

# Redes Sociais: A influência dos algoritmos na Polarização Política Brasileira.

Matheus de Araújo Leite Silvano<sup>1</sup>, Vitor Takeshi Murai Russo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculdade de Computação e Informática – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
(UPM)

CEP 01302-907 – São Paulo – SP – Brazil

{matheus.silvano,vitor.murai}@hotmail.com

**Resumo.** *O seguinte projeto tem como objetivo compreender se os usuários das redes sociais percebem as influências dos algoritmos no fenômeno da polarização política na sociedade brasileira. Para isso, pretende-se transitar pelas definições de assuntos principais, como: redes sociais, algoritmos e polarização. Ainda, pretende-se investigar a recente polarização nas redes, por meio de um histórico de gráficos. Por fim, o projeto sugere uma pesquisa de campo, qualitativa, para uma análise a respeito da percepção que a população tem sobre o impacto dos algoritmos na polarização das ideias políticas brasileiras.*

**Palavras-chave:** *redes sociais, polarização, algoritmos, política, bolhas sociais*

**Abstract.** *The following project aims to understand whether social network users perceive the influences of algorithms on the phenomenon of political polarization in Brazilian society. For this, it is intended to go through the definitions of the main subjects, such as: social networks, algorithms, and polarization. It is also intended to investigate the recent polarization in the networks, by means of a history of graphics. Finally, the project suggests a qualitative field research to analyze the perception that the population has about the impact of algorithms on the polarization of Brazilian political ideas.*

**Key-words:** *social networks, polarization, algorithms, politics, social bubbles*

## 1. Introdução

### 1.1 Contextualização e Relevância do Tema

As mídias sociais têm facilitado a troca de informações entre as pessoas de uma forma muito dinâmica, dando opção para o usuário expressar sua opinião e compartilhá-la com os demais. Com isso, muitas vezes ocorrem divergências, quanto à opinião, quando uma pessoa se opõe a outra.

A utilização do termo algoritmo não é atual. Para Valdemar Carvalheiro, professor do IME (Instituto de Matemática e Estatística) da Universidade de São Paulo, os algoritmos existem desde a remota antiguidade. A execução de uma soma constituída

por 2 números com vários algarismos segue um algoritmo; o denominado "algoritmo de Euclides" seu inventor, data do 3º século a.C.

De acordo com Bruno de Pierro (2018), um algoritmo nada mais é do que uma sequência de etapas constituídas para resolver um problema ou realizar uma tarefa de forma automática, quer ele tenha apenas uma dezena de linhas de programação ou milhões delas empilhadas. “É o átomo de qualquer processo computacional”, define o cientista da computação Roberto Marcondes Cesar Junior, pesquisador do Instituto de Matemática e Estatística da Universidade de São Paulo (IME-USP).

De acordo com Anna Adami (2008), desde a década de 90 com a origem da Internet, a conexão entre as pessoas fica mais fácil e com o aprimoramento desta tecnologia da informação, surgem as Redes Sociais. A Rede Social é uma estrutura que inter-relaciona empresas ou pessoas, que estão conectadas pelas mais diversas relações. Cada qual se relaciona de acordo com as suas preferências e particularidades. Trata-se de uma ligação social e conexão entre pessoas.

Atualmente existem diferentes tipos de redes sociais, dentre as mais famosas, podemos citar as profissionais como LinkedIn e de relacionamentos como *Twitter*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* entre outras redes como políticas e comunitárias. A primeira rede social surgiu em 1995 nos Estados Unidos e Canadá, chamada *Classmates*, com o objetivo de conectar estudantes da faculdade.

Redes sociais são facilitadores de conexões sociais entre pessoas, grupos ou organizações que compartilham dos mesmos valores ou interesses, interagindo entre si.

De acordo com Luiz Nogueira (2019, apud Global Web Index, 2019), os países onde as redes sociais são mais populares são os que mais tiveram impactos na política. Muitos políticos têm utilizado essas ferramentas para alcançar uma maior quantidade de pessoas, utilizando-as para fazer campanhas.

As mídias sociais têm um grande poder para influenciar debates políticos, tendo participação direta das pessoas. Com isso tem surgido uma grande polarização dos debates, pois nem todos os usuários acessam as mesmas informações e notícias na ferramenta. (SORJ; CRUZ; SANTOS; RIBEIRO; ORTELLADO, 2018, p. 39-42).

De acordo com Bruno de Pierro, a sequência realizada pelo algoritmo no Facebook, que determinará o que será apresentado a cada usuário, inicia-se analisando o conjunto de postagens produzidas ou que circulam entre os amigos. Após essa etapa o algoritmo descarta posts denunciados, como conteúdo violento, impróprio, spam ou até os denominados “caça-cliques” com exageros de marketing. Dado este processo, o algoritmo atribui notas para cada possível publicação a ser apresentada, levando em consideração o histórico de publicação do usuário e suas preferências. Assim, o

algoritmo apresenta por fim, a publicação que o usuário mais suscetível a curtir ou compartilhar.

Os dados dos usuários estão sempre sendo analisados nessas plataformas. As informações são analisadas para nos oferecer um ambiente amigável, com serviço compatível com gostos individuais de cada um, auxiliando a ferramenta a trazer apenas o conteúdo inerente aos interesses detectados. Esse processo, propicia a criação de bolhas sociais e isso acaba influenciando as opiniões pessoais de quem se encontra imerso. (RIBOLI, 2016)

O dado tema possui uma relevância fundamental, visto que o problema da polarização conflita com conceitos básicos da democracia, que visa o diálogo e discussão de ideias, em contrapartida o excesso de polarização onde existe uma sociedade dividida em dois lados radicalizados, adversários são vistos como inimigos e o diálogo não é incentivado e pode até mesmo ser condenado. (ANDREASSA, 2020).

