

Opinião Pública nas Plataformas de Circulação Mediadas por Algoritmos^{1 2}

Kérley WINQUES³

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC
Faculdade IELUSC, Joinville, SC

Resumo:

Este artigo tem como objetivo discutir as implicações dos algoritmos no que se refere à formação da opinião pública. Também aborda como o uso dos filtros pode afetar a distribuição de conteúdos on-line, tendo em vista que o cenário é pautado pela individualização, circulação mediada por algoritmos e, ainda, pelo aumento da disseminação de boatos. Portanto, de cunho teórico, o trabalho versa, principalmente, sobre o papel das redes sociais e buscadores no contexto contemporâneo. Destaca-se que os estudos que visam compreender a opinião pública na internet devem levar em considerações a existência de uma série de atores que compõem o meio, não sendo mais exclusividade da mídia de massa formar os debates e a memória coletiva.

Palavras-chave: algoritmos; mídias digitais; opinião pública; jornalismo; comunicação.

Introdução

As primeiras reflexões acerca do conceito de opinião pública datam dos séculos XVII e XVIII. Porém, foi a partir do século XIX que a maioria dos autores passou a traçar relações entre opinião pública e uma série de modificações ocorridas na sociedade, tais como: o aumento da alfabetização, a expansão dos meios de comunicação, a ascensão da classe média e a difusão e desenvolvimento das instituições democráticas. Essa fase é marcada pela sociedade burguesa, resultante do progresso do público que lê somado ao avanço da imprensa. Essas características criaram condições para a formação de uma esfera na qual indivíduos foram capazes de exibir opiniões sobre variados assuntos de interesse geral. Embora limitada ao seu caráter histórico, foi baseado na observação da “burguesia”⁴ que Habermas (2003) compreendeu que o sujeito só faz parte da esfera pública enquanto portador de uma opinião pública. Contudo, antes desse período, nos fins do século V a. C., em Atenas, Grécia, surgiram os primeiros indícios de uma formação

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Artigo submetido ao processo de avaliação para o e-book do GP Comunicação e Cultura Digital.

³ Doutoranda em Jornalismo no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC). Professora nos cursos de Jornalismo e Sistemas para Internet da Faculdade Ielusc. E-mail: ker.winques@gmail.com.

⁴ A formulação de uma esfera pública burguesa na obra de Habermas (2003) foi concebida a partir da observação de um conjunto de pessoas privadas, reunidas para discutir as questões particulares que eram publicamente relevantes. Sendo os cafés e os salões literários os espaços por excelência dessas reuniões.

da opinião pública. As deliberações dos indivíduos na *ágora* (praça), espaço da *pólis* (cidade), marcam o desenvolvimento da democracia grega e demonstram a formação de um espaço para a repercussão das opiniões.

Desde que as primeiras formulações sobre opinião pública e esfera pública foram construídas muita coisa mudou. A *crise de confiabilidade* nas instituições se alargou, bem como no jornalismo. A centralidade no jornalismo tradicional e sua estrutura industrial perdeu força. Com o surgimento das tecnologias digitais e seus crescentes avanços, a indústria jornalística passou a vivenciar o contexto do *Jornalismo Pós-Industrial* (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). A crise estrutural que atingiu os meios de comunicação, principalmente os conglomerados, delineou um cenário em que a massificação deu lugar a um ambiente de mídia complexo, transformações que atingiram os processos de produção, circulação e consumo de notícias. Assim, a participação ativa do público (massiva ou individual) na internet, a *ágora* digital, também é um dos fatores que modificou as rotinas de produção e circulação das narrativas e opiniões on-line.

Além de considerar que a internet não pode ser tomada como uma esfera pública, Maia (2008) questiona se esse ambiente é de fato um instrumento de democratização. Afinal, mesmo promovendo novas possibilidades de participação descentralizadas, a web pode sustentar formas de centralização de poder. É no segundo caso que empresas como *Google* e *Facebook* ganham força. A partir de seus algoritmos e serviços constroem um cenário de individualização e consumo segmentado. Na perspectiva de Pariser (2012), a estrutura da mídia afeta o caráter da sociedade, por isso é pertinente observar de que modo os algoritmos transformam o corpo social e, acima de tudo, a opinião pública. Afinal, existem empresas de tecnologia determinando o que usuários recebem ou não. No cenário brasileiro, desde o contexto industrial há concentração midiática, ou seja, não é uma invenção da internet. Porém, o que se percebe é uma frustração com os rumos que a concentração de poder tomou na web, já que ela se popularizou com a noção de democratização do acesso e produção de informações. No ecossistema industrial, Buz (2017) observa que as instituições de mídia forneciam notícias de maneira ampla e homogênea, já a opinião pública digital passou a ser composta por unidades fragmentadas: amigos do *Facebook*, seguidores do *Instagram* e leitores de um *blog*.

