísticos com o objetivo de transferir autoridade algorítmica entre domínios —, a pesquisa investiga como esse mercado informal expressa e reproduz dinâmicas de dependência informacional. A evidência empírica central é que as métricas utilizadas para precificar e validar esses links — Domain Authority (DA), Domain Rating (DR), Authority Score (AS) — são produzidas por corporações estadunidenses (Moz, Ahrefs, Semrush) e operam como padrões universais a partir dos quais o valor da produção jornalística brasileira é calculado e comercializado.

Ao articular economia política da comunicação (EPC), teorias do imperialismo comunicacional e perspectivas sobre plataformização, o artigo busca contribuir para a compreensão das formas contemporâneas de dependência informacional no capitalismo digital, com foco nas implicações para o jornalismo em economias periféricas. A relevância do objeto está justamente em sua aparente marginalidade: um mercado informal de backlinks, à primeira vista periférico e meramente técnico, torna visível, de forma condensada, o mecanismo pelo qual a autoridade do jornalismo brasileiro é quantificada e precificada segundo padrões estrangeiros — oferecendo um observatório privilegiado da dependência algorítmica em ato. A contribuição do estudo não se esgota, portanto, no mapeamento descritivo das ofertas, métricas e nichos (objeto das seções de resultados); esse mapeamento é o meio pelo qual se busca evidenciar e teorizar a infraestrutura de valoração imperial que organiza o mercado. Registre-se, por fim, que as categorias Norte/Sul Global e centro/periferia são aqui empregadas como recursos analíticos consagrados na EPC, cientes das críticas que apontam seu eventual esgarçamento e seu risco de homogeneizar realidades internamente desiguais.

2. Fundamentação teórica

2.1 Imperialismo de plataformas e dependência informacional

A tradição da Economia Política da Comunicação (EPC) há décadas identifica nos sistemas de informação e comunicação um campo privilegiado de expressão das assimetrias imperialistas. Schiller (1976; 1978) demonstrou como os meios de comunicação norte-americanos operavam como vetores de dominação cultural e econômica, estabelecendo fluxos assimétricos de conteúdo, tecnologia e capital entre centro e periferia do sistema capitalista. Na América Latina, essa problemática foi desenvolvida sob a noção de dependência cultural (Pasquali, 1980), enfatizando o papel dos sistemas comunicacionais na reprodução das condições de subordinação das economias periféricas. Neste artigo, a dependência informacional é compreendida como um desdobramento contemporâneo dessa dependência cultural, e não como sinônimo dela: enquanto a segunda enfatizava a circulação de conteúdos e valores, a primeira incide sobre o controle das infraestruturas e dos critérios técnicos de produção e valoração da informação. Convém registrar, ainda, que o próprio campo da EPC problematiza o uso mecânico da noção de dependência: autores como Bolaño (2022) e Sarti (1974) advertem que ela não deve ser tomada como imposição externa imutável, sob pena de obscurecer as dinâmicas internas de classe e a participação ativa das burguesias periféricas na reprodução dessas assimetrias.

Com a emergência das plataformas digitais, essas dinâmicas não desapareceram — aprofundaram-se e adquiriram novas configurações. Jin (2015) propõe o conceito de imperialismo de plataformas para descrever o processo pelo qual conglomerados digitais norte-americanos — Google, Meta, Amazon, entre outros — estabelecem controle hegemônico sobre as infraestruturas digitais globais, impondo seus modelos de negócio, seus padrões técnicos e suas racionalidades econômicas às economias periféricas. Diferentemente das formas anteriores de imperialismo comunicacional, o imperialismo de plataformas atua para além da circulação de conteúdo, no controle das próprias condições de produção, distribuição e valoração da informação. Vale sublinhar que esse "novo" imperialismo de Jin não rompe com o "velho" imperialismo da tradição marxista clássica (Lenin, 1991; Luxemburgo, 1985), mas o atualiza: permanecem a exportação de capital, a concentração monopolista e a disputa por mercados, agora reorganizadas em torno das infraestruturas digitais. Apesar de ser, como mostram Faustino e Lippold (2023), de uma natureza extrativista também material e territorializada do hardware, a preocupação deste trabalho repousa sobre os aspectos de valoração informacional; capitais simbólicos tornados financeiros não pelo tempo desprendido neles, como postula o marxismo clássico, mas pela valoração que algoritmos e métricas de terceiros lhes atribuem de valor.