## **1.2 Objeto de Pesquisa**

### **1.2.1 Contextualização do Problema de Pesquisa**

Diante do tema, busca-se compreender se o usuário percebe a influência dos algoritmos sobre o fenômeno da polarização política no Brasil.

Neste contexto, a pergunta que será respondida nesta pesquisa é:

Os usuários das redes sociais percebem a influência dos algoritmos no fenômeno da polarização política da sociedade brasileira?

### **1.2.2 Hipótese**

Os usuários das redes sociais não percebem a influência dos algoritmos na polarização política brasileira.

## **1.3 Objetivos do Estudo**

### **1.3.1 Objetivo Geral**

O presente projeto tem por objetivo geral verificar se os usuários de redes sociais percebem a influência dos algoritmos sobre o assunto polarização política no Brasil.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

Sobre os objetivos específicos, tem-se:

Identificar quais redes sociais são mais utilizadas, verificar o conhecimento dos usuários em relação à algoritmos e relacionar o consumo de conteúdos políticos dos usuários com a polarização política no Brasil.

### **1.4 Justificativa**

A principal motivação para sustentar o presente projeto de pesquisa, reside na importância que o tema possui para a sociedade atual. As grandes discussões políticas, cada vez mais acaloradas e polarizadas, possuem seus marcos de início nas redes sociais.

Caracterizando-se como um ambiente onde os indivíduos usufruem de espaço para expressar suas opiniões e conectar-se com quem desejam, as redes sociais têm proporcionado cada vez mais um ambiente convidativo para a expressão de opiniões e criação de debates informais.

Dessa forma, notando o impacto que o tema traz, houve uma motivação em busca do melhor entendimento das consequências geradas por este cenário atual.

## **2. Referencial Teórico**

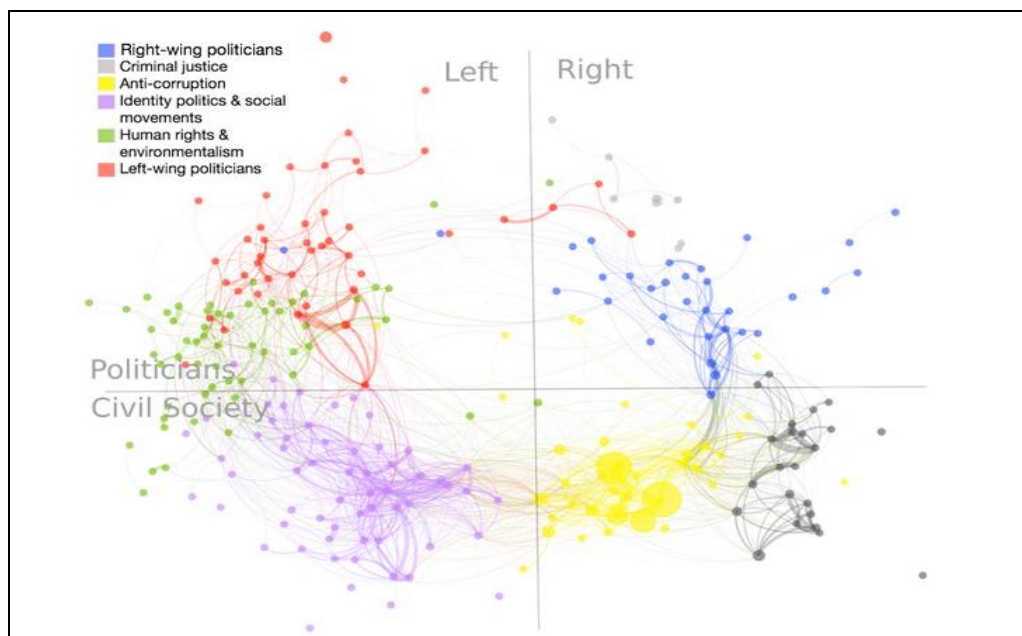
Atualmente, cada vez mais, as pessoas têm utilizado as mídias sociais como meio para obterem informações, principalmente, políticas. Assim, estudar o comportamento da população, pode proporcionar uma ampla visão das opiniões políticas de uma sociedade. (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018).

De acordo com a análise feita pela equipe de cientistas da computação e sociais da Universidade de São Paulo (USP), para o estudo em questão, aproximadamente 12 milhões de usuários brasileiros, que utilizam o Facebook, usam a plataforma para o consumo das notícias diárias. (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018).

Por meio da análise da mudança de interação de tais usuários com as principais páginas políticas (entende-se como páginas políticas, as páginas pertencentes a funcionários do governo, movimentos sociais ou organizações de defesa, por exemplo) foram criados os mapas nacionais que serão apresentados a seguir.

No começo do ano de 2013, o seguinte cenário pode ser observado:

**Figura 01 - A estrutura do debate político brasileiro nas redes sociais em 2013.1**



**Fonte: (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018)**

Observa-se que, de acordo com os interesses dos usuários, foi possível categorizar o resultado em seis grupos distintos, são eles: (1) políticos e partidos conservadores; (2) políticos e partidos de esquerda; (3) grupos anticrime de linha dura; (4) campanhas anticorrupção; (5) movimentos sociais progressistas; e (6) direitos humanos e ambientalismo.