Por tais características este artigo foca nas transformações que os algoritmos dos monopólios digitais trazem para as análises de opinião pública nas redes on-line. A discussão, de cunho teórica, será distribuída em três eixos: 1) Opinião pública: três

autores-chave; 2) Monopólios digitais, algoritmos e a esfera pública da internet; e 3) Opinião pública nas plataformas digitais. No que tange à primeira parte, os autores base são: Noelle-Neumann (2017), Lippmann (2010) e Lage (1998). Já o terceiro item é dividido em: 1) *consumo individualizado e isolamento*; e 2) *boatos, amigos e a lógica da proximidade*. Num cenário em que, cada vez mais, há tentativas de avaliar o comportamento dos leitores por intermédio de números de cliques e acessos, o presente artigo discute a problemática dos algoritmos e o quanto decisões automatizadas podem implicar na circulação de informações na internet.

Opinião pública: três autores-chave

Determinar o que é opinião pública não é uma tarefa fácil. Em meados de 1960, Harwood Childs, citado por Noelle-Neumann (2017), dedicou-se a listar e recolher as definições existentes. Na época foram encontradas em torno de 50 conceitos diferentes. Por outro lado, Bourdieu (1972) julga os métodos analíticos e afirma que a opinião pública não existe. Sua crítica se fundamenta na avaliação de que as pesquisas de opinião solicitam que as pessoas tomem posições de opiniões já formuladas e, com isso, acabam por propagar estatísticas de opiniões produzidas. Todavia, este estudo assume que é preciso compreender a opinião pública. Isso porque a concepção de opinião pública ficou muito contaminada com o surgimento das pesquisas de opinião, na década de 1930 nos Estados Unidos, porém a opinião existe independentemente das pesquisas estatísticas.

A combinação dos termos *opinião* e *pública*, de acordo com Habermas (2003), teria ocorrido somente com as filosofias democráticas e liberais do século XVIII. Noelle-Neumann (2017), Lippmann (2010) e Lage (1998) são os principais autores adotados neste artigo. A primeira avalia a opinião pública como sendo as argumentações sobre temas controversos, de modo que essas podem ser expressas sem o risco de *isolamento*; esta interpretação se aplica a situações em que opiniões competem entre si. É no âmbito social das tradições, da moral e das normas consolidadas que as opiniões e comportamentos vão determinar o isolamento ou não do indivíduo; por isso a relação com o controle social. De um lado, Noelle-Neumann (2017, p. 99) observa que “a ordem vigente é mantida pelo medo individual do isolamento e a necessidade de aceitação”. Por outro, “há a atuação das exigências públicas, com o peso de um autêntico tribunal social, que empurra o cidadão para que se amolde às opiniões e comportamentos estabelecidos”.

O medo do isolamento obriga o indivíduo a atender à natureza social do seu meio – essa é a base da principal teoria formulada pela a autora, a espiral do silêncio⁵.

Já Lippmann (2010, p. 40) compreende que a opinião pública aparece nos aspectos do mundo exterior relacionados ao comportamento. Assim, o conjunto de imagens que compõem a cabeça dos sujeitos, “a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamento, são suas opiniões públicas”. Além disso, o autor conceitua *Opinião Pública*, com letras maiúsculas, como aquelas imagens que são feitas por indivíduos ou grupos agindo em nome de grupos. E é nesta segunda que a mídia possui um papel importante, pois a forma como os sujeitos agem, muitas vezes de maneira inconsciente, está estritamente conectada com acontecimentos reportados por meio dos jornais. Por último, Lage (1998) avalia que os indivíduos não pertencem a um grupo só, em razão de que têm algumas adesões maiores, tais como: classe social, cultural nacional e regional, padrões ligados à faixa etária, comunidades, locais de trabalho e família. São esses espaços que vão auxiliar nas políticas de identificação e rejeição. Na perspectiva do autor, considerar apenas o indivíduo, seu meio social e os meios de comunicação é, demasiado, simplificado. O meio é composto de gente, por isso também é preciso levar em consideração os *líderes de opinião* – pessoas que ocupam a função de ser mediadores entre os meios de comunicação e os demais componentes do grupo. Nesse sentido, a influência do grupo acontece não apenas quanto ao conhecimentos dos fatos, “à fruição de mensagens e adoção de hábitos, mas também quanto à aceitação de versões e a exteriorização de opiniões que expressam juízos de valor; estas, na verdade, compõem a opinião pública, isto é, a opinião publicamente manifesta” (LAGE, 1998, p. 211).

