



Repensar a esfera pública política a partir das Câmaras de Eco: conceitos e questões metodológicas

Rethink the political public sphere considering the Echo Chambers: concepts and methodological issues

Sérgio Rodrigo da Silva Ferreira ^{a, *} 

RESUMO: O objetivo deste artigo é conceituar Câmara de Ecos a partir de uma revisão de literatura e apresentar suas implicações metodológicas para estudos sobre esfera pública política em plataformas de redes sociais. Uma câmara de eco é uma estrutura epistêmica social na qual vozes dissidentes relevantes são ativamente excluídas e desacreditadas criando ambiências de homofilia. Essa homofilia mostra-se quando os usuários de plataformas de redes sociais interagem e associam-se apenas a outros semelhantes com exposição seletiva a conteúdos. A homofilia associa-se a processos de evasão a questionamentos e busca constante de reforço, traduzindo-se na tendência de consumir informações alinhadas as ideologias previamente constituídas apenas com viés de confirmação e na propensão a buscar, escolher e interpretar informações alinhadas com o próprio sistema de crenças, incluindo aí notícias que não condizem com a realidade. Concluímos que seja importante desemaranhar algoritmo e usuário em estratégias que considerem as dimensões da tecnologia da plataforma, do processo comunicativo de conversação e deliberação, e dos seus efeitos concretos na esfera política, bem como a identificação e delimitação objetiva de quais são os padrões homofílicos presentes em certos grupos nas plataformas.

Palavras-chave: Câmaras de Eco; Esfera Pública Política; Plataformas de Mídia Social.

ABSTRACT: The objective of this article is to conceptualize Echo Chambers from a literature review and to present its methodological implications for studies on the political public sphere in social network platforms. An echo chamber is a social epistemic structure in which relevant voices are actively excluded and discredited by creating ambiences of homophily. This homophily is shown when users of social networking platforms interact and associate only with similar ones, with selective exposure to content. It is associated with processes of evasion, questioning and constant search for reinforcement. This translates into the tendency to consume information aligned with previously constituted ideologies only with confirmation bias, and in the propensity to seek, choose and interpret information aligned with one's own belief system, including news that does not match reality. We conclude that it is important to untangle algorithm and user in strategies that consider the dimensions of platform technology, the communicative process of conversation and deliberation, and its concrete effects in the political sphere. Another important factor is the identification and objective delimitation of which are the homophilic patterns present in certain groups on the platforms.

Keywords: Echo Chambers; Political Public Sphere; Social Media Platforms.

^a Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.

* Correspondência para/Correspondence to: Sérgio Rodrigo da Silva Ferreira. E-mail: sergiorodrigosf@gmail.com.

Recebido em/Received: 31/07/2022; Aprovado em/Approved: 28/09/2022.

Artigo publicado em acesso aberto sob licença [CC BY 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

INTRODUÇÃO

Em nossas conversas cotidianas tem se tornado comum o uso do termo “bolha” para tratar de certas espacialidades produzidas em ambientes digitais que aglutinam pessoas com temas de interesse, abordagens e posicionamentos políticos similares, especialmente em plataformas de redes sociais. Os problemas que são apontados dessas “bolhas” é o fato de os sujeitos perderem a noção de diversidade de opiniões e de outras experiências que não as suas e vislumbrarem apenas uma simplificação da realidade a partir dessas ambiências de homofilia, isto é, o fato de os usuários de plataformas de redes sociais interagir e associar-se apenas a outros semelhantes, com exposição seletiva a conteúdos.

Essa homofilia associa-se a processos de evasão a questionamentos e a busca constante de reforço, traduzindo-se na tendência de consumir informações alinhadas as ideologias previamente constituídas apenas com viés de confirmação, e na propensão, portanto, a buscar, escolher e interpretar informações alinhadas com o próprio sistema de crenças, incluindo aí notícias que não condizem com a realidade. A discussão dos fenômenos de desinformação frequentemente inclui essas redes epistêmicas fechadas das plataformas de redes sociais, bem como tem debatido o impacto de plataformas de redes sociais na democracia e no debate público.

Entretanto, o senso comum turvou a distinção entre dois fenômenos epistêmicos distintos nas ambiências digitais: as *bolhas epistêmicas* e as *câmaras de eco*. De modo geral, vemos as estruturas descritas pasteurizadas geralmente com o termo “bolha” e outras variações. Mas, a diferenciação de ambas é central para entender tais fenômenos. Uma bolha epistêmica é uma estrutura social cognitiva na qual outras vozes relevantes foram deixadas de fora, até mesmo acidentalmente. Uma câmara de eco é uma estrutura epistêmica social na qual outras vozes relevantes foram ativamente excluídas e desacreditadas. Se os membros das bolhas epistêmicas não são expostos a certas informações e argumentos relevantes, os membros das câmaras de eco, por outro lado, foram levados a desconfiar sistematicamente de todas as fontes externas.

Ademais, se em bolhas epistêmicas outras vozes não são ouvidas; nas câmaras de eco outras vozes são ativamente defenestradas. O professor e pesquisador C. Thi Nguyen (2020) argumenta como é fundamental manter a distinção entre esses dois fenômenos porque as câmaras de eco podem explicar os fenômenos de pós-verdade e da desinformação de uma forma que as bolhas epistêmicas não podem. Além disso, cada tipo de estrutura requer uma intervenção distinta. Por exemplo, enquanto a mera exposição a evidência contrária a certos argumentos poderia acabar com uma bolha epistêmica, essa mesma exposição pode efetivamente reforçar uma câmara de eco. Nguyen declara, ainda, que as câmaras de eco são muito mais difíceis de escapar, sob sua influência, um agente pode agir com virtude epistêmica, mas o contexto social modulará essas ações. Sair de uma câmara de eco exigiria uma reiniciação radical do sistema de crenças do sujeito (Nguyen 2020). Câmara de ecos diz respeito, portanto, aos fenômenos em que os usuários de plataformas seletivamente se envolvem com

outras pessoas, conteúdos e ideias semelhantes e alinhadas ideologicamente as suas, raramente sendo exposto às ideias conflitantes que compõe a esfera agonística, processo que é agravado pela curadoria algorítmica das plataformas com base nas atividades dos usuários.

