

FOLHA DE S.PAULO

Redes sociais criam bolhas ideológicas inacessíveis a quem pensa diferente

Camile Sproesser



Pinturas da artista plástica Camile Sproesser para a Ilustríssima

ETHAN ZUCKERMANtradução **PAULO MIGLIACCI**ilustração **CAMILE SPROESSER**

24/09/2017 02h00

RESUMO Estudo conduzido pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) mostra como as redes sociais reforçam a propensão humana a buscar informações que se alinhem a ideias preconcebidas. Autor diz que a interação com notícias partidarizadas fortalece sensação de pertencimento a grupos identitários.

*

Pouco depois das eleições norte-americanas de 2016, um amigo me convidou para almoçar. Partidário de Donald Trump, ele sabia que havíamos votado em candidatos diferentes, e ambos queríamos conversar sobre o futuro do país sob o novo governo.

Mas ele me chamou especificamente porque se irritara com um artigo de minha autoria em que equiparava Steve Bannon, fundador do site noticioso Breitbart, a Richard Spencer, líder da "alt-right" [nome adotado pela [direita radical](#) dos EUA, que inclui ultranacionalistas brancos, grupos homofóbicos e anti-imigrantes].

Meu amigo explicou que lia o Breitbart religiosamente, não porque apoiasse a supremacia branca, mas por ser favorável a um crescimento zero no número de imigrantes que vivem no país como estratégia para elevar a renda dos americanos (brancos e não brancos). O site era o único veículo que discutia seriamente tal conjectura.

"Se Bannon é inaceitável e o Breitbart é inaceitável, isso significa que minhas opiniões sobre imigração são inaceitáveis? E quanto aos milhões de norte-americanos que concordam comigo?"

Uma pesquisa conduzida por Yochai Benkler e nossa equipe no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) e no Berkman Center confirmou que o Breitbart foi muito mais assíduo na cobertura de questões de imigração no período que antecedeu a eleição de 2016, com três vezes mais atenção ao tema do que outros expoentes da mídia de direita, como a rede de notícias Fox News e o jornal "The Wall Street Journal".

Especulamos que foi graças à forte influência do Breitbart que a imigração se tornou a questão de política pública mais reportada na eleição de 2016, apesar dos esforços do Partido Republicano para abrandar sua posição sobre o tema a fim de atrair eleitores hispânicos.

O avanço da imigração de uma posição periférica na agenda noticiosa para a de protagonista é um fenômeno de que trata o estudioso de mídia Daniel Hallin em "The Uncensored War: The Media and Vietnam" (University of California Press, a guerra sem censura: a mídia e o Vietnã). O autor argumenta que podemos enquadrar reportagens em três esferas.

Na esfera do consenso, existe acordo generalizado quanto a um assunto ou posição (exemplos: a democracia é a melhor forma de governo; o capitalismo é uma boa maneira de promover o crescimento econômico), e nesse caso nem vale a pena entrar em discussões.

Na esfera do desvio, existe acordo generalizado sobre a inadmissibilidade de determinada posição (exemplos: relações sexuais entre adultos e crianças são normais e deveriam ser legais; a propriedade coletiva de todos os bens é a melhor maneira de pôr fim à desigualdade), e nesse caso tampouco vale a pena entrar em discussões.

A esfera da controvérsia legítima (às vezes muito estreita) abarca os debates padronizados dentro de uma sociedade, e os jornalistas devem se mostrar neutros em relação aos tópicos sobre os quais é legítimo debater (exemplo: cortes de impostos para os ricos resultarão em crescimento econômico).

Afaste-se da esfera da controvérsia legítima e caia na esfera de desvio e sua posição se tornará invisível nas discussões da mídia tradicional. Jay Rosen, professor de jornalismo da Universidade de Nova York, afirma: "Quem quer que tenha opiniões enquadradas na esfera do desvio –segundo definição dos jornalistas– sentirá a imprensa como um adversário na luta por reconhecimento. (...) Não é que seja um debate de apenas um lado; é que não existe debate".

PLURALIDADE

O crescimento na diversidade da mídia propiciado pela internet e pelas [redes sociais](#)

implica que, caso alguém tenha suas ideias enquadradas fora da esfera da controvérsia legítima, essa pessoa ainda assim conseguirá encontrar um segmento da indústria da informação em que suas opiniões não cairão na esfera do desvio.