Se a opinião pública resulta da interação entre os grupos e indivíduos com seu meio social e a mídia, é preciso compreender: quais as transformações na formação de opiniões a partir da lógica algorítmica presente nas redes? Trata-se de um processo em pleno desenvolvimento, de um sistema de construção da opinião pública e coletiva pautado por plataformas baseadas em algoritmos curadores.

Monopólios digitais, algoritmos e a esfera pública da internet

A política e a cultura, segundo Pasquale (2017), foram influenciadas pelos meios de comunicação de massa durante a segunda metade do século XX, permanecendo

⁵ O livro *A espiral do silêncio – opinião pública: nosso tecido social*, escrito por Noelle-Neumann, foi lançado originalmente em 1982, na Alemanha. Na concepção da autora o desejo de evitar o isolamento por defender determinada ideologia publicamente culmina na espiral do silêncio.

estáveis até meados da década de 1990. Após esse período, “a esfera pública sofreu mais uma transformação estrutural, em razão da automatização das decisões comunicacionais capitaneadas por megaempresas digitais como Facebook e Google”. E isso, na avaliação do autor, passou a impactar a agenda pública, bem como a democracia, pois essas plataformas passaram a desestabilizar as mídias tradicionais e o acesso ao conhecimento.

Uma pesquisa feita pelo coletivo *Intervozes* (2018) avalia a concentração e a diversidade na internet, com foco nos chamados Monopólios Digitais. O estudo discute a concentração e a diversidade na internet no núcleo dos discursos e mensagens. Entre as argumentações, é possível considerar que: 1) a *concentração de propriedade*, resultado da dinâmica empresarial na rede, se manifesta por meio da desigualdade na esfera da estrutura de mercado. Portanto, o que se vê é uma redução da competição a partir do crescimento da digitalização e da coleta e processamento de dados. Essa concentração é marcada pelos gigantes *Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft*; 2) a formação desse cenário é definida pela *coleta de dados* em larga escala e por seu processamento por meio do uso de algoritmos e inteligência artificial; 3) essas plataformas são espaços de *mediação* construídos para diferentes atividades e interações, pois colocam em contato diversos agentes para a aquisição de um bem ou serviço (*Amazon*), para a interação social (*Facebook*) e circulação de conteúdo (*Google*); e 4) a *superexposição* de informações no âmbito dessa *circulação mediada* abriu espaço para que grandes intermediários passassem a ter um papel central na disponibilização de notícias.

O algoritmo, na sua fórmula clássica, escrito num vocabulário permeado por símbolos e códigos fixos, é regido por instruções precisas e seus resultados são sempre finitos. Já o modelo de aprendizagem de máquina (*machine learning*), presente em sistemas mais complexos, aprende os processos automaticamente e é capaz de executar um conjunto de instruções em paralelo, portanto, tem o potencial de oferecer resultados infinitos. Isso se deve, especialmente, ao uso de redes neurais (*neural networks*), que podem aprender e resolver problemas de maneira mais complexa. A maioria das empresas citadas acima possui algoritmos de aprendizagem para guiar e realizar uma curadoria das informações que circulam.

Na ótica de Just e Latzer (2017), algoritmos formam uma peça central no estágio de produção onde operam. Visto que a partir da solicitação de um usuário e suas características disponíveis, algoritmos aplicam operações estatísticas automatizadas para selecionar elementos de um conjunto de dados e atribuir relevância a eles. As informações

que circulam nas redes são representações parciais da realidade, são formuladas com base em uma cadeia complexa de decisões. Fica evidente que o que os algoritmos calculam e fazem não pode ser separado da constituição das estruturas dos dados, que são formadas por *rastros digitais* (BRUNO, 2012) compostos por milhões de informações geradas pelos usuários: desde questões socioeconômicas e geográficas, até padrões de buscas.

Sobre o consumo de mídia, conforme avaliado por Napoli (2013), os algoritmos auxiliam no processo de navegação. Redes que agregam um grande número de indivíduos precisam de mecanismos que auxiliem na distribuição de informações – caso contrário, o sistema ficaria asfixiado pelas ações coletivas. Em função disso, o algoritmo resolve uma situação problemática de sobrecarga de informações, oferecendo um conjunto de princípios operacionais que podem ser utilizados na resolução de problemas. Portanto, há uma limitação técnica para enviar todas as mensagens em serviços e plataformas com muitos usuários conectados. A enorme proliferação de volumes de dados aliada a uma crescente necessidade de orientação por seleção impulsiona o uso de algoritmos. Todavia, as aplicações das variáveis executadas pela máquina formam os bastidores de uma plataforma que, na concepção de Latzer *et al.* (2014), operam no sentido de modelar o consumo como um todo. Um *status onipresente* que não pode ser simplesmente justificado como uma limitação técnica da máquina.