Bolaño (2015; 2022) amplia essa perspectiva ao sublinhar que a informação e a comunicação adquirem, na fase atual do capitalismo, uma centralidade inusitada no próprio modo de produção. Trata-se não apenas de uma indústria cultural que exporta conteúdos, mas de um sistema técnico de alcance global cujo funcionamento reorganiza as condições de produção de valor, de circulação de mercadorias e de legitimação política e ideológica. Nesse cenário, o controle sobre as infraestruturas informacionais — incluindo os algoritmos de busca — constitui uma dimensão estratégica do imperialismo contemporâneo.

O conceito de colonialismo digital (Kwet, 2019; Faustino, Lippold, 2023), embora controverso, aponta para dimensões semelhantes ao sublinhar como as relações de dependência tecnológica reproduzem estruturas coloniais no âmbito da economia digital. Este artigo, contudo, adota o imperialismo de plataformas como categoria analítica primária e mobiliza o vocabulário da colonialidade apenas de modo subsidiário e com reservas. Da perspectiva da

EPC de inspiração marxista, imperialismo e colonialidade não são intercambiáveis: o primeiro remete a uma fase do capitalismo e a relações materiais de classe e de exportação de capital, ao passo que a noção de colonialidade — sobretudo em suas versões mais culturalistas — tem sido criticada por seu deslizamento idealista e epistemologizante (Safatle, 2026; Barros, 2024; Larsen, 2001), que tende a obscurecer a determinação econômica das assimetrias. Conserva-se, portanto, o termo cunhado por Kwet apenas quando ele auxilia a nomear a herança colonial inscrita nas infraestruturas, sem que substitua a análise imperialista. Há, de todo modo, amplo reconhecimento de que a concentração do controle sobre infraestruturas digitais nas mãos de poucas corporações norte-americanas gera relações assimétricas de poder com implicações diretas para a soberania informacional dos países do Sul Global.

2.2 Plataformização do jornalismo e dataficação editorial

No campo jornalístico, as implicações do imperialismo de plataformas manifestam-se através do processo de plataformização (van Dijck, Poell, Nieborg, 2020), entendido como a reorganização estrutural das práticas produtivas, dos modelos de negócio e das formas de governança do jornalismo mediada por infraestruturas digitais controladas por corporações externas às redações. Como observam Bell et al. (2017), as grandes plataformas de tecnologia deixaram de atuar como meros canais de distribuição para exercer influência estruturante sobre os formatos, os critérios de relevância e as estratégias econômicas do jornalismo — com efeitos mais profundos do que a própria transição do impresso para o digital.

Essa transformação está intimamente associada ao processo de dataficação (Grohmann, 2020; Kalsing, 2021), no qual práticas editoriais passam a ser avaliadas, orientadas e legitimadas por métricas quantitativas externas às redações. No contexto do SEO, indicadores como relevância, autoridade e confiabilidade são operacionalizados através de dados produzidos por ferramentas de empresas norte-americanas — Moz, Ahrefs, Semrush — que funcionam, na prática, como instâncias de certificação da visibilidade informacional. Essa dinâmica aprofunda a dependência algorítmica do jornalismo periférico, pois os parâmetros a partir dos quais o valor de um veículo é calculado são definidos e atualizados unilateralmente por atores do Norte Global.

Trabalhos anteriores de Gabry e Marcondes (2024a; 2024b) demonstraram que essas métricas operam como formas específicas de capital simbólico quantificado — um capital cuja acumulação depende de adequação às lógicas algorítmicas de plataformas hegemônicas e cuja conversão em capital econômico ocorre em mercados informais de monetização da visibilidade. Esse achado ganha nova dimensão quando analisado à luz das relações de dependência informacional: ao vender links em seus conteúdos editoriais, os portais jornalísticos brasileiros não apenas monetizam sua credibilidade, mas o fazem segundo critérios de valoração definidos por corporações estrangeiras, cujos interesses econômicos são alheios ao interesse público nacional.