Meu amigo, frustrado por não encontrar discussão sobre imigração na [mídia convencional](#), começou a ler o [Breitbart](#), onde sua argumentação, vista como inaceitável em outros fóruns, integra a esfera do consenso, e a controvérsia legítima se dá em torno dos mecanismos que deveriam ser usados para limitar a imigração.

Ele não está sozinho. Embora menos popular hoje do que na eleição de 2016, o Breitbart continua a ser o 61º site mais visitado dos EUA e está próximo em popularidade da página do jornal "The Washington Post". Em nosso conjunto de dados, que examina de que maneira sites são compartilhados no Twitter ou no Facebook, o Breitbart é o quarto mais influente veículo de mídia norte-americano, atrás da CNN, do "New York Times" e do site político The Hill.

A capacidade de encontrar veículos compatíveis com determinada posição política não é nova. Mesmo nos dias dos panfletos e dos primeiros jornais, era possível achar uma câmara de eco que refletisse posições específicas.

A ascensão dos jornais de grande circulação e da mídia eletrônica, que precisavam evitar alienar grandes parcelas da população a fim de manter sua viabilidade econômica, nos conduziu a uma era na qual o jornalismo partidário se tornou menos comum.

Quando os canais noticiosos de TV a cabo viabilizaram uma vez mais as notícias partidárias, as redes de TV aberta e os grandes jornais mantiveram suas aspirações ao equilíbrio e à imparcialidade, em uma tentativa de servir a um público mais amplo.

No entanto, modelos econômicos como os usados por esses veículos fazem pouco sentido na era digital. Como sabem os provedores de [notícias completamente falsas](#), existe um apetite quase insaciável por informação que sustente nossas ideias preconcebidas.

É importante considerar que as pessoas buscam mídia ideologicamente compatível com elas não só por preguiça intelectual, mas por senso de eficácia. Se você integra o Black Lives Matter [movimento que contesta a violência contra negros] e trabalha por maior controle cidadão sobre a polícia, não aguentará se ver emaranhado no interminável debate acerca da persistência ou não do racismo nos EUA.

Se você trabalha com aconselhamento de mulheres e busca convencê-las a desistir do aborto e optar por adoção, compreender de que maneira ser efetivo em seu próprio movimento é provavelmente prioridade mais alta do que dialogar com ativistas pró-aborto.

SEGREGAÇÃO

O isolacionismo partidário não é uma simples função da homofilia. A estrutura das plataformas de mídia da internet contribui para o ensimesmamento ideológico. Embora Eli Pariser e outros atribuam esses efeitos estruturais ao Facebook e a outras redes sociais populares, argumentei no site Rewire que três gerações diferentes de mídia online tornaram possível selecionar os tópicos e pontos de vista em que cada usuário está mais interessado.

A web anterior ao Google nos permitia selecionar pontos de vista mais ou menos como uma banca de jornais: escolhemos uma publicação, e não outra. Diferentemente da TV aberta, que tende a pontos de vista centristas a fim de atrair ampla gama de verbas publicitárias, veículos com foco mais restrito, como sites e revistas, se permitem divisões partidárias mais incisivas.

Com a ascensão dos sites de busca, a navegação baseada em interesses passou a nos conduzir à segregação ideológica, seja por causa dos tópicos que selecionamos, seja pela linguagem que usamos. Não espere fazer amigos conservadores em um site de culinária vegetariana, da mesma forma que buscar progressistas em um site sobre caça pode ser frustrante.

A linguagem empregada para descrever uma questão –mudança do clima, aquecimento global ou fraude científica– pode isolar a informação que obtemos, com base em critérios ideológicos.

O que a mídia social oferece de diferente não é a possibilidade de escolhermos os pontos de vista com os quais entraremos em contato, mas sim o fato de que muitas vezes não estamos cientes das escolhas.

Muitas pessoas aderiram ao Facebook na expectativa de que o site as ajudaria a manter contato com parentes e amigos, e não de que ele seria a principal fonte de notícias.

Em 2016, 62% dos adultos norte-americanos disseram receber ao menos parte das notícias que consomem via redes sociais, e 18% afirmaram receber notícias frequentemente por meio de plataformas como o Facebook. Esses números são mais acentuados entre os adultos jovens e provavelmente cresceram na eleição de 2016.