Assim, a questão complicadora deste tema é que essas espacialidades de relacionamento semanticamente fechadas ao novo e ao díspar são sociotecnicamente produzidas; não são, portanto, apenas manejadas pelos sujeitos, mas também constituídas mutuamente pela ação dos algoritmos das plataformas de redes sociais. Quando falamos de plataformas de redes sociais, falamos de aplicações como Facebook, Twitter, Instagram e TikTok em seus aspectos computacionais (algorítmicos), econômicos e políticos, e de sua atuação na transformação de práticas culturais (Poell, Nieborg, Dijck 2020). Plataformas são aqui entendidas como “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (Poell, Nieborg, Dijck 2020, p.4).

Portanto, além das práticas de usuário desenvolvidas pelos indivíduos, os mecanismos das plataformas de rede social compõem-se de uma intrincada interação entre tecnologias de estruturação de bancos de dados, algoritmos e interfaces, e estratégias comerciais. Esses mecanismos alteram arranjos institucionais e políticos tradicionais por meio de três aspectos principais, segundo José van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal (2018): datificação (*datification*), comoditização (*commodification*) e seleção. A *datificação* refere-se à capacidade das plataformas em rede de transformar em dados muitos aspectos da vida e do mundo, não só os aspectos demográficos, mas também os metadados comportamentais automaticamente derivados dos usos dos dispositivos. A *comoditização* equivale à ação de transformar, no ambiente on-line, objetos, atividades, emoções e ideias do offline em mercadorias negociáveis. Já a *seleção* acontece sob o viés das duas últimas quando a plataforma orienta a interação do usuário através de uma espécie de curadoria na qual se categorizam e hierarquizam tópicos, termos, atores, objetos, ofertas, serviços mais relevantes. A seleção diz respeito aos mecanismos de personalização, reputação, tendências e moderação dentro da plataforma e é feita por seus algoritmos.

O aspecto da seleção é central para entendermos as câmaras de eco, uma vez que são certos algoritmos das plataformas de redes sociais que vão assumindo um papel central na escolha da informação considerada relevante. Tratamos de algoritmos específicos que têm a função de classificar a informação e, desse modo, mapeiam as preferências do usuário, ao comparar suas ações na rede (portanto baseada em ações de vigilância, sendo necessário um processo de coleta, armazenamento e análise de nossos dados pessoais), sugerindo elementos semânticos para que se possa encontrar a melhor resposta para uma determinada busca. É desse mesmo modo que hoje eles gerenciam interações em sites de redes

sociais, destacando as publicações de certos “amigos” e “escondendo” as de outros, ao escolher, de modo automatizado, os conteúdos que são mostrados e elencados (Gillespie 2012).

Esse algoritmo de função específica é nomeado por Tarleton Gillespie (2012) como *algoritmo de relevância pública*, uma vez que por meio de procedimentos automatizados de identificação de padrões pessoais dão visibilidade e certificam certos conhecimentos. Ainda que, em tese, a função desses aparatos tecnológicos sejam facilitar a busca de informações que sejam relevantes para o usuário no universo que é a Internet, Gillespie centraliza sua análise na avaliação algorítmica dessa informação afirmando que ela possui uma *lógica de conhecimento* particular, que se baseia em pressupostos específicos sobre o que é o conhecimento válido de sobre como identificar seus componentes mais relevantes. Em outras palavras, a máquina pré-codificada é quem de modo automatizado nos diz o que ou quem é relevante conhecer ou dar atenção. Com a função de elencar o que há de mais interessante a partir de uma programação específica de identificação de padrões, esses algoritmos ao mesmo tempo “escondem” ou “tiram de cena” uma boa quantidade de informação que dessa perspectiva não condiz ao interesse do usuário, a partir do que o programa calcula. Desse modo, tais aplicações guiam a experiência do usuário ao fornecerem modos de encontrar as informações e pessoas, apontando para o que há a se saber e conhecer, e de que forma se deve fazê-lo. Estão, assim, ativamente influenciando usuários na participação social e política nos ambientes digitais, pois são elas que estão a reger os fluxos das informações e das relações junto ao usuário e atuando sobre suas percepções (Gillespie 2012).

É assim que dentro dos ecossistemas de informação algumas questões precisam ser levantadas para elencar aspectos políticos que estão na sombra do algoritmo e que estão a modular as subjetividades dos usuários de redes sociais. Gillespie (2012) enumera seis dimensões dos algoritmos de relevância pública que têm desdobramentos políticos. A primeira diz respeito aos *padrões de inclusão* desses códigos, não sabemos quais são os critérios que fazem com que um item (informação, postagem, pessoa) seja incluído em primeiro lugar em um índice, nem qual é a lógica de exclusão de outros e de que maneira os dados são realmente tratados pelos algoritmos. A segunda trata dos *ciclos de antecipação* no qual se questiona em que implica as tentativas de provedores de algoritmos desconhecer e prever seus usuários, e o que as conclusões a que eles chegam podem impor. A terceira dimensão é a *avaliação da relevância*, procurando entender os julgamentos pelos quais os algoritmos determinam o que é relevante, de que maneira esses critérios são ocultados e como eles fazem escolhas que são consideradas apropriadas e legítimas. A quarta dimensão é a *promessa de objetividade algorítmica*, tratando da maneira pela qual o caráter técnico/matemático do algoritmo está posicionado como uma suposta garantia de imparcialidade, ignorando a intencionalidade na produção do código, além da base de discurso que

reforça tal ideia. A penúltima dimensão é o *imbricamento com a prática*, tratando do aspecto em que os usuários remodelam suas práticas de acordo com as características e dos modos de funcionamento do algoritmo e como esses usuários podem transformá-los em terrenos para competição política, às vezes até mesmo para interrogar a política do próprio algoritmo. E, por último, a dimensão que diz respeito à *produção de públicos calculados*, como a apresentação algorítmica dos públicos se volta para eles mesmos no sentido de moldar o senso coletivo de si mesmo, e quem está mais bem posicionado para se beneficiar desse conhecimento.