No que se refere aos filtros formados pelos algoritmos, no âmbito brasileiro, Recuero, Zago e Soares (2017) estudaram a formação de bolhas a partir da circulação de conteúdos políticos no *Twitter*. Baseados numa combinação de métodos, que envolveu, principalmente, Análise de Redes Sociais e de Conteúdo, os autores encontraram resultados que demonstram a existência de *clusters* de informação nas redes de conversação política. Com a apropriação de termos-chave “*impeachment*” e “*Bolsonaro*” identificou-se que nos grupos analisados circulam apenas discursos que ecoam a posição política dominante dos atores que compõem o grupo. Ou seja, no período explorado não foi observado a circulação de discursos diferentes ou opostos. Pelo contrário, os autores encontraram “uma padronização dos processos, com grande visibilidade para alguns (poucos) nós, uma grande maioria que apenas repassa informações e discursos homogêneos circulando nesses grupos” (RECUERO; ZAGO; SOARES, 2017, p. 25).

O exemplo mencionado reforça a afirmação de Thompson (2005) de que os meios de comunicação não são apenas dispositivos técnicos que transmitem informações de um indivíduo para outro. Em vez disso, eles criam novas formas de ação e interação que

possuem propriedades distintas. Dependendo dos atributos, ao usar a mídia de comunicação, a natureza da interação do sujeito será moldada por essas propriedades espaciais e temporais e pelas características diversas do meio. É a partir das novas tecnologias e o acesso ubíquo à internet que, na perspectiva do autor, as formas de *visibilidade* são modificadas.

A noção de modulação proposta por Silveira (2019) colabora com essa compressão. As redes sociais e buscadores organizam o ambiente de interação social e com seus algoritmos controlam quem pode ver os conteúdos. Desta forma, a modulação da opinião pública é realizada “pelo controle da visualização de conteúdos. As plataformas de relacionamento social online, em geral, não produzem conteúdos, mas direcionam, organizam e disseminam as produções de seus usuários, ou seja, utilizam técnicas de modulação” (SILVEIRA, 2019, p. 92). Como instrumento, as redes on-line possuem um grande potencial discursivo e deliberativo, mas elas só poderão funcionar como *parte* da esfera pública se forem utilizadas com esse objetivo de engajamento cívico por indivíduos, coletivos, instituições e associações.

Opinião pública nas plataformas digitais

O Brasil possui aproximadamente 210 milhões de habitantes, cerca de 70% da população tem acesso à internet e 97% dela utiliza o celular móvel como dispositivo para acessar a rede (IBGE, 2018). Diante desse cenário, os avanços dos aparelhos portáteis configuram a terceira onda de transformação tecnológica, marcada pela primazia dos *smartphones* e, ainda, pelo domínio de grandes empresas de tecnologia que ganharam espaço no mercado em termos de publicidade dirigida e audiência (BELL; OWEN, 2017).

No século XX, o jornalismo cumpria o papel de orientar a população, formular a agenda e informar sobre os acontecimentos do mundo. As questões de como os meios de comunicação de massa tradicionais contribuem para a construção das realidades sociais ao selecionar ou omitir certas informações sempre estiveram ligadas, em grande parte, aos estudos de *gatekeeper*, *agenda-setting* e *enquadramento*. Já na contemporaneidade, sem transparência ou uma política editorial definida, os algoritmos possuem critérios de distribuição indecifráveis. Conforme Silveira (2019), as plataformas digitais têm sido fundamentais para a formação da opinião política; porém, a sociedade não tem como saber se a interferência algorítmica possui um viés político na condução dos debates e na disseminação de conteúdos. Apesar de serem estruturas privadas, plataformas como

Google e Facebook se tornaram espaços onde ocorrem importantes debates públicos e locais em que se dão o confronto de visões ou articulações de opiniões.

Portanto, é possível afirmar que a construção da realidade e memória coletiva passa pela seleção algorítmica automatizada. E isso difere das versões tradicionais, segundo Just e Latzer (2017), por dois motivos: 1) a personalização da construção da realidade contribui para uma maior individualização nas sociedades; e 2) a constelação de atores são parte integrante do ecossistema da internet. Também é possível adicionar: 3) em função dos algoritmos, a imprensa tradicional e independente têm cada vez menos controle sobre a agenda do que os usuários vão debater; e 4) os boatos oferecem outros enquadramentos que não aqueles pautados pela imprensa séria e/ou pelos fatos. Nesse caso, indivíduos podem produzir informações fundamentadas pelas próprias opiniões, mas elas não precisam estar conectadas com os fatos e com a realidade.