Como o algoritmo do Facebook apresenta conteúdo ao usuário com base naquilo de que ele gostou e que escolheu no passado, sua tendência é reforçar ideias preconcebidas, tanto por ser provável que os amigos de uma pessoa concordem com seu ponto de vista quanto porque o comportamento on-line indica ao Facebook o conteúdo que mais lhe interessa.

A BOLHA DO FILTRO

Pariser define esse problema como "a bolha do filtro" [no livro "O Filtro Invisível", Zahar], tomando por base trabalhos anteriores de Cass Sunstein, que reconheceu a tendência de que "câmaras de eco" sejam criadas on-line por usuários que selecionam mídia segundo suas convicções políticas. Pariser argumenta (não sem controvérsia) que os algoritmos usados pelo Facebook e outros serviços reforçam essa tendência.

Vale dizer que o problema da bolha do filtro não é inerente às redes sociais. O Twitter deliberadamente não filtra o conteúdo, o que evita o problema da bolha, mas deixa ao usuário a responsabilidade de escapar às câmaras de eco.

Embora você possa decidir seguir um grupo diferente de pessoas no Twitter, uma pesquisa de Nathan Matias sugere que mesmo pessoas altamente motivadas tendem a não mudar muito seu comportamento on-line a fim de combater preconceitos e parcialidades.

Nossa equipe no Laboratório de Mídia do MIT está trabalhando no Gobo, um novo

método de selecionar o conteúdo recebido pelos usuários no Facebook e no Twitter, usando processamento de linguagem natural e aprendizado automático a fim de criar filtros que possam elevar ou reduzir o conteúdo político de um feed de notícias, incluir mais ou menos textos escritos por mulheres ou oferecer uma opção consciente pela leitura de notícias vindas de fora da câmara de eco que o usuário costuma ocupar.

Uma das questões cruciais do projeto é saber se as pessoas usarão esses filtros. Uma hipótese que esperamos negar é a de que, embora se queixem das bolhas, muitos apreciam o isolamento ideológico e deliberadamente escolherão um regime de seleção de conteúdo parecido com o que encontram hoje.

A mídia de interesse geral, como as redes de televisão aberta e os jornais de alcance nacional, tradicionalmente se vê como responsável por oferecer equilíbrio ideológico, perspectiva mundial e diversidade de cobertura.

(Se tem sucesso nesses esforços é outra questão –já ouvi muitas pessoas não brancas dizerem que se sentiam invisíveis nos "bons e velhos dias" e que a mídia contemporânea, mais fragmentada, lhes confere visibilidade maior.)

À medida que o modelo de negócio da mídia de interesse geral se torna menos viável, pois os leitores gravitam em torno de material com que se identificam ideologicamente, vale perguntar se plataformas como o Facebook terão apetite para realizar esse tipo de trabalho.

Até o momento, a resposta parece ser negativa. O Facebook tem se esquivado de ser classificado como provedor de conteúdo, tentando a um só tempo evitar responsabilidade legal pelo conteúdo que seus usuários veiculam (sob cláusulas de proteção que fazem parte da lei de internet dos Estados Unidos) e driblar críticas pelo exercício de mau julgamento editorial.

Os problemas enfrentados pelo Facebook são graves. Os pedidos para que [bloqueie](#) notícias falsas representam um desafio, já que a maioria do conteúdo rotulado dessa forma não é incontestavelmente fraudulento. Se o Facebook começar a bloquear sites como o Breitbart, será acusado de censurar conteúdo político –e com razão.

Uma saída seria eliminar a curadoria de seu feed de notícias por algoritmos e recuar a um mundo semelhante ao do Twitter, no qual a mídia social é um jato de informações provenientes de qualquer um a quem o usuário dedique atenção.

Outra possibilidade seria adotar uma solução como a que propomos no Gobo, que entrega ao usuário o controle dos filtros. Não se sabe, porém, se o Facebook escolherá um caminho que daria mais controle às pessoas.

IDENTIDADE DE GRUPO

Ao considerar de que maneira as plataformas legitimam o discurso on-line, precisamos ter em mente a ideia de que compartilhar conteúdo é uma forma de participação cívica.

Nossa formação cívica passa pela prática de criar e disseminar formas de mídia projetadas para reforçar os elos dentro de um grupo e para torná-lo distinto de outros.