Essa seleção promovida pelos algoritmos de relevância pública gera uma limitação técnica à novidade e à diversidade, produz agrupamento e polarização que leva a “situação ou espaço nos quais crenças pré-existentes são repetidas e reforçadas” (Terren, Borge-Bravo 2021, p. 100), como reverberações em uma câmara de ecos acústica. Se a princípio a possibilidade de todos falar fez muitos de nós crer que surgiria uma nova esfera pública independente e com maior exposição à divergência política e diversidade de notícias, da ação comunicativa e de pontos de vista, ironicamente a produção de câmaras de eco tem levado a polarização caricata e formação de homogeneização de posições em agrupamentos on-line.

A preocupação, do ponto de vista da esfera pública, é o colapso potencial de um ambiente compartilhado para busca de informações, debate e formação de opinião. Se, numa perspectiva habermasiana, a mídia social teria o potencial de, enquanto esfera pública política, ser um espaço livre e autônomo de informação e comunicação entre os cidadãos, esse potencial não é realizado quando a diversidade está faltando, quando não há (ou possui pouca) troca de opiniões, nenhum debate fundamentado entre os oponentes e, portanto, não existe terreno comum ou preocupações compartilhadas.

Tendo conceituado o que se tem chamado de câmara de ecos, a questão que procuraremos responder aqui neste artigo é: quais as implicações do conceito de câmara de eco para estudos sobre esfera pública política em plataformas de redes sociais? O objetivo deste artigo, portanto, é apresentar o conceito de Câmara de Ecos a partir de uma revisão de literatura e apresentar suas implicações metodológicas para estudos sobre esfera pública política em plataformas de redes sociais. Iniciamos apresentando como esses autores têm pensado as esferas públicas políticas nas plataformas de redes sociais, apresentar os limites do conceito de câmara de eco para, enfim, apontar suas implicações em entendermos a esfera pública política contemporânea.

Este estudo é baseado em uma revisão narrativa de literatura que busca selecionar identificar, selecionar, avaliar e sintetizar pesquisas sobre as câmaras de eco com enfoque na questão das esferas públicas políticas em plataformas de redes sociais. Duas questões centrais que buscamos nos textos foram: [1] “o que está sendo definido como câmara de ecos?”, e [2] “quais questões de influência são elencadas para o campo de estudo da esfera pública política?”.

ESFERA PÚBLICA POLÍTICA E PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS

Jürgen Habermas (2003) descreveu a esfera pública como uma condição necessária para a democracia, inspirado pelos ideais burgueses de individualidade e liberalismo. Ela diz respeito ao debate público que tem como função crítica a publicidade, no sentido de tornar algum tema de interesse comum a todos em momentos de discussões abertas e acessíveis, contrapondo-se ao que é da esfera do privado. É a conversação deliberativa pública sobre questões que tangenciam os sujeitos de uma coletividade que toma a forma de um debate racional e crítico sobre elas.

Wilson Gomes (2006) destaca como o sentido de esfera pública enquanto *publicidade* se perde e se modifica nas traduções do alemão no qual esta “publicidade” (*öffentlichkeit*) tem um significado muito específico referindo-se a coisas que são debatidas em público, mas sobre temas que são necessariamente de interesse coletivo. Há uma valoração positiva da fala pública do que é referente ao interesse público em detrimento a temas que seriam do campo do privado (que deveriam ser fechados, particulares). É bem-visto no espaço público discutir, falar de política, negócios, arte, cultura, governo, partidos, decisões do Estado: essas falas são tidas como nobres, referem-se a elite cultural, econômica e política. Por sua vez, é desabonado e tido como fofoca, mexerico, disse-me-disse, indiscrição falar de temas do privado em público. Neste sentido, o que distingue tal valoração é a *matéria* sobre o que se fala. Portanto, o princípio de publicidade, o que é público e de bom-tom para se debater publicamente, é a norma de funcionamento das decisões políticas, pois aponta o que é referente ao coletivo, ao social e motivo para deliberações. Nas palavras do próprio Habermas,

[a] esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social (Habermas 2003, p. 42).

O conceito ganha novos contornos especialmente com a crítica feminista sobre o aspecto de igualdade daqueles que podem falar e serem ouvidos nesse debate público requerido no conceito habermasiano para que ele faça sentido. Nancy Fraser (1990) aponta uma certa deficiência no ideal de esfera pública do primeiro texto de Habermas (veremos mais a frente que ele modifica seu conceito nos anos 1990), pois necessitaria da eliminação de desigualdades e das relações de poder e dominação para que fosse efetivamente concretizada como deliberação pública política. Outro problema apontado por Fraser é que a esfera pública do primeiro Habermas não consegue dar conta das outras arenas discursivas que dizem respeito a grupos marginalizados que reproduzem contradiscursos a esfera burguesa como trabalhadores, mulheres e pessoas racializadas.

Esfera pública torna-se, assim, uma categoria crítica-normativa no sentido de estabelecer o que é público e o que é privado como potencialidade de tornarem-se temas deliberativos do que seria o bem-comum, considerando as múltiplas esferas de conversação que se constituem entre distintos públicos (no plural, não mais concebidos como unos e universais) e suas lutas para que suas questões sejam legitimadas como uma questão digna de deliberação pública. Parte do público que foge a noção de universalidade das esferas públicas burguesas almeja dar visibilidade as suas pautas tirando-as do campo do privado e colocando-as na arena pública política. A luta contra a violência de gênero e as ações racistas são exemplos dessas pautas.