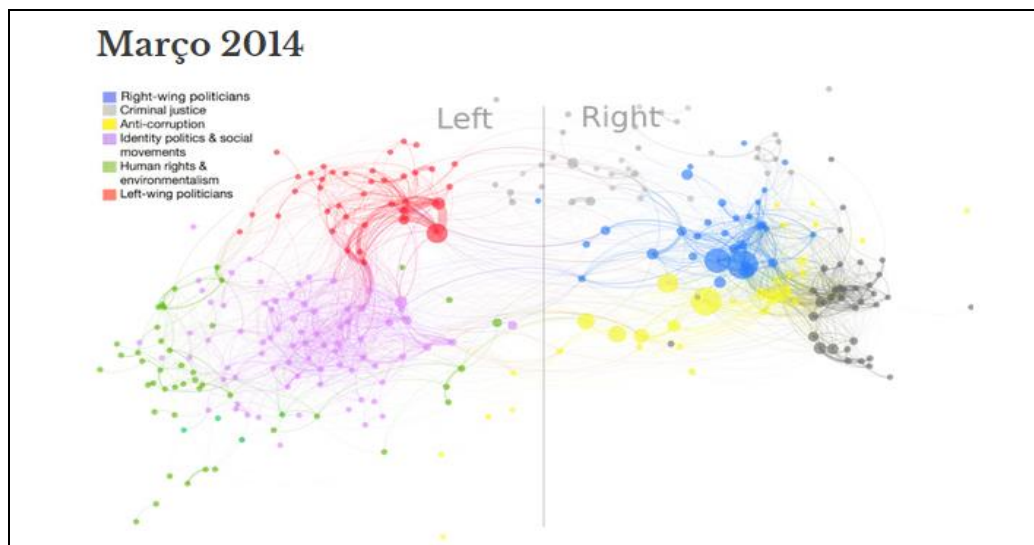
Em termos mais amplos, nota-se que a divisão de grupos pode se encaixar em 2 categorias mais abrangentes: a direita e a esquerda política. No final de 2013, um importante movimento de associação teve grande contribuição para a polarização ainda maior da sociedade. (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018).

Nas palavras de Ortellado e Ribeiro (2018):

[...] cidadãos da direita política haviam se agrupado em torno da questão da corrupção. Os da esquerda política haviam se concentrado em programas sociais e serviços públicos. À medida que os partidos políticos começaram a colocar essas questões na frente e no centro de suas plataformas, a esquerda e a direita se separaram, tanto política quanto socialmente.

Em 2014, observa-se um cenário notoriamente mais polarizado:

**Figura 02 - A estrutura do debate político brasileiro nas redes sociais em 2014**

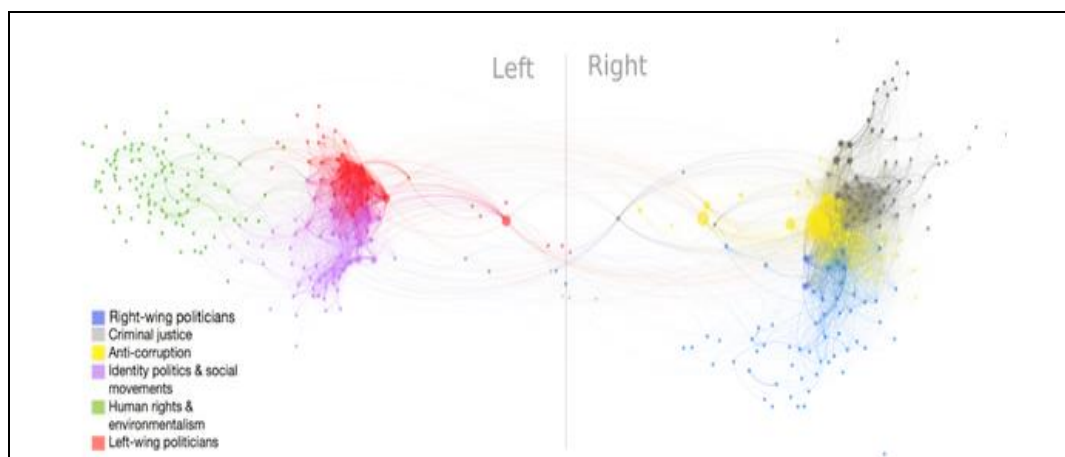


Fonte: (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018)

Tais mudanças ocorreram após os protestos massivos contra o aumento do preço das passagens de ônibus e metrô. Além disso, o escândalo de suborno denominado Mensalão, foi decisivo para contribuir com o aumento dos protestos de rua, que contaram com a participação de 200 milhões de pessoas. (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018).

No cenário entre 2015 até 2016, nota-se que a categorização que antes abrangia seis grupos distintos, já não é mais observada, dando lugar a somente dois polos opostos.

**Figura 03 - A estrutura do debate político brasileiro nas redes sociais de 2015 a 2016.**



Fonte: (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018)

De acordo com Lucas Introna e Helen Nissenbaum (2000, p. 169-185) os algoritmos são como rotinas logicamente encadeadas. Eles também podem ser entendidos como o conjunto de instruções introduzidas em uma máquina para resolver um problema pré-definido.

Para Crivelari et al. (2019), nas redes sociais, os algoritmos são os responsáveis por definirem como será a resposta ao usuário frente a seu tipo de interação.

Ainda nas redes sociais, os algoritmos atuam norteando-se com as buscas, interações e palavras mais digitadas, determinando assim o nível de relevância de cada conteúdo para o usuário em questão. (CRIVELARI et al., 2019).

Silveira (2017) destaca que os algoritmos, embora imateriais e invisíveis aos usuários comuns das redes, geram efeitos e foram desenvolvidos com finalidades determinadas.

Ainda para Silveira (2017), é importante ressaltar que os algoritmos são invenções, e como todas as invenções, carregam as intenções de seus criadores. Em geral, eles são desenvolvidos pela iniciativa privada para fins comerciais.