2.3 Regimes de informação periféricos e a questão da soberania algorítmica

A noção de regime de informação (Frohmann, 1995; Gómez, 2012) oferece um enquadramento fértil para compreender o conjunto de práticas, normas, discursos e dispositivos técnicos que organizam a produção, circulação e valoração da informação em um dado contexto social. No cenário analisado, o regime de informação emergente na economia digital pode ser caracterizado como periférico: organiza-se em torno de parâmetros definidos externamente, reproduz as assimetrias do imperialismo de plataformas e subordina a autoridade editorial jornalística — historicamente construída por processos internos de legitimação profissional e social — a métricas algorítmicas cujos critérios são opacos e

mutáveis.

Esse quadro coloca em pauta a questão da soberania algorítmica, entendida como a capacidade de atores nacionais de definir, ao menos em parte, os critérios a partir dos quais a relevância, a autoridade e o valor da informação produzida localmente são calculados. Em paralelo à distinção já feita entre dependência informacional e dependência algorítmica, cabe diferenciar também as soberanias correspondentes: a soberania informacional designa, de modo mais amplo, a capacidade de um país de controlar as infraestruturas, os fluxos e as políticas de informação que o atravessam; a soberania algorítmica é uma de suas dimensões específicas, restrita ao poder de definir os critérios técnicos — algoritmos e métricas — pelos quais a informação é ordenada, hierarquizada e valorada. A primeira é o gênero; a segunda, a espécie aqui em foco. Na ausência de alternativas nacionais ou regionais de infraestrutura de busca e de mensuração de autoridade — diferentemente, por exemplo, do caso chinês com o Baidu —, o jornalismo brasileiro encontra-se estruturalmente subordinado a parâmetros imperiais de valoração informacional.

Essa subordinação não é vivida passivamente. Como revelarão os dados empíricos, os atores do mercado de backlinks desenvolvem estratégias adaptativas sofisticadas, negociando dentro das margens abertas pela estrutura imperial. Contudo, como aponta a tradição da EPC brasileira (Bolaño, 2015), as contradições e dinâmicas locais não eliminam a determinação estrutural exercida pelo imperialismo — operam dentro de seus limites e frequentemente a reproduzem.

3. Metodologia

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória e interpretativa, tendo a netnografia (Kozinets, 2020) como estratégia metodológica central. A escolha por essa abordagem justifica-se pela necessidade de compreender práticas, discursos e racionalidades econômicas que se desenvolvem em ambientes digitais mediados por plataformas, nos quais se articulam dimensões técnicas, sociais e estruturais da produção informacional.

O campo empírico da pesquisa consiste em um grupo de WhatsApp com 895 perfis (à época da pesquisa), dedicado à compra, venda e troca de backlinks, reunindo profissionais de SEO, intermediários, representantes de portais jornalísticos e compradores de links. Trata-se de um espaço informal, porém altamente estruturado, no qual circulam anúncios, tabelas de preços, métricas algorítmicas e discursos de validação da autoridade informacional. Os compradores são, em sua maioria, profissionais de SEO e gestores de site; os representantes de portais jornalísticos costumam ser freelancers que publicam nos portais, desenvolvedores, jornalistas e editores.

A observação ocorreu ao longo de um período contínuo de duas semanas, durante o qual o pesquisador integrou o grupo como observador não participante. Observados de 04 de janeiro a 18 de janeiro de 2026, recorte cuja delimitação se justifica pelo elevado volume e pela forte padronização do fluxo diário de mensagens no grupo: a reiteração cotidiana dos mesmos formatos de anúncio, métricas, nichos e faixas de preço conduziu rapidamente à saturação temática das categorias de interesse, de modo que duas semanas foram suficientes para mapear as recorrências estruturais do mercado — ainda que não esgotem suas eventuais variações sazonais¹. Todos os membros foram previamente informados de que o grupo seria acompanhado para fins de pesquisa acadêmica vinculada à Universidade Federal Fluminense, em conformidade com princípios éticos aplicáveis à pesquisa em ambientes digitais. Um aviso

¹ O pesquisador já havia feito parte do grupo há 2 anos, sem, contudo, submetê-lo a estudo, apenas para fins profissionais, sendo também ele um profissional do campo.

permanente foi mantido na descrição do grupo durante todo o período.