Além disso, em uma sociedade mediatizada a esfera pública sofre significativas mudanças estruturais e de função. Se a base do conceito de esfera pública burguesa partia das interações face-a-face, na contemporaneidade é fundamental o papel da mídia enquanto instituição de construção de um repertório comum de debate e de agregação dos sujeitos ao redor de certas pautas. É inegável o papel dos meios de comunicação, especialmente o jornalismo, em agendar sobre o que devemos debater, produzindo um conhecimento comum por meio de um repertório de ideias, opiniões, noções, informações e imagens que articula uma esfera expositiva ao dar visibilidade a certas pautas e vieses. Entretanto, de modo geral, os veículos profissionais de informação não necessariamente se orientam pelos valores democráticos, nem pelo serviço ao interesse público, eles são atravessados pelos interesses comerciais e de lucro da própria empresa de comunicação (Gomes 2006).

Portanto, o princípio de publicidade – o que deve ser discutido em público e o que deve ser mantido no âmbito do privado – é fraturado não só com as demandas de grupos minoritários, mas também pelas lógicas comerciais de visibilidade dos meios de comunicação. Essa fratura é aprofundada pelas lógicas das plataformas de redes sociais. A socióloga Danah Boyd (2011) define que os públicos enredados são reestruturados por tecnologias em rede e passam a ser compreendidos tanto como o espaço construído por meio de tecnologias em rede, quanto como o coletivo imaginado que surge do resultado da intersecção entre pessoas, tecnologias e práticas.

Citando o trabalho de 1985 de Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, como a mídia de *broadcasting* (rádio e TV) transformou a cultura, articulando quais as propriedades da mídia mudam os ambientes sociais e influenciam as pessoas, Boyd vai afirmar que as mídias sociais amplificaram tais mudanças. A mídia de *broadcasting*, segundo Meyrowitz, reconfigurou a escala de públicos, alterou os papéis que as pessoas desempenham na sociedade, complicou as fronteiras entre público e privado, desmoronou contextos sociais distintos e rompeu a proeminência do lugar físico na circunscrição de públicos (boyd 2011).

Partindo dessas transformações promovidas pelas mídias de *broadcasting*, Danah Boyd (2011) vai descrever três dinâmicas que desempenham um papel central na formação

de públicos em rede: as audiências invisíveis, os contextos colapsados e a indefinição de público e privado. As *audiências invisíveis* dizem respeito ao fato de que nem todos os públicos são visíveis quando uma pessoa está publicando uma contribuição sobre uma pauta numa plataforma de rede social; *contextos colapsados* são relativos a falta de limites espaciais, sociais e temporais, o que dificulta a manutenção ou mesmo a gerência de contextos sociais distintos; por fim, a *indefinição de público e privado* remete a falta de controle sobre o contexto do que é público e privado, tornando esse antagonismo sem sentido ou de difícil distinção (boyd 2011).

Assim sendo, as bases sobre as quais Habermas teorizou e imaginou a esfera pública mudou drasticamente através de um conjunto de desenvolvimentos econômicos, sociais e tecnológicos. Lewis A. Friedland, Thomas Hove e Hernando Rojas (2014) também repensam o conceito de esfera pública para dar conta de um sociedade em rede a partir do “último” Habermas, aquele que reviu sua teoria da esfera pública após as críticas feministas do final da década de 1980. A chamada teoria tardia de Habermas sobre a Esfera pública, focada nos seus escritos de 1990 e 2000, busca descrever como a complexidade social afeta os fluxos comunicacionais nas diferentes partes do sistema social, focando em como as forças condutoras do poder político e econômico não apenas colonizam, mas também mediam os ideais comunicativos.

A teoria tardia habermasiana define a esfera pública em termos funcionais como “um sistema intermediário de comunicação entre deliberações presenciais formalmente organizadas e informais em arenas tanto no topo quanto na base do sistema político” (Habermas 2006, p. 415, tradução nossa). Aqui, os processos e os fluxos comunicacionais foram alterados por transformações nos seus sub-sistemas e são metaforizados em imagens hidráulicas, particularmente fluxo líquido controlado por eclusas. Neste momento da teoria habermasiana, a esfera pública está na periferia do sistema político, e seu núcleo é a comunicação mediada, baseada nas tecnologias da mídia impressa e eletrônica que fazem circular o discurso de elite produzido por profissionais como jornalistas, editores, produtores e editores. A comunicação mediada, para Habermas, domina a comunicação política em geral porque somente os meios de comunicação de massa podem publicar informações, visões de mundo e opiniões para um grande número de pessoas através de grandes distâncias. Entretanto, falta-lhe as características de interação face-a-face e reciprocidade comunicativa que caracterizam as deliberações interpessoais entre os oradores que fazem as reivindicações bem como os destinatários dessas reivindicações. Habermas defende a necessidade de independência da mídia e a reflexividade comunicativa.

A teoria revista de Habermas, no entanto, é transitória, pois apesar de considerar a complexidade de uma sociedade mediatizada ainda não incorpora as mudanças significativas de uma sociedade em rede e das profundas transformações nos fluxos de comunicação pela emergência da Internet. Inclusive os três sistemas macrosociais apontados por ela – sistema político, sistema funcional e sociedade civil – foram transformados pela forma de rede (Friedland, Hove, Rojas 2014).

Friedland, Hove e Rojas (2014) apontarão três principais aspectos a serem reconsiderados no conceito de esfera pública considerando o contexto de sociedade em rede. O primeiro diz respeito as múltiplas mudanças em relação ao modelo de socialização comunicativa no qual a “vida online” é uma instância tão importante quanto a socialização primária na família e a socialização secundária no mundo das instituições (as escolas, as associações comunitárias, ambiente de trabalho), influenciando o núcleo de formas de comunicação intersubjetiva e de sociabilização. Segundo, fala da superação do modelo funcional-estruturalista de fluxos e comportas que se baseia em ideais de funcionamento da sociedade civil e da comunicação na esfera pública que não mais se sustentam em um ambiente em rede. A comunicação em rede permite a esfera pública a ser organizada distributivamente, com múltiplas contribuições em um ambiente que é significativamente mais aberto do que o modelo das comportas implica. Há um potencial aumentado para reflexividade que infere em estruturas tradicionais de hierarquia institucionais dando lugar à forma mais fluida da rede. Um terceiro aspecto é o fato da organização em rede ser um novo modelo para entender o fluxo da comunicação em ambientes altamente complexos e interligados.

