

## **FILTROS DE CONTEÚDO NAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS: COMO USUÁRIOS DO FACEBOOK PODEM REVELAR PISTAS SOBRE OS ALGORITMOS E A DESINFORMAÇÃO<sup>1</sup>**

Luísa Haas da SILVA<sup>2</sup>

Luciana Menezes CARVALHO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

### RESUMO

Este trabalho busca esclarecer sobre o uso dos filtros de conteúdo nas mídias sociais digitais e discutir de que forma esses mecanismos podem fomentar a desinformação e a formação de bolhas entre os indivíduos. A partir da Análise de Conteúdo e de entrevistas semi-estruturadas, buscou-se atingir o objetivo geral do trabalho que foi compreender o funcionamento do algoritmo e da desinformação por meio de pistas dadas por usuários do Facebook. Quanto aos objetivos específicos, eles buscaram entender como o comportamento do usuário pode fomentar a formação de bolhas e a desinformação; analisar de que forma o usuário é impactado pelas bolhas e pela desinformação; compreender como o usuário percebe o impacto dos filtros e desinformação; e avaliar como o fluxo de informações nas mídias sociais digitais é condicionado pelos filtros. Os filtros nas mídias sociais digitais surgiram no ano de 2009, para direcionar de forma personalizada os diversos conteúdos presentes na internet (PARISER, 2012). A partir desse momento eles não pararam de interferir no modo de uso dessas mídias, sendo adotados por diferentes empresas de tecnologia que passaram a utilizar os filtros para destinar as informações em rede de acordo com as preferências do usuário. Esse direcionamento de conteúdos, apenas de acordo com o que o usuário digital gosta de consumir, pode aprisionar as pessoas em bolhas informativas, que são espaços sem pluralidade de abordagens acerca de um mesmo assunto. Logo, como o jornalismo possui um papel central no trabalho de informar com qualidade, prezando pela verdade e esclarecimento da população, ele passa a ter um desafio, em pensar em como noticiar os fatos de forma justa, mesmo em uma era informativa condicionada por filtros-bolha (PARISER, 2012). As bolhas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

<sup>2</sup> Jornalista, graduada no Curso de Jornalismo da UFSM-FW, e-mail: [luisahaasdasilva@gmail.com](mailto:luisahaasdasilva@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação. Professora adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM-FW, e-mail: [luciana.carvalho@ufsm.br](mailto:luciana.carvalho@ufsm.br)

podem afetar o debate dentro da Esfera Pública (EP). A ideia de EP refere-se a espaços públicos onde é possível realizar o debate político e a construção da opinião (HABERMAS, 1984, 1997 *apud* RECUERO; ZAGO; SOARES, 2017). Logo, as redes sociais online, nas plataformas digitais, tornam-se esferas públicas em que ocorre o debate acerca da política, direitos, sociedade e outros diversos tópicos de interesse social. Contudo, “essas bolhas tendem a isolar os atores dentro de grupos onde apenas alguns tipos de informação circulam, criando uma percepção falsa de EP (onde ‘todos’ falam) e de opinião pública (onde a ‘maioria’ concorda)” (RECUERO; ZAGO; SOARES, 2017, p. 2). Esse modo de consumo de informação pode potencializar, repercutir e afunilar ideias, possibilitando discursos imaginários, preconceituosos e que modificam a opinião pública (LOCK, 2014). Em um contexto cada vez mais dominado pela internet e pelos filtros, a desinformação acaba sendo central no debate acerca do consumo de notícias no meio digital. Para Wardle e Derakhshan (2017), a desordem informativa é muito mais ampla e possui três formas: informações falsas (misinformation), que são os boatos que se espalham naturalmente; desinformações (disinformation), mentiras criadas de maneira intencional; e informações ‘más’ (mal information), que podem ter base em fatos reais mas que são manipuladas e espalhadas com o objetivo de prejudicar. Levando em conta esse contexto, a metodologia utilizada na pesquisa guiou a análise sobre o uso dos filtros nas mídias sociais digitais e como eles podem fomentar a desinformação e a formação de bolhas. Primeiramente, foi a partir da Pesquisa Bibliográfica e Revisão de Literatura, com entendimento do estado da arte sobre o tema, que se iniciou a pesquisa, para entender as ideias dos autores da área e como eles elaboraram os seus conceitos. Após, foram utilizados um formulário online, Análise de Conteúdo e entrevista semi-estruturada, para gerar resultados mais satisfatórios e que pudessem levar à resolução do problema de pesquisa e dos objetivos propostos. A Análise de Conteúdo pôde complementar ainda mais o trabalho, pois são “procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 38, grafia original). Logo, foram observados os conteúdos informativos que aparecem no perfil dos usuários que compuseram o *corpus* para perceber se há desinformação e formação de bolhas. Aliado a isso, a entrevista semi-estruturada possibilitou mostrar uma perspectiva mais qualitativa, sob o ponto de vista do consumidor de notícias em rede. Segundo Duarte (2002), essa metodologia busca por informações, percepções e experiências individuais que possam ser estruturadas e apresentadas, tendo foco na qualidade das informações. Para a definição dos usuários que