O corpus empírico é composto por mensagens textuais, anúncios de venda, listas de preços, descrições de métricas e registros visuais compartilhados no grupo. Os dados foram coletados por registros sistemáticos e organizados de forma a preservar o anonimato dos participantes. A análise seguiu processo interpretativo orientado pela identificação de padrões discursivos, recorrências temáticas e categorias analíticas relacionadas à dependência algorítmica, à valoração imperial da informação e às transformações das práticas jornalísticas na economia digital. Operacionalmente, a leitura do corpus organizou-se em torno de quatro categorias analíticas, construídas indutivamente a partir das recorrências observadas e que correspondem às seções de resultados: (i) as métricas de autoridade mobilizadas nos anúncios e suas empresas de origem; (ii) a hierarquização dos veículos por nicho (white, black e sensível) e os respectivos critérios de aceitação; (iii) os formatos de inserção dos links e suas faixas de preço; e (iv) os discursos de legitimação e de compliance que acompanham as ofertas. Como suporte técnico ao tratamento do corpus, os dados foram processados com LLM GPT-4o, utilizado exclusivamente como instrumento auxiliar de organização e sistematização, sem substituir a análise crítica do pesquisador.

4. Resultados

4.1 A padronização imperial das métricas de autoridade

A observação netnográfica evidenciou que o mercado de backlinks é integralmente estruturado por métricas produzidas por corporações norte-americanas. Entre os indicadores mais frequentemente mobilizados nos anúncios estão: Domain Authority (DA), produzido pela Moz; Domain Rating (DR), da Ahrefs; e Authority Score (AS), da Semrush². A fonte da métrica é sistematicamente citada nos anúncios — "DA Moz", "DR Ahrefs", "tráfego SimilarWeb" — como elemento de legitimação da oferta.

Essa padronização não é trivial. Ela significa que o valor da produção jornalística brasileira — a autoridade editorial acumulada por um veículo ao longo de décadas de práticas profissionais — é traduzida em scores definidos por algoritmos proprietários de empresas estadunidenses, cujas metodologias são opacas e cujas atualizações periódicas podem alterar radicalmente o valor de mercado de um portal sem qualquer mudança em sua qualidade editorial. Os portais nacionais tornam-se, assim, reféns de uma infraestrutura de valoração que não controlam e à qual não podem sequer questionar.

A Tabela 1 sistematiza as métricas observadas, suas ferramentas de origem e as funções que desempenham no mercado:

² As empresas em questão são consideradas fornecedoras de dados de terceiros (*third party data*) por não terem acesso a dados oficiais do Google, mas aplicarem engenharia reversa no mecanismo de busca e fornecerem esses recursos, oriundos de computação ampla, em troca de assinaturas no modelo software as a service (SaaS).

Tabela 1- Métricas de autoridade e suas empresas de origem

Métrica	Sigla	Empresa (EUA/Global)	Como aparece no anúncio	Função na negociação
Autoridade do domínio	DA	Moz (EUA)	"DA 35/58/91..."	Justificar preço e "força" do domínio
Autoridade do domínio	DR	Ahrefs (EUA/Cingapura)	"DR 12/33/54..."	Comparabilidade entre portais
Score composto	AS	Semrush (EUA)	"AS 72/97..."	Sinal premium; valorização de portais
Tráfego estimado	—	Ahrefs/SimilarWeb/Semrush	"5k+", "66M", "512 SimilarWeb"	Prova social; argumento de alcance
Marca do domínio	—	—	"MSN", "Terra", "IG"	Atalho de legitimidade + precificação

4.2 A estrutura do mercado: dependência como normalidade

O mercado observado apresenta regularidades notáveis. Os anúncios de venda de links organizam portais jornalísticos em hierarquias de valor baseadas exclusivamente nas métricas algorítmicas descritas acima. Veículos com histórico editorial reconhecido — portais nacionais de grande circulação — são ofertados a preços significativamente superiores não em razão de sua qualidade informacional, mas em razão dos scores que acumularam em sistemas de mensuração controlados por corporações estrangeiras.

Essa inversão é reveladora. A autoridade simbólica do jornalismo — construída historicamente por práticas profissionais, critérios editoriais e vínculos com o público — é convertida em ativo mensurável e comercializável segundo parâmetros externos. O veículo jornalístico torna-se, ao mesmo tempo, produtor de informação e infraestrutura de monetização de uma autoridade que não mais lhe pertence integralmente: ela é agora calculada, certificada e valorada por atores do Norte Global.