Para pensarmos essa ordenação enredada dos fluxos de conversação social enquanto potenciais espaços de deliberação, em que as esferas públicas estão implicadas com plataformas de redes sociais, dois aspectos se impõem. O primeiro são as dinâmicas de visibilidade das plataformas de redes sociais e o segundo é a modulação técnica comportamental associada a mecanismos de predição de demandas de consumo, vigilância e produção de desejo.

As dinâmicas de visibilidade dizem tanto respeito a natureza visual das plataformas quanto as maneiras que permitem indivíduos, grupos e instituições, e suas ideias e discursos possar ser vistos, mesmo acessados. Lincoln Dahlberg (2018) associa a ideia de “publicidade” habermasiana à visibilidade como possibilidade de divulgação ou abertura de opiniões a quem é concedida a liberdade de formar e tornar visível (expressar e publicar) suas posições através do debate público racional. Os objetos de visibilidade nas plataformas passam por questões como dar visibilidade ao dissenso, constituir meios de desintermediação das disputas, permitir distintas formas de argumentação fundamentada dependendo dos participantes da conversa (deliberação formal, narração informal, expressão afetiva e contestação agonística) e a possibilidade da exposição e revelação de práticas e processos de atores políticos. Além dessas, outras dimensões problemáticas importantes são: as câmaras de eco, o comportamento em cascata em rede, disseminação de desinformação e produção de notícias falsas, por humanos e bots, as formas de assédio e humilhação pública, o controle da visibilidade em aspecto normativo (nem todos os indivíduos envolvidos tem oportunidade de serem vistos e ouvidos e as plataformas produzem desigualdade de condições visibilidade e de controle sobre ela) e a invisibilidade das forças coercitivas (incluindo as algorítmicas) (Dahlberg 2018).

Já a modulação comportamental diz respeito ao modelo de negócios das plataformas de entretenimento, baseado na gratuidade dos serviços em troca da possibilidade de captura de dados dos usuários e venda de suas preferências, padrão de

comportamento, perfil de consumo, tipo de percurso nas cidades, entre outras informações. Os algoritmos produzem perfis de cada usuário e suas amostras são reunidas e enviadas para corretores de dados, para produção de publicidades hipersegmentadas e para compradores de audiências. É a necessidade dessa lógica mercadológica que gera o que Sérgio Amadeu da Silveira (2017) chama de moduladores, actantes humanos e não humanos que realizam a intermediação de pessoas, de signos ou de máquinas, de modo sutil, se apresentando como facilitadores do cotidiano. Seu propósito final, entretanto, é a modulação do comportamento por meio da análise de dados pessoais coletadas a fim de potencializar o modelo de negócio.

Esses processos de modulação não são meramente de distribuição de publicidade, eles implicam na construção de situações sociais, de interações específicas, criando ambientes completamente distintos daqueles da propaganda das tecnologias de *broadcasting* tradicionais. As tecnologias de modulação permitem agir de modo eficaz sobre nossa atenção por serem quase sempre baseadas em nossa subjetividade e em nosso potencial afetivo revelados pela mineração dos dados. Os algoritmos das plataformas têm se mostrado bastante eficientes em identificar, coletar, processar e dar visibilidade a conteúdos baseados em nossos “gostos, temperamento, necessidades, possibilidades financeiras, nível educacional, entre outras sínteses” enquanto os empreendimentos associados às plataformas “oferecem caminhos, soluções, definições, produtos e serviços para suas amostras, ou seja, para um conjunto potencial de consumidores que tiveram seus dados tratados e analisados” (Silveira 2017, p. 59). É por uma “moldagem autodeformante” que se produz o filtro bolha (ou filtro invisível) em um sistema algorítmico que seleciona o que – ou quem – devemos ver ou a ordem em que devemos visualizar. O próprio espaço de visibilidade que se apresenta ao usuário se modifica a partir da identificação algorítmica de seu perfil pessoal a fim de acomodar projetos que produzam rendimentos. Tais sistemas aprimoram uma competência preditiva com o aumento da capacidade de processamento de *big data* e com as experiências que estão sendo realizadas com base em ciências cognitivas (Silveira 2017).

Essa produção algorítmica de métricas a partir da captação, análise e correlação massiva de dados leva a impressão de que a tecnologia capta as coisas como elas são, fora de uma norma prévia. É a ideia de que essas tecnologias possuem uma *objetividade anormativa*, isto é, elas encarnam o novo regime de verdade digital em uma “multiplicidade de novos sistemas automáticos de modelização do ‘social’, ao mesmo tempo a distância e em tempo real, acentuando a contextualização e a personalização automática das interações securitárias, sanitárias, administrativas, comerciais” (Rouvroy, Berns 2018, p.107-108). Essa ideia de objetividade anormativa dos algoritmos soa como se eles espelhassem uma normatividade imanente à sociedade apenas (re)produzindo-a e multiplicando-a, invisibilizando a participação algorítmica na organização nos fluxos de comunicação. Essa produção de uma invisibilidade algorítmica nas dinâmicas de conversação é fundamental para entender as câmaras de eco, pois ela faz parecer que o discurso do mundo do vivido é realmente assim, conforme à ordenação das *timelines* das plataformas de redes sociais.