Gillespie (2018), destaca em sua obra seis dimensões do que nomeia “algoritmos de relevância política”: Em primeiro lugar, o autor diz respeito aos padrões de inclusão utilizados pelos algoritmos, ou seja, a defesa do que deve ou não ser incluído em suas operações. Em segundo temos a projeção que antecipa a escolha dos usuários. Depois temos uma das principais funções dos algoritmos, avaliar a relevância, ou seja, ser capaz de obter quais informações são mais ou menos importantes para cada pessoa. A objetividade também é citada, e sua maneira como ela sobrepõe os leques de opiniões e variados pontos de vista. Em seu emaranhamento com a prática dos usuários, os algoritmos os alteram e são alterados por sua dinâmica. E por fim, o fato dos algoritmos produzirem públicos calculados.

Crivelari et al. (2019, apud OSVALD, 2019) aponta dois fatores contribuintes para agravar o fenômeno da polarização política. Segundo o autor, a “disfunção narcotizante”, nome de sua autoria, se encontra em seu maior nível alcançado atualmente. Ela pode ser caracterizada como o excesso de informações e agentes de comunicação. O autor explica que muita informação, torna-se sinônimo de nenhuma informação (fazendo menção a um esgotamento por parte do indivíduo e por consequência, uma má assimilação dos conteúdos a ele apresentados)

Um outro contribuinte apresentado por Crivelari et al. (2019, apud OSVALD, 2019) é o contexto de grandes mudanças estruturais sociais, decorrentes do avanço da tecnologia. Neste contexto, “uma sensação de perdas de referências comportamentais” leva os usuários das tecnologias a uma busca por parâmetros e referências semelhantes aos seus. Contribuindo assim para a formação de bolhas sociais.

De acordo com Dockhorn (2019), uma bolha representa a demarcação de espaço para se proteger e se distanciar do ambiente externo. Dessa forma, uma bolha social é entendida como um grupo de pessoas que se unem por interesses semelhantes e acabam por excluir a participação de quem tem pensamentos contrários.

De acordo com Sorj, Cruz, Santos, Ribeiro e Ortellado (2018, p. 41), fora das redes sociais, a comunicação pública é normalmente efetuada por colunistas e políticos. O conteúdo que um colunista escreve ou que um político comunica em um palanque não possuem restrição de audiência. Sendo assim, independentemente da posição política, está facilmente acessível ao público amplo, não passando por filtros de interesses individuais, o que acaba por favorecer o contato com diversos pontos de vista por parte dos leitores/espectadores, atuando de forma contrária ao que ocorre nas redes sociais.

De acordo com Crivelari et al. (2019), por determinarem a relevância dos conteúdos para cada usuário, os algoritmos das redes sociais têm contribuído para as chamadas bolhas sociais, contribuindo assim, para o fenômeno da polarização. Isso porque a tendência é mostrar sempre mais do mesmo, interferindo assim na diversidade de opiniões que é apresentada a cada usuário. O resultado dessas bolhas sociais são posições cada vez mais extremas.

Para Câmara (2020), os algoritmos das redes sociais têm como objetivo maximizar a probabilidade que um usuário possui de clicar em um determinado item. Porém, essa não seria a única função. Também é interessante para o algoritmo influenciar as preferências do usuário, para que ele se torne mais previsível. De acordo com ele, pessoas com posições políticas mais extremistas tendem a ser mais previsíveis quanto às suas preferências de conteúdos nas redes sociais.

Os algoritmos, assim como outras entidades inteligentes, aprendem a trabalhar modificando o ambiente, no caso, a mente do usuário para maximizar sua própria



recompensa. Como consequência disso, observamos uma potencialização da polarização. (CÂMARA, 2020).

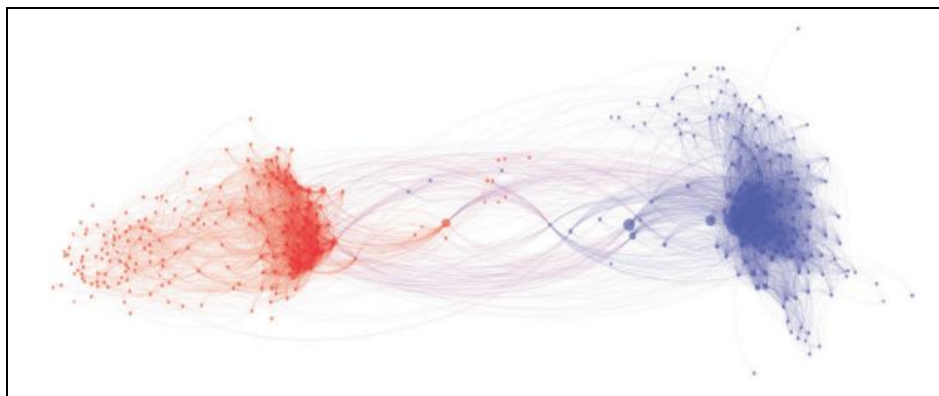
Como exemplo, Câmara (2020) aponta uma pesquisa sobre o algoritmo da rede social Youtube.

Uma pesquisadora relatou que, depois de ver imagens dos comícios de campanha de Donald Trump, o Youtube ofereceu a seguir vídeos com “discursos supremacistas brancos, negações do Holocausto e outros conteúdos perturbadores. A abordagem do algoritmo foi além da política”, disse ela: “Vídeos sobre vegetarianismo levou a vídeos sobre veganismo; vídeos sobre corridas levaram a vídeos sobre a execução de ultramaratonas.” Essa e outras pesquisas sugerem que o algoritmo do YouTube tem contribuído para a polarização e radicalização das pessoas e para espalhar informações erradas, apenas para manter a audiência. (CÂMARA, 2020).