A Tabela 2 apresenta as categorias de nicho e os critérios de aceitação observados nos anúncios. Cabe explicitar a terminologia nativa do mercado, possivelmente opaca a leitores não familiarizados: nicho "white" designa temas considerados seguros e bem aceitos pelos algoritmos (saúde, educação, carreira, negócios); conteúdos "black" referem-se a segmentos de alto risco reputacional ou algorítmico (apostas, cassino, conteúdo adulto, drogas), em geral recusados; e nichos "sensíveis" ou "de risco" (jurídico, política, cripto) situam-se em uma zona intermediária, aceitos "sob consulta" e a preços majorados. Trata-se, portanto, de uma classificação orientada não por valores jornalísticos, mas pela gestão do risco perante os critérios das plataformas:

Tabela 2- Nichos e critérios de aceitação

Categoria	Nomenclatura do mercado	Exemplos de nichos	Regra típica
"White niche"	"nicho white", "somente white"	Saúde, carreira, educação, negócios	Aceito sem barreiras; usado como sinalização de compliance
"Black / sensível"	"não aceitamos black"	Apostas, cassino, adulto, drogas	Restrição explícita; risco reputacional/algorítmico
Nichos comerciais	(sem rótulo)	Finanças, marketing, tecnologia	Muito ofertado por sites multi-nicho
Nichos "de risco"	"sob consulta"	Jurídico, política, cripto	Preço maior ou recusa

4.3 Os formatos de inserção e a opacidade estrutural

Foram observados múltiplos formatos de inserção de links: guest posts (artigos novos publicados com um ou mais links), inserções em conteúdos já publicados, publipostagens (matérias pagas com narrativa editorial) e pacotes de links combinando vários domínios. Em todos os casos, a característica dominante é a opacidade: a prática ocorre sem sinalização ao público leitor, inserindo-se nos conteúdos como se fossem editorialmente independentes.

A Tabela 3 sistematiza os principais tipos de oferta e seus atributos:

Tabela 3- Tipos de oferta e atributos técnicos

Tipo de oferta	Como aparece	O que é na prática	Atributos técnicos
Guest post	"artigo", "guest post"	Artigo novo publicado com link(s)	dofollow; prazo de publicação
Inserção em post existente	"inserção", "link em matéria antiga"	Link adicionado a conteúdo já indexado	dofollow; "permanente"
Publipostagem	"matéria paga", "publipost"	Conteúdo patrocinado com narrativa editorial	dofollow; revisão editorial
Pacote de links	"combo", "pacote 3/5/20"	Múltiplos domínios em lista fechada	Variável; desconto por volume

5. Discussão

5.1 O Google e seu imperialismo digital: algoritmo, hegemonia e dependência

Os resultados empíricos ganham sentido pleno quando situados no quadro do imperialismo de plataformas. O Google, como ator central do ecossistema SEO, não é apenas um mecanismo técnico de busca: é uma corporação digital imperial cuja lógica de funcionamento reorganiza, a partir dos Estados Unidos, as condições de visibilidade informacional em escala global, incluindo no Brasil. As atualizações algorítmicas do Google — como as Google Core Updates — têm impacto imediato sobre a viabilidade econômica de portais jornalísticos brasileiros, independentemente de qualquer decisão editorial tomada localmente. Trata-se de uma expressão direta do que Schiller (1976) identificou como dominação comunicacional: o controle sobre as infraestruturas de circulação da informação como forma de exercício de poder imperial.

O mercado de backlinks pode ser compreendido, nesse enquadramento, como uma resposta periférica à lógica imperial: confrontados com a necessidade de adequação a parâmetros algorítmicos externos, os portais jornalísticos brasileiros encontram no comércio de sua autoridade editorial uma forma de sobrevivência econômica. É preciso ressaltar, porém, que essa comercialização nem sempre corresponde a uma decisão editorial formal e institucional dos veículos³: como evidenciam os dados, ela é frequentemente operada por freelancers, intermediários e profissionais de SEO que transacionam a autoridade dos portais em uma zona cinzenta, com graus variáveis de conhecimento ou controle por parte das redações. Trata-se, portanto, menos de uma política institucional explícita do que de uma prática difusa que se aproveita da autoridade acumulada pelos veículos. Não se trata de uma escolha livre, mas de uma resposta estruturalmente condicionada pela dependência algorítmica imposta pelo imperialismo de plataformas. Como argumenta Bolaño (2015) acerca das dinâmicas da indústria cultural, as estratégias locais de adaptação operam dentro dos limites definidos pela estrutura imperial e frequentemente contribuem para sua reprodução.