REPENSAR A ESFERA PÚBLICA A PARTIR DA CÂMARA DE ECOS

Se por um lado, dado a capacidade potencialmente infinita de produção de dados nas plataformas digitais, algoritmos que facilitam nossas buscas por assuntos e temas que tem mais familiaridade com nossas características e interesses são indispensáveis para encontrar o conteúdo que necessitamos, por outro são perceptíveis também os abusos de tais tecnologias para o fomento do modelo de negócio das plataformas, como citado anteriormente. São exemplos desses abusos as ações que visam unicamente a satisfação do usuário, focados no engajamento (intenso e continuado) que visam a captura da atenção do usuário como meta. A curadoria dos *feeds* de notícias e sistemas de recomendação automatizados são projetados para potencializar a atenção do usuário, satisfazendo suas preferências presumidas. Isso pode significar priorizar conteúdo polarizador, enganoso, extremista ou problemático para maximizar o engajamento do usuário. Os algoritmos responsáveis pelo ranqueamento de conteúdo nos *feeds* de notícias, resultados dos motores de busca e sistemas de recomendação podem influenciar causalmente nossas preferências e percepções, especialmente políticas (Lewandowsky et al. 2020).

Esses algoritmos tomam decisões sem supervisão pública, regulamentação ou um amplo entendimento dos mecanismos subjacentes às decisões resultantes. A maioria dos algoritmos são considerados segredos comerciais proprietários e, portanto, operam de modo não transparente onde nem os usuários individualmente nem a sociedade em geral sabem por que as informações em mecanismos de busca ou *feeds* são ordenadas daquela maneira específica. O problema é agravado pela opacidade e complexidade inerentes aos algoritmos de aprendizado de máquina, de modo que mesmo criadores ou proprietários de algoritmos podem não estar cientes de seu funcionamento.

Lawandowsky e seu parceiros (2020) vão apontar para a questão da “lacuna de responsabilidade” que surge desta opacidade. A delegação de escolha para algoritmos sob condições de opacidade e complexidade levanta problemáticas sobre de quem é efetivamente a responsabilidade e quem deveria prestar contas das ações desses algoritmos. Como os agentes artificiais são capazes de tomar suas próprias decisões e como se produz um discurso de que ninguém (humano) tem controle estrito sobre suas ações, é difícil atribuir responsabilidade pelos resultados. Como, em tese, quem projeta o algoritmo não pode prever seu comportamento futuro, é fácil alegar que eles não podem ser responsabilizados moral ou legalmente por seus efeitos. Esta ligação difusa entre a intenção dos desenvolvedores e o comportamento real de um algoritmo cria uma “lacuna de responsabilidade” que é difícil de preencher com as noções tradicionais de responsabilidade (inclusive na reprodução de ações criminosas como preconceito de classe, gênero e sexualidade).

Outro problema apontado pelos autores é o emaranhado entre algoritmo e usuário. Uma vez que as interações entre o comportamento algorítmico e humano são complexas, tem sido difícil estabelecer uma ligação causal com as preferências políticas. Alguns fatores apontam para a problemática. Um deles é sobre a constante

alteração e otimização das plataformas das métricas de “relevância” em seus mecanismos de busca. Outro é o fato de os usuários formularem e negociarem as consultas de pesquisa de modo variado de acordo com a tendência política. Podemos apontar ainda a distinta negociação do ator humano diante do algoritmo de acordo com suas crenças e opiniões preestabelecidas como, por exemplo, o engajando com certos termos e *hashtags*, ações organizadas de crescimento de tendências em plataformas, uso de terminologias e outros recursos para burlar o sistema de busca¹, bloqueio de perfis com opinião distinta, entre outras. Há, portanto, uma dificuldade em estabelecer o que é produção técnica algorítmica, o que é a própria relação de poder entre os humanos de um período histórico e o que é relação humana imbrincada e potencializada pela tecnologia. Este talvez seja um dos principais desafios epistemológicos ao tratarmos de câmaras de eco e sua participação nas esferas públicas políticas.

É focando na necessidade que geralmente é requerida pela tradição teórica para o debate na Esfera Pública de serem calcados em articulações racionais-críticas como uma idealização normativa da democracia deliberativa que Del Valle e outros (2020) constituem uma codificação da deliberação on-line. Essa condição de necessidade do uso de argumentação baseada na razão crítica é tomada como um ideal a ser verificado no debate estabelecido nas ambiências digitais das plataformas de rede social. Ao reproduzirem as distintas dimensões proposta por Friess e Eilders – institucional (desenho da plataforma), comunicativa (processo de deliberação) e do desfecho (resultados da deliberação) –, os autores destacam a *dimensão comunicativa* como objeto de interesse, especialmente a produção de conteúdo on-line de representantes do poder, como deputados, a fim de mensurar seus aspectos deliberativos nas plataformas. No processo de delimitação das categorias os elementos propostos foram de identificação de atores incluídos na estratégia de comunicação, justificativas (externa e interna), reciprocidade (menções e perguntas), reflexividade (reflexão e moderação), empatia (positiva e negativa) e pluralidade (crítica, partidos, gêneros e idioma).

Por sua vez, Terren e Borge-Bravo classificaram a literatura sobre câmara de ecos considerando foco, método e descobertas dos estudos e identificaram diferenças entre pesquisas baseadas em dados de rastreamento digital, de autorrelatos (grupos focais e entrevistas) ou na combinação entre as duas anteriores. Um resultado notável do artigo é que houve uma incidência muito maior da constatação da existência de câmaras de ecos em plataformas de redes sociais em estudos focados nas comunicações e interações e baseados nos traços digitais do que entre os focados em

¹ No Brasil, podemos exemplificar isso com o diferente uso de grafia em referência ao presidente Jair Bolsonaro nas plataformas, quando usuários grafam propositalmente seu sobrenome errado ao referenciá-lo – inclusive usando caracteres que não são letras, como zero no lugar do “O” – para que o termo de seu sobrenome não seja associado as publicações e não atraia apoiadores do presidente. Além disso, há o uso de impressões de tela ao invés do uso de recursos como compartilhamento de postagem ou retuite para não dar engajamento à postagem original.

exposição a conteúdos e baseados em dados autorrelatados (Terren, Borge-Bravo 2021).