De acordo com Crivelari et al. (2019, apud FELICE, 2019) os pesquisadores e estudiosos devem sempre estar atentos aos acontecimentos das mídias sociais, pois elas possuem uma capacidade de influir de fato na realidade. Assim, as redes não configuram necessariamente um espelho da realidade, mas sim, como um indicativo do que pode acontecer. A rede em si ou seus algoritmos não criam traços congênitos na realidade, mas sim, permitem demasiadamente que traços já existentes ganhem cada vez mais espaço.

Segundo Sorj, Cruz, Santos, Ribeiro e Ortellado (2018, p. 32), um dos recentes casos de grande momento de polarização política ocorreu em meados de 2016. Na figura abaixo, são representadas as interações de 12 milhões de brasileiros com as 500 páginas mais relevantes sobre assuntos políticos no Facebook no ano de 2016. As páginas são representadas por círculos, sendo seus tamanhos proporcionais à quantidade de posts com os quais os usuários interagiram (curtiram). A figura também disponibiliza linhas representando a interação da mesma pessoa com dois ou mais posts distintos.

**Figura 04 - A estrutura do debate político brasileiro nas redes sociais em 2016**



**Fonte: (SORJ; CRUZ; SANTOS; RIBEIRO; ORTELLADO, 2018)**

De acordo com a análise, nota-se o agrupamento formado pelos círculos azuis e vermelhos. Tal estrutura é a caracterização de um cenário polarizado, pois, mostra também a distância entre os aglomerados e as poucas linhas que os interligam, mostrando que, em geral, usuários que curtem páginas com a posição política azul, não curtem as páginas com a posição em vermelho, e vice-versa. (SORJ; CRUZ; SANTOS; RIBEIRO; ORTELLADO, 2018, p. 32).

Dessa forma nota-se que na busca por nos fornece conteúdos relevantes, as grandes empresas online acabaram criando um universo individual para cada usuário, tornando a experiência online um reflexo de nós mesmos.

O motivo da necessidade de apresentar sempre os conteúdos que mais se destacam para o usuário é explicado de acordo com Machado et al. (2019, apud PARISER, 2011). De acordo com ele, no mundo corporativo, quem quisesse lucrar, deveria prender ao máximo a atenção do usuário, que é tida como um recurso escasso. Para fazê-lo da melhor maneira possível, seria necessário entender as particularidades de cada usuário, seus desejos e necessidades e conseguir atendê-los expondo os melhores conteúdos possíveis.

### **3. Metodologia da Pesquisa**

O foco da pesquisa abarcou conceitos e definições a partir dos tópicos de redes sociais, algoritmos e polarização política, assim como suas subdivisões.

Este alicerce teórico foi obtido através de autores como: Gillespie, Introna, Silveira, Crivelari, Câmara, entre outros, além de pesquisas em sites e artigos científicos, publicações de empresas, dissertações e monografias.

A revisão das fontes utilizadas serviu como base para a definição de conceitos relevantes para o tema, além de nortear o estudo do recente histórico da polarização nas redes sociais. auxiliando assim em entender se há a compreensão da sociedade brasileira a respeito da influência dos algoritmos no processo de polarização política no país. Juntamente com isso, serão coletados dados quantitativos de renomados portais, que retratam o comportamento do fenômeno polarização.

Além disso, com o intuito de realizar uma comparação teórica- prática a respeito da percepção que os usuários possuem sobre o fenômeno da polarização, o seguinte trabalho contará com uma pesquisa de campo, por meio de formulário on-line e de caráter qualitativo.

Após a pesquisa, uma análise textual, conectando a teoria levantada e as informações obtidas, será realizada, para, por fim, entender se o usuário nota a influência dos algoritmos na polarização política brasileira.

A pesquisa realizada no seguinte estudo tem como base uma lógica dedutiva, e está apoiada na base teórica dos autores citados anteriormente. Tendo como seu caráter descritivo exploratório, busca-se por meio dela descrever como e se os usuários das redes sociais notam a influência dos algoritmos em suas opiniões políticas.

Em termos de classificação desta pesquisa, segundo os enfoques clássicos de classificação de uma pesquisa científica, entende-se que esta pode ser enquadrada conforme se apresenta na sequência.

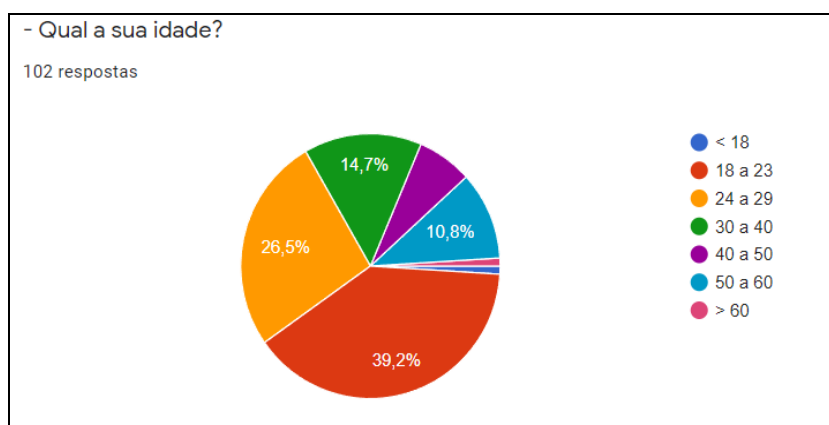
Quanto à Natureza, esta é uma pesquisa pura, já que busca a ampliação do conhecimento através do Método Científico. Quanto à forma de abordagem, a pesquisa pode ser considerada preponderantemente qualitativa, uma vez que é de caráter mais subjetivo, há predomínio de classificações e análises dissertativas. Quanto aos Fins da Pesquisa (finalidades), a pesquisa é descritiva, já que busca descrever as características de um fenômeno. Quanto aos meios utilizados (recursos empregados na pesquisa), foram utilizados os seguintes recursos: Bibliografia, e Pesquisa de Campo.