Dito isso, os próximos passos dividem-se em análises que agregam teorias ligadas aos algoritmos e à opinião pública. As considerações ficam estabelecidas por: 1) *consumo individualizado e isolamento*; e 2) *boatos, amigos e a lógica da proximidade*.

1) consumo individualizado e isolamento

Os algoritmos filtram as informações recebidas a partir de uma estruturação e um gerenciamento na base de dados. Isso ocorre por meio de uma categorização que, como salienta Gillespie (2014), é uma poderosa intervenção semântica e política que dita como as coisas são e como elas deveriam ser. Para classificar os conjuntos de dados, os modelos variam de: histórico de navegação, informações geográficas, sexo, idade, comportamento, preferências políticas, rendimento etc. Outras análises contam dias da semana de acesso, intervalos de tempo, permanência, assiduidade etc.

Um dos principais objetivos dos algoritmos, no ponto de vista de Just e Latzer (2017), é a *personalização* de processos e resultados. O ato de personalizar é transformar uma atividade em algo individual, específico ou pessoal. O processo automatizado e instantâneo dos algoritmos realiza uma seleção em grandes bases de dados, sempre aplicando critérios de seleção personalizado. Apesar de os dados serem produzidos por centenas de atividades dos usuários, o recorte realizado pelo filtro e classificação trata apenas de uma parte da *realidade específica* de cada um. Por isso, defende-se que os critérios adotados numa distribuição realizada por meio de algoritmos são construídos por meio de *padrões*, muito mais que personalização. Isso porque os provedores de dados e

os insumos dos processos de seleção das informações são baseados em padrões de comportamentos prévios e previstos gerados a partir das interações dos sujeitos, são movimentos e variáveis que agem de maneira *repetitiva* e que resgatam aquilo que usuários possuem de mais evidente. Algoritmos são projetados em torno de *regularidades* da estrutura dos dados, e não em torno do conteúdo. É por isso que esses *softwares* amplificam as tendências de fragmentação e individualização do público. Assim são formadas as bolhas, um entrelaçamento da personalização do conteúdo *individual* e algorítmico nas plataformas de agregação, criados para desviar fontes de notícias e conteúdos que não correspondem às preferências de orientação política ou ideológicas estabelecidas por meio da vigilância do usuário.

Individualização e isolamento, por consequência, obscurecem a diversidade. Os fluxos de informação oferecem ênfases diferentes, e essas narrativas tocam num ponto crucial: a realidade do mundo e da opinião no espaço de coesão social – principalmente no que tange à consciência coletiva. Assim, os algoritmos operam como parte do processo. A estrutura maior é a forma como usuários encontraram no *isolamento algorítmico* uma forma de ver e conduzir sua experiência, apropriação e significação. As práticas cotidianas são performativas, de modo que se situam e dão forma a esse isolamento. Assim, a ordem vigente que seria mantida pelo medo individual do isolamento e a necessidade de aceitação, conforme defende Noelle-Neumann (2017), é quebrada pelas bolhas que acolhem os discursos de seus usuários e os transformam em *clusters*. Esse cenário oferece o potencial de aumentar a disposição dos sujeitos expressarem suas opiniões, conforme avaliado por Malaspina (2014), ou seja, o autêntico tribunal social, que empurra o cidadão para que se amolde às opiniões estabelecidas, é quebrado pelo fortalecimento da zona ofertada pela junção de opiniões similares num mesmo espaço de circulação mediada pelos algoritmos. Por outro lado, a espiral do silêncio, foco da discussão de Noelle-Neumann, se fortalece. Não pelo medo do isolamento, mas pela forma como os algoritmos auxiliam no silenciamento de discursos e conteúdos opostos; fundamentais para a formação de uma democracia.

A espiral do silêncio formada pela circulação mediada por algoritmos pode ser ilustrada pelo caso dos protestos do adolescente negro Michel Brown⁶, morto por policiais em Ferguson, nos Estados Unidos. As notícias sobre o movimento, segundo Bell e Owen

⁶ O homicídio de Michael Brown ocorreu em 9 de agosto de 2014 na cidade de Ferguson, na periferia de St. Louis. Brown, um jovem negro de dezoito anos, morreu após ser alvejado pelo oficial da polícia municipal Darren Wilson.

(2017), foram ocultadas do *feed* do *Facebook*. Enquanto muitos usuários acompanhavam o fato pelo *Twitter* (que funcionava por ordem cronológica), os que estavam presentes no *Facebook* recebiam publicações sobre o “desafio do balde de gelo” – vídeos virais sobre a conscientização da *esclerose miotrófica lateral* (ELA). E isso não tem relação nenhuma com a quantidade de conteúdo e relatos que foram produzidos sobre o acontecimento, “conforme conta o jornalista John McDermott, embora houvesse muito mais notícias sobre Ferguson do que sobre o desafio do balde de gelo, no Facebook o número de “*referrals*” (referências) aos protestos foi muito menor” (BELL; OWEN, 2017, p. 76).