iriam compor a análise e as entrevistas, o formulário online foi uma etapa essencial. Ao atrelar as diferentes abordagens dos métodos adotados, atingiu-se resultados significativos. Para definir quais usuários digitais que seriam entrevistados, foi enviado um formulário online para diferentes grupos nas plataformas de redes sociais digitais. Essa etapa, dentro do processo metodológico, serviu como um instrumento de coleta de dados, sendo organizado a partir de uma sequência ordenada de perguntas, que foram respondidas sem a presença do entrevistador (OLIVEIRA et al., 2016). A partir das respostas para diversas perguntas envolvendo a temática algoritmos, filtros-bolha e desinformação, entrou-se em contato com diferentes pessoas, para verificar a disponibilidade em participar da pesquisa. Dessa forma, 3 pessoas integraram a etapa de entrevistas, de acordo com aqueles que responderam ao formulário e deram retorno. O pouco número de entrevistados na etapa das entrevistas foi benéfico, pois proporcionou mais profundidade em cada uma das respostas. O formulário foi divulgado nas redes sociais online da própria pesquisadora, e compartilhado por outros perfis, foi uma opção interessante para iniciar o percurso metodológico e definir os usuários que iriam compor a pesquisa. Após a verificação dos respondentes do questionário que estavam ativos no Facebook, os perfis a serem analisados pela análise de conteúdo foram definidos buscando o critério de diversificação da faixa etária, que variou entre 17 e 69 anos no formulário. Os nomes dos 10 indivíduos selecionados para a análise não foram divulgados, para preservar a integridade de cada um, seguindo questões éticas essenciais no desenvolvimento de uma pesquisa científica. Entre esses 10 participantes, apenas 3 fizeram parte das entrevistas. A partir dos relatos de todos que compuseram as entrevistas e a análise de conteúdo, compreendeu-se que os participantes possuem um bom esclarecimento acerca da desordem informativa (WARDLE & DERAKHSHAN, 2017) e da formação de bolhas por meio da atuação dos algoritmos. Isso pode se dar pelo fato de todos serem pessoas com estudo e nível superior de educação. Afinal, estudar possibilita desenvolver o senso crítico diante das problemáticas que permeiam a sociedade. Claro que isso não é uma regra, mas contribui muito com o esclarecimento da população. Até mesmo pelo fato de não terem sido verificadas notícias falsas nas redes sociais dos usuários integrantes da pesquisa a partir da análise de conteúdo, constata-se que de modo geral são pessoas esclarecidas diante o contexto comunicacional e que consomem informações de maneira consciente. Esse panorama pode levar a constatação de que mesmo sendo feito diversos esforços para sair da bolha da própria pesquisadora, como o formulário foi disseminado pelas mídias digitais, as bolhas podem ter