Em relação à pesquisa, ela foi divulgada de forma on-line a partir a ferramenta de formulários do *Google*, possuindo um total de 13 perguntas com opções de respostas únicas e múltiplas, chegando ao resultado de 102 pessoas respondentes.

#### 4. Resultados

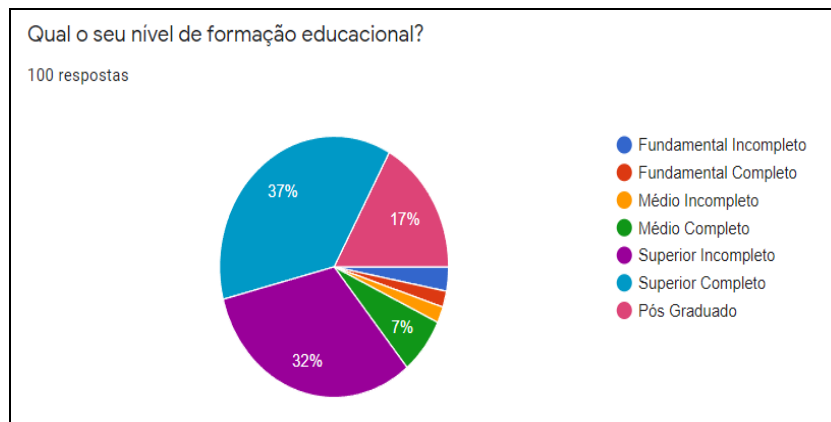
De acordo com os dados coletados da pesquisa de campo, no gráfico 1 aponta-se a idade dos participantes, variando entre 18 e 60 anos, apontando assim que o uso da rede social está presente em 99% das pessoas. Evidencia-se que o uso das redes sociais é um hábito comum entre os brasileiros, uma realidade que em meio à crise atual se fortaleceu, uma vez que houve isolamento no início sendo possível contato por meios das mídias sociais, aponta-se também que o seu uso além de entretenimento é um meio de conectar as pessoas, os negócios, tornar as relações entre empresas e consumidores também facilitadas.

**Gráfico 1 – Classificação dos entrevistados quanto à idade**

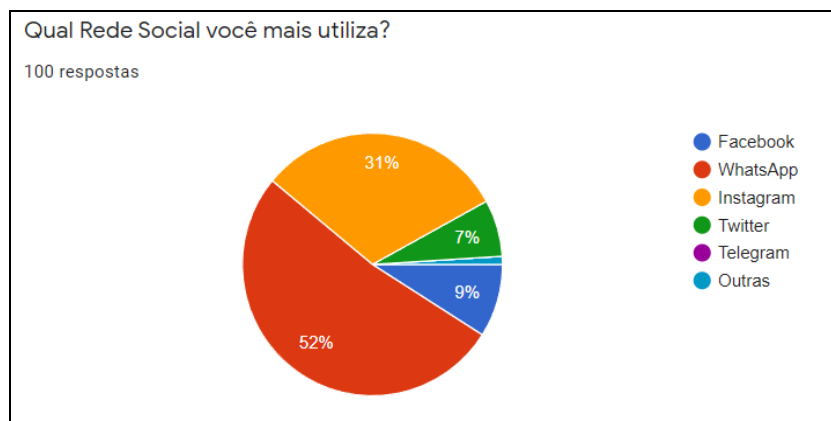


No quesito educação a nível superior foram apontados que grande parte tem o nível fundamental incompleto, seguido do superior incompleto, apenas 17% apontam o fundamental completo, uma pequena parcela com superior completo. O uso das Redes sociais em sua grande maioria se dá pelo *WhatsApp*, seguindo do *Facebook* e *Instagram*, nesse sentido aponta-se também que o Uso do *WhatsApp* tem grande força de 52% uma vez que ele é muito usado tanto para a vida pessoal quanto profissional, onde é possível ter uma relação mais estreita com os clientes.