5.2 Métricas como padrões imperiais: a colonialidade da valoração informacional

Um dos achados mais significativos da pesquisa é a centralidade das métricas norte-americanas como dispositivos de valoração universal da autoridade informacional. Domain Authority, Domain Rating e Authority Score funcionam no mercado observado como equivalentes gerais: são os padrões a partir dos quais qualquer portal jornalístico — independentemente de sua relevância social local, de sua trajetória editorial ou de sua inserção no debate público nacional — é calculado e precificado. É importante delimitar o alcance dessa afirmação: a universalidade aqui descrita é a universalidade interna ao mercado observado, isto é, a régua comum pela qual os participantes do grupo precificam e comparam os veículos. Não se trata de evidência de que a totalidade dos veículos brasileiros adote essas métricas em suas rotinas editoriais — apesar deste ser o cenário provável; sustentar uma generalização mais ampla exigiria métodos complementares (survey, entrevistas, análise de redações), e o que os dados autorizam é caracterizar a lógica de valoração que estrutura este mercado específico de backlinks, que engloba, entre os exemplos citados, alguns dos maiores jornais do país (Globo, Estadão, Folha, Estado de Minas, etc.).

Esse processo apresenta características que dialogam com o que Kwet (2019) e Faustino e Lippold (2023) identificam como colonialismo digital. Reitere-se, conforme a ressalva da seção 2.1, que o vocabulário da colonialidade é aqui mobilizado de modo subsidiário ao arcabouço do imperialismo: ele serve para nomear o caráter herdado e estrutural da imposição de padrões — a continuidade entre a dominação colonial e a atual dependência tecnológica —, e não para substituir a análise imperialista, que permanece a chave explicativa central. A imposição de padrões técnicos produzidos no Norte Global como critérios universais de valoração opera uma colonialidade da mensuração: o valor do jornalismo periférico não é definido a partir de seus próprios critérios de relevância e credibilidade, mas a partir de métricas cuja lógica espelha os interesses econômicos das plataformas hegemônicas. Um portal regional de grande relevância para o debate público de sua comunidade pode ter, nesse sistema, valor de mercado inferior a um site de conteúdo genérico otimizado algorítmicamente.

Essa colonialidade da valoração não é apenas simbólica: tem efeitos materiais diretos. Os anúncios observados revelam que portais com métricas mais elevadas comandam preços significativamente superiores, independentemente de sua qualidade editorial. O capital simbólico jornalístico — nos termos de Bourdieu (1992) — é objetivado em scores produzidos

³ Alguns profissionais, inclusive, o fazem à revelia da ciência de seus padrões, que de outra forma direcionam a aquisição de links à estruturas formais onde estes cabem, como forma de microrresistência de profissionais do campo.

externamente, convertendo a autoridade editorial em commodity cujo valor é definido por atores imperiais.

5.3 Fluxos assimétricos e soberania informacional

O mercado de backlinks configura um fluxo informacional assimétrico de novo tipo. Diferentemente dos fluxos assimétricos tradicionais descritos pela teoria do imperialismo comunicacional — centrados na exportação unidirecional de conteúdo do Norte para o Sul —, esse fluxo opera pela apropriação, pelo centro, de valor produzido na periferia: a autoridade editorial acumulada localmente pelo jornalismo brasileiro é convertida em insumo de estratégias SEO globais, muitas vezes beneficiando empresas e sites estrangeiros que adquirem links em portais brasileiros para melhorar seu ranqueamento. Convém precisar o sentido em que se emprega aqui a noção de valor. Em termos estritos, a EPC, na esteira de Marx, localiza a extração de valor na exploração do trabalho — no caso, o trabalho jornalístico cuja credibilidade, socialmente acumulada, é o que se objetiva na autoridade negociada. O que circula no mercado de backlinks é, mais propriamente, uma apropriação e transferência, do Sul para o Norte, de rendas e de valor já objetivado nessa autoridade: monetiza-se um ativo simbólico previamente constituído, e não a produção corrente de mais-valor. Preserva-se, assim, a tese do fluxo assimétrico, sem confundir transferência de renda e monetização, em suas múltiplas fontes possíveis, com a extração de mais-valia no sentido estrito.