Veja o caso dos criadores de memes que estavam disputando o prêmio de US\$ 20 mil

oferecido pelo site Infowars [em julho deste ano, a página fez um concurso para eleger a melhor imagem sobre o presidente Donald Trump atacando e derrotando a rede de televisão CNN]. Muitos dos participantes não acreditam que a CNN seja mesmo o Estado Islâmico, como dito em um dos memes.

Como afirma a pesquisadora Judith Donath, "notícias não são compartilhadas apenas para informar ou para convencer. Também são usadas como um marcador de identidade, uma maneira de proclamar a afinidade daqueles que as divulgam com uma determinada comunidade".

O raciocínio de Donath explica por que a verificação factual de reportagens ("factchecking"), o bloqueio de notícias falsas ou o estímulo a que pessoas apoiem conteúdo jornalístico mais diversificado e baseado em fatos concretos provavelmente falharão em impedir o avanço de notícias partidárias.

Não só elas são mais agradáveis (para mim, é um bálsamo assistir a Trevor Noah, do "Daily Show", ou a Samantha Bee, do "Full Frontal", e imagino que meus amigos de direita sintam a mesma coisa em relação aos comentaristas da Fox News) como sua difusão oferece recompensas sociais e cria um senso de eficácia compartilhada –o sentimento (real ou imaginado) de que você está promovendo mudança social ao configurar o ambiente de informação.

TRUMP E BREITBART

A pesquisa que Benkler e nossa equipe Media Cloud conduziram demonstra a rapidez com que esses ecossistemas partidários surgem.

Examinando 1,25 milhão de reportagens e 25 mil fontes de mídia diferentes, atribuímos a cada fonte uma nota partidária baseada no quanto pessoas que compartilharam tuítes de candidatos democratas ou republicanos também divulgaram conteúdo desses veículos.

Com frequência, reportagens do jornal "The New York Times" eram mais compartilhadas por pessoas que reproduziram um tuíte de Hillary Clinton [democrata] do que por aquelas que reproduziram tuítes de Trump [republicano], mas o efeito era muito mais pronunciado no caso do Breitbart. As notícias do site de direita eram reproduzidas quase que exclusivamente por partidários de Trump.

Nossa pesquisa delineou um conjunto de sites estreitamente ligados e seguidos apenas pela direita nacionalista. A vasta maioria é muito nova, tendo sido fundada durante o governo de [Barack] Obama [2009-17). Essa comunidade de interesses tem baixa sobreposição com fontes conservadoras tradicionais, como o "Wall Street Journal" e a revista "National Review".

Nosso estudo mostrou que publicações como essas últimas têm baixa influência na internet e que seu conteúdo é compartilhado tanto por usuários de direita quanto por usuários de esquerda, enquanto o aglomerado de veículos capitaneado pelo Breitbart funciona como câmara de eco.

O surgimento de câmaras de eco como a que fica em torno do Breitbart complica ainda mais a verificação factual. A professora e pesquisadora Danah Boyd explica que, ao ensinar a alunos que não confiem na Wikipédia, nós os encorajamos a triangular seu

caminho rumo à verdade com base em resultados de busca no Google.

No caso de temas que são ostensivamente cobertos pelo Breitbart e por sites assemelhados (mas não pela mídia mais ampla), isso gera um efeito perverso. [No começo do caso,] buscar informações sobre o Pizzagate provavelmente resultaria em links para outros sites de extrema direita que estavam tratando da história [em 2016, circulou o boato de que uma pizzaria servia de fachada para esconder uma rede de prostituição infantil liderada por Hillary Clinton].

Quando veículos como o "New York Times" enfim começaram a cobrir o assunto e a mostrar que as informações eram falsas, muitas pessoas interessadas no escândalo estavam convencidas de que ele era verdadeiro, graças à repetição da versão por um conjunto de sites relacionados entre si.

A situação chegou a tal ponto que um sujeito instável decidiu sair armado para "investigar sozinho" a controvérsia [em dezembro, foram disparados tiros de fuzil AR-15 contra a pizzaria].

DIÁLOGO IMPOSSÍVEL

As esferas definidas por Daniel Hallin (a do consenso, a do desvio e a da controvérsia legítima) sugerem que questionemos se nos sentimos estimulados a discutir gama suficientemente ampla de assuntos no campo da controvérsia legítima. Nosso problema atual é que o diálogo é difícil, se não impossível, porque aquilo que um lado vê como esfera de consenso representa para o outro a esfera do desvio, e vice-versa.