**Gráfico 2 – Classificação dos entrevistados quanto o nível de formação educacional**

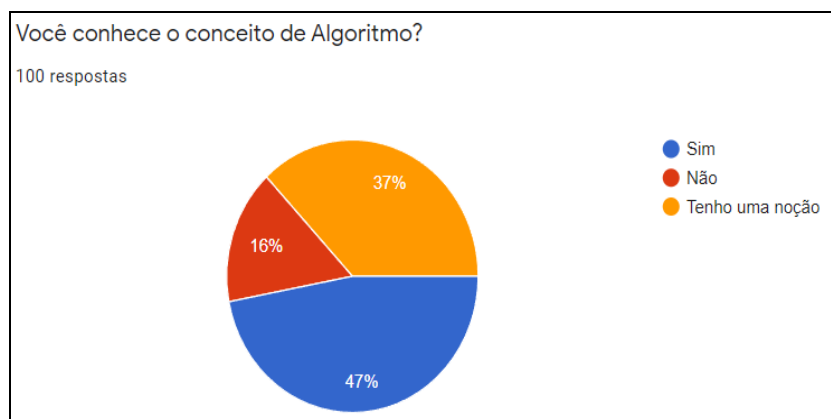


**Gráfico 3 – Classificação dos entrevistados quanto à utilização das redes sociais**

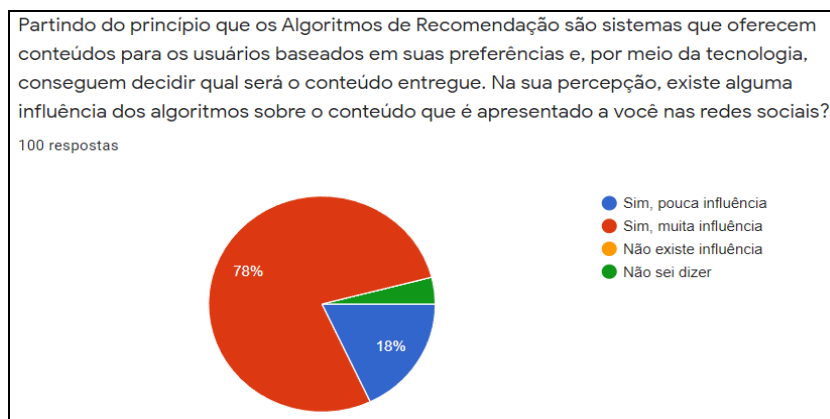


No que tange o conhecimento do Algoritmo 47% conhecem o conceito, nesse sentido a grande maioria 78% reconhecem que o algoritmo influencia no conteúdo que é apresentado, o que leva também a 39% consumirem os conteúdos políticos que são disponibilizados via algoritmo.

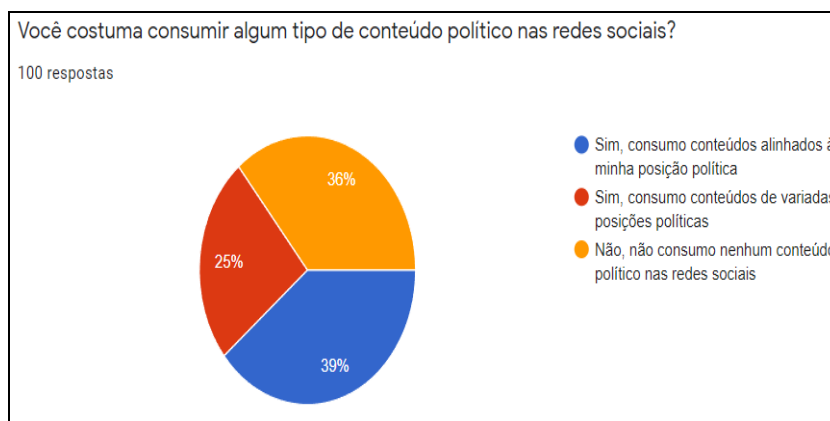
**Gráfico 4 – Classificação dos entrevistados quanto ao conhecimento prévio do conceito de algoritmo**



**Gráfico 5 – Classificação dos entrevistados a respeito da percepção da influência dos algoritmos nas redes sociais pós apresentação do conceito base de algoritmo**



**Gráfico 6 – Classificação dos entrevistados a respeito do consumo de conteúdo político nas redes sociais**

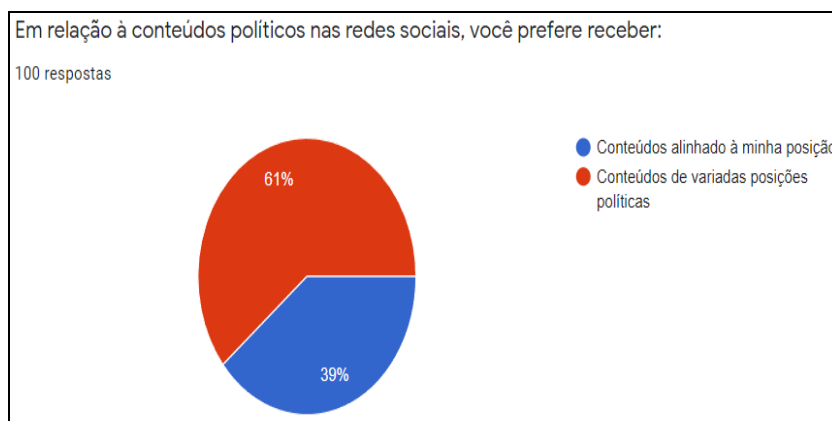


O que leva a percepção que os algoritmos influenciam também a polarização política no país, assim como grande parte 41% apontam que o algoritmo recomenda pouco o tipo de conteúdo ou opinião contrária ao posicionamento político. Assim, 61% também preferem receber conteúdos políticos e não se sentem incomodados com o conteúdo oferecido.

**Gráfico 7 – Classificação dos entrevistados por meio da percepção do tipo de conteúdo que costuma ser recomendado por meio dos algoritmos.**



**Gráfico 8 – Classificação dos entrevistados por meio do tipo de conteúdo por qual possuem preferência.**



## 5. Conclusões

Com o seguinte estudo, podemos observar a comprovada influência dos algoritmos nos conteúdos recomendados. Para Crivelari et al. (2019), nas redes sociais, os algoritmos são os responsáveis por definirem como será a resposta ao usuário frente a seu tipo de interação.

Nota-se também, de acordo com o Gráfico 4 – “Classificação dos entrevistados quanto ao conhecimento prévio do conceito de algoritmo” que grande parte do público já possui ciência da influência dos algoritmos nos conteúdos apresentados por meio das redes sociais, ou possui minimamente um conhecimento superficial sobre o assunto.

Ainda analisando os resultados da pesquisa, é possível observar, de acordo com o Gráfico 8 – “Classificação dos entrevistados por meio da percepção do tipo de conteúdo que costuma ser recomendado por meio dos algoritmos.” Que a maioria dos

entrevistados relata não receberem conteúdos contrários à sua posição política (41%), ou, receberem pouco conteúdo de posição oposta (38%).

Porém, quando se analisa os resultados referente as preferências de conteúdos a receber, Gráfico 8 – “Classificação dos entrevistados por meio do tipo de conteúdo por qual possuem preferência.”, a maioria dos entrevistados (61%) relata possuir preferência por receber conteúdos de diferentes posições políticas.