Conforme Bucher (2012), dizer que o meio é a mensagem – abordagem desenvolvida por Marshall McLuhan – é também afirmar que é o meio que faz a mensagem visível, orientando a visibilidade para uma determinada direção. A mídia como instrumento de seleção e enquadramento aponta para o fato de que a visibilidade dos meios de difusão nunca é neutra. Na concepção da autora é sempre um processo de como tornar o conteúdo significativo. É assim que os algoritmos funcionam como uma estrutura de variáveis que não pode ser medida e observada pelo prisma da neutralidade; pelo contrário, as exclusões são reflexos de um regime que não impõe visibilidade a todos os assuntos e indivíduos. As métricas vistas e as não vistas, na observação de Beer (2016), produzem e definem possibilidades. Nessa lógica, elas tomam a decisão final sobre qual informação será consumida e qual será ignorada. Por isso, no que se refere à opinião pública, os discursos que circulam moldam a forma como os usuários enxergam os acontecimentos e formam suas opiniões, muitas vezes de maneira inconsciente, conforme já defendia Lippmann (2010). Por outro lado, também são os próprios usuários que inconscientemente moldam os conteúdos ao definirem para os filtros suas preferências. Quer dizer, trata-se de um sistema construído com base nas informações resultantes da interseção de estratégias sociais, culturais, políticas, econômicas e informativas.

É no sentido da polarização que os algoritmos atuam de maneira direta. Noelle Neumann (2017) afirma que são em períodos de mudanças sociais drásticas que o risco do isolamento passa a ser mais frequente. Mas qual o efeito das manifestações públicas se elas não conseguem ultrapassar as bolhas? O isolamento dos filtros não permite a violação dos espaços. Um redemoinho de silêncio se forma, progressistas falam com progressistas, conservadores com conservadores, etc. A violação dos valores vigentes e a transformação da opinião pública, nesse modelo, não passa pela transformação que deveria ser ligada à tolerância, mas de maneira oposta, fortalece grupos extremos. Isto

posto, não seriam os algoritmos os motores da natureza desse modelo de opinião pública que se configura desde o fortalecimento das redes sociais? Um espaço e tempo baseado no cálculo que afasta, mais do que aproxima.

2) *boatos, amigos e a lógica da proximidade*

É nesse contexto que a *pós-verdade* (*post-truth*) ganhou força. Eleita a palavra do ano de 2016 pelo Dicionário de Oxford, significa um substantivo que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais. Lippmann (2010, p. 77) considera a opinião pública como algo que está em intermitente contato com as complexidades dos sujeitos, tais como “interesses econômicos e ambição, animosidade pessoal, preconceito racial, sentimentos de classe e tudo o mais”. O que chama atenção é que o autor já considerava que essas construções e complexidades “distorcem nossa leitura, nosso pensamento, nossa conversação e nosso comportamento numa variedade de formas” (*Ibidem.*). Na interpretação de Kakutani (2018), a pós-verdade teria bases no relativismo em ascensão desde as guerras culturais da década de 1960 e no narcisismo e subjetividade em crescente desenvolvimento desde “a década do eu” de Tom Wolfe. Com tais características, não importa, verdadeiramente, a realidade, valem mais as suposições construídas pelos indivíduos acerca dela.

No âmbito permeado por algoritmos, o que é aceito como verdade, bom, realista não está apenas relacionado com a forma como sujeitos se autodefinem, mas também pelas experiências adquiridas por meio dos filtros carregados de julgamentos acumulados pelo rastreamento digital. Pariser (2012) chamou atenção para a forma como as bolhas são configuradas com base em critérios como *proximidade*, quer dizer, os relacionamentos e interações passam a ser caracterizados por sujeitos que pensam de maneira homogênea. Nesse sentido, Napoli (2018) observa uma nova heurística, em que a veracidade de uma notícia está sendo substituída pela confiabilidade do indivíduo que compartilhou a história. Isso indica que um artigo compartilhado por um *amigo confiável*, mas escrito por uma fonte desconhecida, será avaliado como mais confiável e, portanto, mais provável de ser consumido e compartilhado pelo sujeito do que um artigo produzido por uma fonte de notícias consolidada, mas compartilhada por alguém visto com menos confiança. Esse efeito, resumidamente, define a forma como usuários são mais propensos a seguir e recomendar canais de notícias que foram encaminhados e recebidos por

membros confiáveis de sua rede social. Nesse caso, a credibilidade passa a ser dada à fonte, ou melhor, ao fornecedor da informação.