condicionado alguns resultados. Ao comparar tais resultados com os dados do formulário, que apontou que 87,4% das pessoas percebem a presença de notícias falsas nas redes sociais, enquanto 83% percebe o fato da rede social direcionar conteúdos que estão de acordo com a preferência pessoal do usuário, é possível constatar que as pessoas estão cientes desse cenário. Mesmo que alguns não saibam muito bem o que significa a palavra algoritmo ou como de fato esses mecanismos atuam, pela vivência nas mídias sociais digitais verifica-se de forma prática esse direcionamento de informações. Afinal, quando no mesmo questionário é perguntado sobre a atuação dos algoritmos, 71,9% afirmam perceber a forma como eles atuam. Ou seja, ainda há dúvidas sobre esses conceitos, alguns indivíduos não associam diretamente o direcionamento das informações com a atuação do algoritmos, mecanismos capazes de formar bolhas informativas. O usuário digital não é ingênuo e totalmente manipulável, ele carrega seu senso crítico acerca dessa realidade. Contudo, as mídias digitais não são transparentes e esse é o grande problema. Pois coletam dados pessoais dos seus consumidores, lucram com isso e definem estratégias para reter cada vez mais a atenção de cada pessoa. Além disso, mesmo sendo altamente tecnológicos, os algoritmos são falhos e ajudam a perpetuar certos preconceitos, disseminando ódio e desinformação. Na vida cotidiana, esse contexto comunicacional afeta as pessoas. Como relatado nas entrevistas, por conta de opiniões contrárias, indivíduos acabam se afastando, para evitar brigas e discussões. Também silenciam-se diante certas questões como consequência da polarização política. Quanto ao fato de acreditar em notícias falsas, torna-se necessário ter muita cautela e atenção para o uso das mídias digitais. Diante dos resultados apresentados pela Análise de Conteúdo é perceptível que as pessoas analisadas por essa pesquisa se aprisionam em bolhas, pois os assuntos compartilhados por elas são segmentados. As conversas desses usuários nas redes digitais se tornam de fato condicionadas pelos filtros-bolha (PARISER, 2012). Para fugir disso é necessário compreender como consumir informação de maneira correta, buscando em fontes diversas e em veículos de comunicação confiáveis.

**PALAVRAS-CHAVE:** filtros bolha; desinformação; mídias sociais digitais; usuário digital; algoritmos.

## **REFERÊNCIAS**

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2002, p. 62-83.

LOCK, Matheus. **Comunicações transversais: O preconceito digital e os efeitos na opinião pública**. EDIPUCRS, 2017.

MESQUITA, Mário; CARVALHO, Marta; PEREIRA, Eulália; PUGA, Pedro; AZEVEDO, Francisco; MOUTA, Rui; SOARES, Tânia de Morais. **A Desinformação-Contexto Europeu e Nacional**. Lisboa: ERC, 2019. Disponível em:  
[https://www.parlamento.pt/Documents/2019/abril/desinformacao\\_contextoeuroeunacional-ERC-abril2019.pdf](https://www.parlamento.pt/Documents/2019/abril/desinformacao_contextoeuroeunacional-ERC-abril2019.pdf). Acesso em: 20 dez. 2020.

NEWMAN, Nic et al. Reuters institute digital news report. **Reuters Institute**, 2017. Disponível em:  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf). Acesso em: 01 jan. 2020.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de et al. O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas. In: **III Congresso Nacional de Educação**. 2016. p. 1-13.

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

RECUERO, Raquel da Cunha; ZAGO, Gabriela da Silva; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. **Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Encontro Anual (COMPÓS)**.(26.: 2017 jun. 06-09: São Paulo, SP).[Anais]. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017., 2017.

STUMPF, Ida R.C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2002, p. 51-59.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de et al. O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas. In: **III Congresso Nacional de Educação**. 2016. p. 1-13.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. **Council of Europe report**, DGI, (2017), v. 9, 2017.