Observou-se nos anúncios que os compradores de links incluem empresas de diferentes países e setores, buscando nos portais jornalísticos brasileiros uma autoridade algorítmica que possa ser transferida para seus próprios domínios. Nesse arranjo, o jornalismo brasileiro converte-se em infraestrutura de circulação global de autoridade informacional — vendendo sua credibilidade historicamente construída como insumo de estratégias de visibilidade de atores externos.

Esse processo aprofunda a questão da soberania informacional. Como aponta Bolaño (2022) em relação ao papel da informação em conflitos geopolíticos contemporâneos, o controle sobre as infraestruturas de produção e circulação da informação é uma dimensão central da luta por soberania. No caso aqui analisado, a ausência de alternativas nacionais de infraestrutura de busca e de mensuração de autoridade coloca o jornalismo brasileiro em posição de dependência estrutural, sem instrumentos próprios para definir os critérios de sua própria valoração.

5.4 A ética da plataforma como substituição da ética jornalística

Os resultados também revelam um deslocamento ético de consequências significativas. A análise dos discursos de "compliance" presentes nos anúncios — especialmente a distinção entre "nicho white" e conteúdos "black" ou "sensíveis" — demonstra que os critérios de aceitabilidade editorial passam a ser definidos não por valores jornalísticos ou por considerações de interesse público, mas pela gestão de riscos algorítmicos e reputacionais perante o Google. Trata-se de uma substituição da ética jornalística pela ética da plataforma (Grohmann, 2020): o que orienta as decisões editoriais não é o compromisso com a informação de relevância pública, mas a adequação a diretrizes técnicas de uma corporação estrangeira.

Esse deslocamento tem implicações diretas para o papel do jornalismo como mediador do espaço público. Ao submeter seus critérios editoriais às demandas algorítmicas do Google e ao converter sua autoridade em ativo negociável segundo métricas externas, o jornalismo periférico abdica, ao menos parcialmente, de sua função como instância de mediação crítica e independente da informação. Reproduz, assim, as assimetrias do imperialismo de plataformas no interior de suas próprias práticas profissionais.

6. Conclusão

Este estudo analisou o mercado de backlinks em grupos de WhatsApp como expressão de um regime informacional periférico engendrado pelo imperialismo de plataformas. A partir de uma netnografia conduzida em um grupo com 895 perfis, foi possível demonstrar como métricas algorítmicas produzidas por corporações norte-americanas estruturam a valoração e a comercialização da autoridade editorial do jornalismo brasileiro, constituindo uma nova forma de dependência informacional coerente com as dinâmicas do capitalismo digital contemporâneo.

Os resultados indicam que o SEO, longe de ser uma prática meramente técnica, constitui um campo atravessado por relações de poder assimétricas entre o Norte Global — representado pelo Google e pelas ferramentas de mensuração estadunidenses — e os atores do jornalismo periférico, que se adaptam a critérios externos de valoração sem poder influenciá-los. Nesse arranjo, a autoridade editorial acumulada historicamente pelo jornalismo brasileiro é convertida em commodity negociável segundo parâmetros imperiais, configurando um fluxo assimétrico de extração de valor que opera de forma invisível sob a aparência de transações comerciais ordinárias.

À luz da Economia Política da Comunicação, esses achados reforçam a pertinência das teorias do imperialismo comunicacional para a análise do capitalismo digital. O controle sobre as infraestruturas de visibilidade informacional — algoritmos de busca, métricas de autoridade, plataformas de comunicação — emerge como dimensão estratégica do imperialismo contemporâneo, com consequências diretas para a soberania informacional das economias periféricas e para a capacidade do jornalismo de cumprir sua função pública.

Do ponto de vista da agenda de pesquisa, o estudo aponta para a necessidade de aprofundar a análise crítica do SEO como domínio de práticas informacionais estruturado por relações de poder globais, integrando as perspectivas da EPC, dos estudos de imperialismo e das teorias críticas da informação. A questão da soberania algorítmica — entendida como capacidade de definir os critérios de valoração da própria produção informacional — emerge como problema político central para o jornalismo e para as políticas de comunicação dos países do Sul Global na fase da digitalização.