A confiabilidade na mídia já era tema na literatura de Noelle-Neumann (2017). Na obra foi possível encontrar a descrição de que as pessoas dão mais importância ao que dizem e pensam seus amigos com ideologias similares do que aquilo que dizem os desconhecidos. Porém, com as redes sociais, essa aproximação entre os sujeitos com atrações sociais similares foi facilitada, basta clicar no botão de seguir ou aceitar amizade. Assim, além da valorização da amizade no campo das redes de conversação, a presença de líderes de opinião – influenciadores – também não pode ser excluída, afinal, a partir da formação de um canal/rede com milhões de seguidores, indivíduos propagam ideias e levantam bandeiras – sejam elas pagas ou livres de financiamento. O meio é composto de gente, por isso também é preciso levar em consideração a relação de *proximidade* que as redes e os algoritmos formam. Conforme defendeu Lage (1998), a adoção de hábitos e aceitação de versões passa pela relação entre os grupos. E essa ação de inclusões e exclusões de indivíduos nas câmaras de eco aumentam narrativas que colaboram com a percepção e crenças individuais, o que contribui para constituição de uma esfera pública parcial, com uma falsa percepção de consenso, já que os sujeitos que compõem a rede partilham das mesmas opiniões.

Nessa acepção, de acordo com Napoli (2018), avança a *espiral do partidarismo*, ou seja, a ascensão de canais de notícias ou boatos partidários que, com base na exposição seletiva, justifica sua existência a partir do consumo polarizado. Essa lógica de distribuição também impede que exposições de *contradiscurso* se propaguem. E isso é uma das essências da bolha formada pelos filtros, um entrelaçamento da personalização do conteúdo individual e algorítmico nas plataformas de agregação de notícias, criados para desviar fontes de notícias e conteúdos que não correspondem às preferências de orientação estabelecidas pelo usuário. E aqui, segundo o autor, entra o problema dos conteúdos falsos também. A bolha pode desviar notícias falsas que contradizem as legítimas, bem como, pode desviar notícias legítimas que contradizem os boatos.

Portanto, as plataformas de circulação mediadas por algoritmos podem alterar as condições do debate democrático pelo controle da distribuição das informações, isso ocorre por meio da filtragem e hierarquização dos resultados encontrados a partir das buscas. Claro, Silveira (2019) lembra que não basta um bombardeio de conteúdos para que todos sejam convertidos, não há provas de que a exposição de resultados possa

convencer pessoas a apoiar determinadas posições políticas – principalmente porque existe uma série de outros atores e instituições que auxiliam na tomada de decisões. Contudo, a disputa democrática depende das possibilidades dos diversos atores envolvidos acessarem a todas as pessoas, ou, pelo menos, a maioria delas. A restrição dos discursos “pode gerar ignorância e desconhecimento de proposições e tornar menos visíveis determinados grupos políticos. Pode criar mais ou menos inação, desânimo, irritação, entorpecimento ou revolta, a depender das mediações realizadas” (SILVEIRA, 2019, p. 96). E assim, à medida que o ambiente se torna cada vez mais fragmentado, a capacidade de satisfazer o crescente partidarismo e intolerância é amplificada.

Considerações finais

A proposta deste artigo foi discutir, de maneira teórica, as implicações da circulação mediada por algoritmos no que se refere à construção da opinião pública. Cabe destacar que se trata de um estudo que arranha uma superfície que deve ser aprofundada com estudos empíricos na tese de doutorado da autora⁷. Por hora, sugere-se uma definição de opinião pública aplicável ao ambiente contemporâneo:

Opinião pública é o que circula nos espaços sociais, virtuais e individuais dos sujeitos. Representa os fragmentos de uma vida social construída a partir da educação, religião, ideologia, política e consumo noticioso. Nesse sentido, a formação da opinião não designa apenas uma coisa, mas várias. Isso porque a coletividade também não tem uma única forma de se manifestar, mas diversas. No espaço virtual a opinião pública é reflexo dos sentidos atribuídos ao que usuários curtem, comentam, compartilham e espalham nos seus perfis públicos e privados. No que se refere à mídia, atribui-se ao jornalismo o papel de auxiliar na formação desses sentidos e aos algoritmos – como dispositivo de mediação – o de conduzir as definições de opinião construídas pelos usuários conectados. Além disso, líderes de opinião – ou influenciadores – podem se formar a partir da interação on-line e off-line dos sujeitos, colaborando com o campo das mediações que entrelaçam os movimentos ocasionados pelos filtros algorítmicos.