Na mesma pesquisa, os autores constatam que o efetivo problema da câmara de ecos está menos associado aos usuários que se comunicam com outros que se posicionam da mesma forma nas mídias sociais, mas também nos usuários que passivamente consomem e estão expostos principalmente ou somente a conteúdos que reforçam a atitude. Usuários que estão ativamente engajados em debates políticos sobre as redes sociais (e mais especificamente no Twitter) representam uma minoria nas câmaras de ecos em comparação com aqueles que utilizam as redes sociais para consumir conteúdo de mídia para se informar (Terren, Borge-Bravo 2021).

Há dúvidas da efetiva participação das câmaras de eco em processo de polarização nas pesquisas sobre o tema, ainda que haja grandes indícios do seu crescimento em populações mais conectadas à Internet e uma tendência de estabelecimento de câmaras de eco entre grupos mais conservadores (Lewandowsky et al. 2020). Moran Yarchi, Christian Baden e Neta Kligler-Vilenchik (2020) se preocupam em construir critérios para medição abrangente da conversa política interativa para abordar aspectos-chave da polarização política. Os autores ponderam que a homofilia não é exclusividade dos ambientes digitais e que efetivas relações heterofílicas tem se dado mais nos chamados “laços fracos”, isto é, em relações baseadas em comunicações ocasionais que não são recorrentes e potentes como os por laços sociais fortes, como amizade ou colaboração sustentada.

A proposta dos pesquisadores foi a de verificar se estabeleceu alterações diacrônicas na prevalência de padrões de interação homofílica nas plataformas e se esses padrões se tornam cada vez mais homofílicos ao longo do tempo. Os três aspectos-chaves propostos de investigação foram: (1) polarização interacional (interações de usuários homofílicos versus heterofílicos); (2) polarização posicional (as posições expressas); e (3) polarização afetiva (as emoções e atitudes expressas). Como resultados os autores notaram que há uma significativa mudança dependendo da plataforma, não sendo, portanto, um fenômeno que possa ser norma para todas as plataformas. Os autores descobriram que enquanto as interações no Twitter atendem amplamente às expectativas estabelecidas (padrões de interação homofílica, polarização posicional agravante, hostilidade intergrupar pronunciada), no WhatsApp, a despolarização ocorreu ao longo do tempo. Por sua vez, o Facebook foi considerado a plataforma menos homofílica em termos de interações, posições e emoções expressas (Yarchi, Baden, Kligler-Vilenchik 2020).

Ao formular sobre os riscos de polarização e fragmentação provocadas pelas plataformas, Cass Sunstein (2017) pontua três preocupações fundamentais do ponto de vista democrático. A primeira é o valor da exposição a materiais, tópicos e posições aos quais as pessoas não teriam escolhido com antecedência, ou, pelo menos, a exposição suficiente para produzir um grau de compreensão e curiosidade sobre a verdade (para além da sua própria vivência e opinião prévia). A segunda, a importância de uma série de experiências comuns. E por fim, uma terceira, a necessidade de

atenção para substantivas questões políticas baseadas na combinação de uma série de posições distintas sobre tais assuntos.

O autor propõem, ainda, modos de buscar uma exposição mais ampla a distintos pontos de vista com a finalidade de melhorar o mercado de comunicação, tais como produção de domínios deliberativos, divulgação de conduta relevante por redes e outros grandes produtores de comunicações, auto-regulamentação voluntária, subsídios econômicos, políticas destinadas a promover a educação e a atenção às questões públicas, o uso criativo de links para chamar a atenção das pessoas para múltiplos pontos de vista e botões de serendipidade projetados para as plataformas (Sunstein 2017).

CONCLUSÕES

Os algoritmos enquanto produto da linguagem digital, com seus zeros e uns, com seus “if”s, “else”s e “while”s, traduzindo a linguagem humana para a linguagem computável pela máquina, em processos de aprendizado de máquina que estão matemática e estatisticamente identificando padrões nas relações humanas por meio de análises massivas de dados, associado a gerência que temos dado a eles para organizar o debate social nas ambiências digitais, e ligado ainda ao modelo de negócio das empresas das plataformas de redes sociais, tem afetado nossas sociabilidades e nossa capacidade de nos organizarmos politicamente. Se a democracia, além de um regime em que os governantes são eleitos pelo povo, também se caracteriza como aquele que é governado a partir da opinião pública (Azambuja 2005), compreender as dinâmicas das esferas públicas como instância de deliberação política e suas dinâmicas implicada pelas mídias é fundamental para compreender as relações de poder na contemporaneidade. E se, ainda, os fluxos comunicacionais foram profundamente alterados pelas plataformas de redes sociais e seus algoritmos, dominar profundamente suas dinâmicas de fluxos em rede para a conversão pública torna-se igualmente basilar.

É nesse sentido que o conceito de câmara de ecos nos ajuda a compreender muitos fenômenos dos jogos de poder na contemporaneidade, abarcando seu sentido tanto como o espaço construído por meio de tecnologias em rede, quanto como coletivo imaginado que surge como resultado da intersecção de pessoas, tecnologias e práticas. Nesses espaços, as vozes dissidentes relevantes são ativamente excluídas e desacreditadas em ambiências em que circulam sumariamente discursos e fatos com viés de confirmação do próprio sistema de crenças, incluindo aí notícias que não condizem com a realidade.