Nossos debates se complicam não só porque não conseguimos chegar a acordo sobre um conjunto de fatos compartilhados, mas porque, para começar, não conseguimos nos entender sobre o que merece ser discutido.

Não tenho panaceias a oferecer para a [polarização](#) e para as câmaras de eco. Ainda assim, vale a pena identificar tais fenômenos —e reconhecer a profundidade de suas raízes— enquanto buscamos soluções para esses problemas.

Vale notar que a pesquisa que a equipe dirigida por Benkler e eu conduziu sugere um fenômeno de polarização assimétrica —em nossa análise, as pessoas de extrema direita estão mais isoladas, em termos de ponto de vista, do que as pessoas de extrema esquerda.

Nada no estudo sugere que a direita seja inerentemente mais propensa a isolamento ideológico. Ao compreender de que maneira a polarização extrema se desenvolveu recentemente, pode ser possível impedir que a esquerda desenvolva câmara de eco semelhante.

A pesquisa também sugere que a centro-direita tem um papel produtivo a desempenhar na criação de alternativas de mídia que apelem à direita rebelde e alienada, o que manteria esses importantes pontos de vista em comunicação com as comunidades existentes da esquerda, centro e direita.

Acredito que a polarização do diálogo na mídia resulte de novas tecnologias, da maneira pela qual o civismo é praticado hoje e das mudanças profundas nos indicadores de confiança em instituições [muitas pesquisas demonstraram, nas últimas décadas, um

decréscimo constante da confiança em [todo tipo de instituição](#) –governo, Congresso, religião, mídia, bancos, escolas públicas e assim por diante, um fenômeno que afeta não só os EUA mas diversos países ocidentais, incluindo o Brasil].

A breitbartosfera é possível não só porque se tornou mais fácil do que nunca criar um veículo de mídia e compartilhar pontos de vista com pessoas que pensam parecido, mas porque a confiança baixa no governo leva as pessoas a buscar novas modalidades de engajamento efetivo –e, mais especificamente, a baixa confiança na mídia as leva a buscar fontes diferentes de informação.

Criar e disseminar veículos e conteúdo de mídia parece ser uma das maneiras mais efetivas de engajamento cívico em um mundo em que a confiança desapareceu, e as eleições de 2016 sugerem que essa mídia cívica é uma força poderosa que estamos apenas começando a compreender.

ETHAN ZUCKERMAN é diretor do Centro de Mídia Cívica do MIT (EUA) e professor associado da universidade. O texto veiculado nesta edição é adaptado de artigo originalmente publicado no [site do autor](#), sob o título "Mistrust, Efficacy and the New Civics: Understanding the Deep Roots of the Crisis of Faith in Journalism".

PAULO MIGLIACCI, 49, é tradutor.

CAMILE SPROESSER, 32, é artista plástica.

Endereço da página:

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/09/1920816-cada-macaco-no-seu-galho---zuckerman.shtml>

Links no texto:

direita radical

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/03/1867370-trump-os-nerds-do-4chan-e-a-nova-direita-dos-estados-unidos.shtml>

redes sociais

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/07/1901303-sereias-digitais-vicio-em-tecnologia-e-dicas-para-um-uso-saudavel-da-internet.shtml>

mídia convencional

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859992-como-os-grandes-jornais-e-as-midias-sociais-tentam-responder-a-invencao-deliberada-de-fatos.shtml>

Breitbart

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859984-diario-de-berlim-antidoto-ao-discurso-de-odio-da-direita-alternativa.shtml>

notícias completamente falsas

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808-como-funciona-a-engrenagem-das-noticias-falsas-no-brasil.shtml>

bloqueie

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/08/1906836-facebook-promete-reforcar-cheragem-de-fatos-para-combater-noticias-falsas.shtml>

polarização

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/07/1905028-o-papel-da-internet-nos-conflitos-armados-do-seculo-21.shtml>

todo tipo de instituição

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/06/1895770-forcas-armadas-lideram-confianca-da-populacao-congresso-tem-descredito.shtml>

Copyright Folha de S. Paulo. Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização escrita da Folha de S. Paulo.