Referências bibliográficas

BAEZA-YATES, Ricardo; RIBEIRO-NETO, Berthier. **Recuperação de informação**: conceitos e tecnologia das máquinas de busca. Porto Alegre: Bookman, 2013.

BARROS, Douglas Rodrigues. **O que é identitarismo?** São Paulo: Boitempo, 2024.

BELL, Emily et al. **A imprensa nas plataformas**: como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, 2017.

BOLAÑO, César. **The culture industry, information and capitalism**. Springer, 2015.

BOLAÑO, César. **Ucrânia**: imperialismo e guerra da informação. Outras Palavras, 21 mar. 2022.

BUENO, Thaisa; REINO, Lucas Santiago Arraes. **SEO no jornalismo**: títulos testáveis e suas implicações. Estudos em Jornalismo e Mídia, 16, n. 2, 2019.

DIJCK, José van; POELL, Thomas; NIEBORG, David. Plataformização. **Fronteiras – estudos midiáticos**, 22, n. 1, 2020.

FÁTIMA, Branco Di; LAPA, Tiago. A reportagem na internet: uma análise das transformações narrativas do webjornalismo. In: **Congresso Ibercom**, Lisboa, 2017.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo digital**: por uma crítica hacker-fanoniana. São Paulo: Boitempo, 2023.

FROHMANN, Bernd. Taking information policy beyond information science: Applying the actor network theory. In: **Canadian Association for Information Science**, 1995.

GABRY, Victor; MARCONDES, Carlos Henrique. Construção de credibilidade dos dados: como dados auxiliares de SEO são validados. **Liinc em Revista**, 20, n. 1, 2024a.

GABRY, Victor; MARCONDES, Carlos Henrique. Economia política do SEM: uma proposta de modelagem conceitual. In: **33º Encontro Nacional da Compós**, Niterói, 2024b.

GABRY, Victor Martini; MARCONDES, Carlos Henrique. Axiomas do SEO: os regimes de informação de mecanismos de busca. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, 17, n. esp., 2024.

GÓMEZ, Maria Nélida González de. Regime de informação: construção de um conceito. **Informação & Sociedade**, 22, n. 3, 2012.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, 22, n. 1, 2020.

JIN, Dal Yong. **Digital Platforms, Imperialism and Political Culture**. Routledge, 2015.

KALSING, Janaína. Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo. Tese (Doutorado) – **UFRGS**, Porto Alegre, 2021.

KOZINETS, Robert. **Netnography**: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research. Londres: SAGE, 2020.

KWET, Michael. Digital colonialism: US empire and the new imperialism in the Global South. **Race & Class**, 60(4), 2019.

LARSEN, Neil. **Determinations**: essays on theory, narrative and nation in the Americas. London; New York: Verso, 2001.

LENIN, Vladímir Ilitch. **O imperialismo**: fase superior do capitalismo. São Paulo: Global, 1991.

LEWANDOWSKI, Dirk. **Understanding Search Engine**. New York: Springer, 2023.

LUXEMBURGO, Rosa. **A acumulação do capital**: contribuição ao estudo econômico do imperialismo. Tradução de Marijane Vieira Lisboa. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NOTHIAS, Toussaint. An intellectual history of digital colonialism. **Journal of Communication**, 2025.

PASQUALI, Antonio. **Comunicación y cultura de masas**. Venezuela: Monte Avila Latinoamericana, 1980.

SAFATLE, Vladimir. O grande FMI universitário. **Revista Piauí**, São Paulo, n. 232, jan. 2026.

SARTI, Ingrid. **Comunicação e dependência cultural**: um equívoco. In: WERTHEIN, Jorge (org.). Meios de comunicação: realidade e mito. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

SCHILLER, Herbert I. **Communication and Cultural Domination**. Armonk: M.E. Sharpe, 1976.

SCHILLER, Herbert I. **Media and imperialism**. Revue française d'études américaines, 1978.

SILVA, Laura Gabriela Pacheco Fassina da. A apropriação de técnicas de SEO para a produção de conteúdo dos jornais GZH e Correio do Povo. Monografia – **UFRGS**, Porto Alegre, 2023.

SULEHRIA, Farooq. **Media imperialism in India and Pakistan**. Routledge, 2018.