O poder invisível, na avaliação de Silveira (2019, p. 131), não está apenas nos corredores do Estado, nas articulações ocultas entre os membros do Poder Judiciário e

⁷ A pesquisa de doutorado, em andamento, visa compreender de que forma os algoritmos implicam na mediação e recepção de notícias por integrantes de Igrejas Evangélicas e da APP-Sindicato (Sindicato dos Trabalhadores em Educação Pública do Paraná). O estudo trata das reconfigurações da espiral do silêncio no contexto contemporâneo e utiliza dos estudos culturais como base para a aplicação metodológica.

dos partidos políticos do Poder Executivo. “O poder invisível de grande relevância para a democracia está similarmente nos processos de formação das preferências políticas e ondas de opinião, ou seja, está também nas plataformas, nos códigos fechados dos seus softwares e algoritmos”. Posto isso, como defesa final deste artigo, os cálculos e ordenação desempenhados não são meramente demandas matemáticas, é preciso uma visão que não perca de vista as questões políticas, econômicas e sociais envolvidas por trás do funcionamento e mediação dos algoritmos. E, acima de tudo, é indispensável compreender a relação desse ambiente de circulação mediada por algoritmos com o aumento do partidarismo e intolerância a partir da formação de uma esfera pública parcial e fragmentada por *clusters* de conversação. É somente por meio da compreensão de como as *mediações* sociais circulam e ganham corpo no mundo das decisões, moldando o que é possível e é visto, que será viável dimensionar a potência dos algoritmos em contextos sociais, pois é baseada nessa avaliação que será possível vê-los como parte de forças políticas e históricas mais amplas.

Referências

ANDERSON, Chris W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, abril-junho de 2013, p. 30- 89.

BEER, David. **Metric power**. Londres: Palgrave Macmillan, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **A opinião pública não existe**. Comunicação feita em Noroit (Arras) em janeiro de 1972. Publicada em *Les Temps Modernes*, 318, janeiro de 1973. Disponível em: <https://bit.ly/2V5Kw2a>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista Famecos**, v. 19, n. 3, p. 681–704, 2012.

BUCHER, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on facebook. **New Media & Society**, v. 14, n. 7, p. 1164–1180, 2012b.

BUNZ, Mercedes. **La revolución silenciosa: Cómo los algoritmos transforman el conocimiento, el trabajo, la opinión pública y la política sin hacer mucho ruido**. Argentina: Cruce Casa Editora, 2017.

GILLESPIE, Tarleton. The relevance of algorithms. In: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, Pablo J.; FOOT, Kirsten A. (Org.). **Media technologies: essays on communication, materiality, and society**. Cambridge: MIT Press, 2014. p. 167–194.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.

IBGE. Instituto brasileiro de geografia e estatística. **A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**. Presidência da República. IBGE. Tecnologia da

Comunicação e Informação – TIC, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2HpZAIC>. Acesso em: 21 de jan. de 2019.

INTERVOZES. **Monopólios digitais**: concentração e diversidade na Internet. Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social. São Paulo: Intervozes, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2DO1IVx>. Acesso em: 04 de maio de 2019.

JUST, Natascha; LATZER, Michael. Governance by algorithms: reality construction by algorithmic selection on the Internet. **Media, Culture & Society**. Vol. 39 (2), p. 238–258, 2017.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LAGE, Nilson. **Controle da opinião pública**: um ensaio sobre a verdade conveniente. Petrópolis: Vozes, 1998.

LATZER, Michael; et al. **The economics of algorithmic selection on the Internet**. Working Paper – Media Change & Innovation Division. University of Zurich: Zurich, 2014.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. 2 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MAIA, Rousiley C. M. Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximação às condições deliberadas. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008. p. 277-292.

MALASPINA, Cristina. **The Spiral of Silence and Social Media**: analysing Noelle-Neumann’s phenomenon application on the Web during the Italian Political Elections of 2013. Dissertation. Department of Media and Communications: MSc in Media and Communications, London School of Economics and Political Science, London, 2014.

NAPOLI, Philip M. What If More Speech Is No Longer the Solution? First Amendment Theory Meets Fake News and the Filter Bubble. **Federal Communications Law Journal**, 2018.

NAPOLI, Philip M. **The Algorithm as Institution**: Toward a Theoretical Framework for Automated Media Production and Consumption. Fordham University Schools of Business Research Paper, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/2hKBHqo>. Acesso em: 29 de out. de 2018.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **A espiral do silêncio** – opinião pública: nosso tecido social. Florianópolis: Estudos Nacionais, 2017.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PASQUALE, Frank. A Esfera pública automatizada. **LÍBERO** - Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Ano XX, n. 39, jan./ago., 2017.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. **COMPÓS** - XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2017.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**. São Paulo: Edições SESC, 2019. E-book/Epub.

THOMPSON, John B. The New Visibility. **Theory, Culture & Society** (SAGE, London, Thousand Oaks and New Delhi). Vol. 22(6), 2005, p. 31–51.