A proposta deste trabalho foi o de apresentar algumas implicações metodológicas do conceito de câmara de ecos para estudos sobre esfera pública política em plataformas de redes sociais. Como vimos, a produção de câmeras de ecos incide sobre os fluxos comunicacionais em suas dinâmicas de visibilidade e na modulação do comportamento

do público. Neste sentido, podemos resumir os elementos a serem reputados quando os consideramos para pensar a esfera pública em rede em seis questões principais:

1. compreender conceitualmente que a câmara de eco não é apenas um problema de visibilidade ou acesso aos conteúdos, mas envolve também uma ação ativa dos atores humanos em produzir e manter essas espacialidades homofílicas on-line;
2. é preciso, assim, desemaranhar algoritmo e usuário em estratégias que considerem as dimensões da tecnologia da plataforma, do processo comunicativo de conversação e deliberação, e dos seus efeitos concretos na esfera política;
3. identificar e traçar de modo muito objetivo quais são os padrões homofílicos presentes em certos grupos nas plataformas é essencial;
4. definir critérios de responsabilização para as câmaras de ecos que considerem as dinâmicas próprias dos fluxos comunicacionais e do papel dos algoritmos nas plataformas é útil do ponto de vista da ação política;
5. utilizar métodos que foquem em análise de traços digitais e nos fluxos de comunicação e interação aumentam as chances de fazer aparecer as câmaras de eco em detrimento às estratégias baseadas em autorrelatos dos usuários;
6. é importante distinguir a participação de usuários que publicam ativamente nas redes sociais daqueles que prioritariamente consomem conteúdo, pois estudos sugerem uma maior participação na construção das câmaras de eco dos segundos.

REFERÊNCIAS

AZAMBUJA, Darcy, 2005. A opinião pública. In: *Introdução à ciência política*. São Paulo: Globo. pp. 259–263.

BOYD, danah, 2011. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Zizi (org.), *A Networked Self: Identity, community and culture on social network sites*. Nova York: Routledge. pp. 39–58.

DAHLBERG, Lincoln, 2018. Visibility and the Public Sphere: A Normative Conceptualisation. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418818>. Online. 3 abril 2018. Vol. 25, no. 1–2, pp. 35–42. [Acesso em 29 Jul. 2022]. DOI 10.1080/13183222.2018.1418818.

DEL VALLE, Marc Esteve, SIJTSMA, Rimmert, STEGEMAN, Hanne e BORGE, Rosa, 2020. Online Deliberation and the Public Sphere: Developing a Coding Manual to Assess Deliberation in Twitter Political Networks. *Javnost - The Public*. Online. 2 Jul. 2020. Vol. 27, no. 3, pp. 211–229. [Acesso em 17 Jul. 2022]. DOI 10.1080/13183222.2020.1794408.

DIJCK, José van, POELL, Thomas e WAAL, Martijn de, 2018. *The Platform Society: public values in a connective world*. Nova York: Oxford University Press.

FRASER, Nancy, 1990. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*. Online. 1990. No. 25/26, pp. 56. [Acesso em 26 Jul. 2022]. DOI 10.2307/466240.

FRIEDLAND, Lewis A., HOVE, Thomas B. e ROJAS, Hernando, 2014. The Networked Public Sphere. *Javnost - The Public*. Online. 2014. Vol. 13, no. 4, pp. 5–26. [Accessed 22 July 2022]. DOI 10.1080/13183222.2006.11008922.

GILLESPIE, Tarleton, 2012. The relevance of algorithm. In: GILLESPIE, T., BOCZKOWSKI, P. e FOOT, K. (orgs.), *Media Technologies*. Online. Massachusetts: MIT Press. Disponível em: <http://www.tarletongillespie.org/essays/Gillespie - The Relevance of Algorithms.pdf>

GOMES, Wilson, 2006. Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In: MAIA, Rousiley e CASTRO, Maria Ceres P. (orgs.), *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Ed. UFMG. pp. 49–62.

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

HABERMAS, Jürgen, 2006. Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*. Online. 1 Nov. 2006. Vol. 16, no. 4, pp. 411–426. [Acesso em 29 Jul. 2022]. DOI 10.1111/J.1468-2885.2006.00280.X.

LEWANDOWSKY, Stephan, SMILLIE, Laura, GARCIA, David, HERTWIG, Ralph, WEATHERALL, Jim, EGIDY, Stepahnie e ROBERTSON, Ronald E., 2020. Algorithmic content curation. In: LEWANDOWSKY, S. e SMILLIE, L. (orgs.), *Technology and Democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*. Luxemburgo: EUR 30422 EN: Publications Office of the European Union. ISBN 978-92-76-24088-4.

NGUYEN, C. Thi, 2020. Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*. Online. 1 Jun. 2020. Vol. 17, no. 2, pp. 141–161. [Acesso em 26 Set. 2021]. DOI 10.1017/EPI.2018.32.

POELL, Thomas, NIEBORG, David e DIJCK, José van, 2020. Plataformização. *Fronteiras - estudos midiáticos*. Online. 4 Abr. 2020. Vol. 22, no. 1, pp. 2–10. [Acesso em 5 Dez. 2021]. DOI 10.4013/fem.2020.221.01.

ROUVROY, Antoinette e BERNS, Thomas, 2018. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individualização pela relação? In: BRUNO, Fernanda, CARDOSO, Bruno, KANASHIRO, Marta, GUILHON, Luciana e MELGAÇO, Lucas (orgs.), *Tecnopolíticas da Vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo. pp. 107–140.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da, 2017. *Tudo sobre tod@s: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo.

SUNSTEIN, Cass R., 2017. *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.

TERREN, Ludovic e BORGE-BRAVO, Rosa, 2021. Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature. *Review of Communication Research*. Online. 2021. Vol. 9, pp. 99–118. [Acesso em 26 Set. 2021]. Disponível em: <https://rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/94>

YARCHI, Moran, BADEN, Christian e KLIGLER-VILENCHIK, Neta, 2020. Political Polarization on the Digital Sphere: A Cross-platform, Over-time Analysis of Interactional, Positional, and Affective Polarization on Social Media. *Political Communication*. Online. 2020. pp. 1–42. [Acesso em 17 Jul. 2022]. DOI 10.1080/10584609.2020.1785067.