Na teoria levantada, de acordo com Machado et al. (2019, apud PARISER, 2011). no mundo corporativo, quem quisesse lucrar, deveria prender ao máximo a atenção do usuário, que é tida como um recurso escasso. Para fazê-lo da melhor maneira possível, seria necessário entender as particularidades de cada usuário, seus desejos e necessidades e conseguir atendê-los expondo os melhores conteúdos possíveis. Para Câmara (2020), os algoritmos das redes sociais têm como objetivo maximizar a probabilidade que um usuário possui de clicar em um determinado item.

Dessa forma, podemos concluir que os algoritmos vêm maximizando a apresentação de conteúdos por meio da análise de seu comportamento de interações nas redes sociais. Tais conteúdos facilmente prenderão a atenção do usuário final, porém tal funcionamento por vezes delimita o que é apresentado a um conjunto de informações que vai de encontro somente a ideias e posições que o usuário já adota, ajudando dessa maneira na criação de bolhas sociais.

Crivelari et al. (2019), aponta que o resultado das bolhas sociais em massa é a adoção por parte dos usuários de posições cada vez mais extremas, contribuindo assim, para o fenômeno da polarização.

Por fim, negando a hipótese inicial “Os usuários das redes sociais não percebem a influência dos algoritmos na polarização política brasileira.”, nota-se que mesmo grande parte dos usuários possuindo conhecimento e percepção a respeito do sistema ao qual estão imersos, são afetados diretamente pelo conceito de algoritmos, muitas vezes, ao ponto de contribuírem para o crescimento da polarização da sociedade brasileira.

## **6. Referências**

ANDREASSA, Luiz. **O que é polarização e por que é prejudicial à democracia?** Brasil: Politize, 30 jul. 2020. Disponível em: <https://www.politize.com.br/o-que-e-polarizacao/>. Acesso em: 30 nov. 2020.



A POLARIZAÇÃO política e como ela ocorre nas redes sociais. *In*: SORJ, Bernardo; CRUZ, Francisco; SANTOS, Maíke; RIBEIRO, Marcio; ORTELLADO, Pablo. **SOBREVIVENDO NAS REDES: GUIA DO CIDADÃO**. Brasil: Plataforma Democrática, Fundação FHC, 2018. cap. 2, p. 31-42. Disponível em: <https://fundacaoofhc.org.br/files/sobrevivendo%20nas%20redes.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

CÂMARA, Fernando. **A ERA DOS ALGORITMOS – PARTE IV: É POSSÍVEL HUMANIZAR A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?** Brasil: Psychiatry on line Brasil, 6 mar. 2020. Disponível em: <https://www.polbr.med.br/2020/03/06/a-era-dos-algoritmos-parte-iv-e-possivel-humanizar-a-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

CRIVELARI, Beatriz; STAEL, Giovanna; MALAR, João; SCOFIELD, Laura; LOLLATO, Mariah; NASSIF, Tamara. **Polarização no meio digital dificulta diálogo social**. Brasil: AUN - AGÊNCIA UNIVERSITÁRIA DE NOTÍCIAS, 5 jul. 2019. Disponível em: <https://paineira.usp.br/aun/index.php/2019/07/05/polarizacao-no-meio-digital-dificulta-dialogo-social/>. Acesso em: 9 nov. 2020.

DOCKHORN, Vanessa. **O que é bolha social e como ela pode impactar na minha vida?** Brasil: Psicologia Dockhorn, 5 ago. 2019. Disponível em: <https://psicologiadockhorn.com/blog/o-que-e-a-bolha-social-e-como-ela-pode-impactar-na-minha-vida/>. Acesso em 5 dez. 2021.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. Tradução de Amanda Jurno. Estados Unidos: MIT Press, 2018. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/fa6b/703ea606dd34dc493948bbede81e81ac1839.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

GLOBAL WEB INDEX (Londres, Reino Unido). Where Do People Spend the Most Time on Social Media? *In*: NOGUEIRA, Luiz. **Redes sociais impactam resultado de eleições e política**. Brasil: Olhar Digital, 14 ago. 2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2019/08/14/noticias/redes-sociais-impactam-resultado-de-eleicoes-e-politica/>. Acesso em: 12 nov. 2020.

INTRONA, Lucas; NISSENBAUM, Helen. **Shaping the web: Why the politics of search engines matters**. Information Society, Estados Unidos, ano 2000, v. 16, n. 3, 1 jul. 2000. Sociology, p. 169-185. Disponível em: <https://nyuscholars.nyu.edu/en/publications/shaping-the-web-why-the-politics-of-search-engines-matters>. Acesso em: 11 nov. 2020.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. **DAS JORNADAS DE JUNHO À CRUZADA MORAL: O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA POLARIZAÇÃO POLÍTICA BRASILEIRA**. Brasil: SciELO, 20 dez. 2019. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S223838752019000300945&script=sci\\_arttext#B14](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S223838752019000300945&script=sci_arttext#B14). Acesso em: 11 nov. 2020.

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Márcio. **Mapping Brazil's political polarization online**. Estado Unidos: The Conversation, 3 ago. 2018. Disponível em: <https://theconversation.com/mapping-brazils-political-polarization-online-96434>. Acesso em: 27 nov. 2020.

RIBOLI, João. **O que é bolha social?**. Brasil: Medium, 14 dez. 2016. Disponível em: <https://medium.com/@jiboli/o-que-%C3%A9-bolha-social-ead5c5f51f14>. Acesso em: 13 nov. 2020.

SILVEIRA, Sergio. **GOVERNO DOS ALGORITMOS**. Brasil: Revista de Políticas Públicas, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321152454013>. Acesso em: 9 nov. 2020.