

DIVIDIR PARA CONQUISTAR: A FALTA DE IMPARCIALIDADE NOS MEIOS DIGITAIS

Carlos Eduardo Nunes Laurentina – carlosetuardo.std@gmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina
Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima
Rua Delfino Conti s/n, Trindade
88040900 – Florianópolis – Santa Catarina

Daniela Santiago Rodrigues – sr.daniela@outlook.com

Universidade Federal de Santa Catarina
Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima
Rua Delfino Conti s/n, Trindade
88040900 – Florianópolis – Santa Catarina

Resumo: *Não é recente as discussões de ideias na sociedade, seja política, social ou até mesmo questões rotineiras. Com o advento das redes sociais, o debate de ideias vem se tornando cada vez mais frequente, trazendo a tona assuntos que passavam despercebidos por se concentrarem em discussões isoladas. Uma vez que é aberto espaço para exposição de opiniões e questionamentos, com ferramentas de compartilhamento, a informação é difundida e visibilidade é adquirida. Sendo assim, a internet se mostra como um veículo de grande importância para evolução da sociedade como um todo, informações podem ser adquiridas em diversas fontes e conhecimento é cada vez mais difundido. Em paralelo, um efeito que atrapalha essa evolução, sendo consequência da natureza humana, é a polarização de ideias e grupos. A falta de imparcialidade que as informações são difundidas, falta de ceticismo e busca constante por aprovação, por conta da pressão social. Fazendo um panorama do cenário social atual, o trabalho em questão fará uma contextualização e apontará os efeitos, causas e problemáticas da formação de polos de opiniões. Além disso, fará uma revisão de estudos a respeito da natureza humana.*

Palavras-chave: *Internet, Polarização, Bolha Social, Sensacionalismo.*

Segundo Barreto, (1999, p.1) “A informação sintoniza o mundo. Como onda ou partícula, participa na evolução e da revolução do homem em direção à sua história. Como elemento organizador, a informação referencia o homem ao seu destino; mesmo antes de seu nascimento, através de sua identidade genética, e durante sua existência pela sua competência em elaborar a informação para estabelecer a sua odisséia individual no espaço e no tempo.” Como exemplificado por Barreto o homem desde a época do *Australopithecus*, há 4 milhões de anos atrás, tem o interesse natural pela informação. Sendo este interesse despertado pelo instinto de sobrevivência ou despertado como no homem moderno pela necessidade em se manter atualizado e afiado com as questões do dia-dia, do sistema ao qual este participa e que conseqüentemente o afeta.

1.1 O Jornal

A Imprensa Nacional nasceu por decreto do príncipe regente D. João, em 10 de setembro de 1808, tendo a *Gazeta* do Rio de Janeiro seu primeiro exemplar reproduzido no papel, há mais de 200 anos atrás. O lançamento da *Gazeta* marcou o início da imprensa em nosso país, isso porque antes da chegada da família real ao Brasil toda a atividade da imprensa era proibida.

Apesar de um marco, o jornal se mostrava exclusivo, apenas as pessoas alfabetizadas tinham acesso a informação, tornando-a elitizada. Em paralelo, somente após 1821 que os homens livres e analfabetos poderiam votar. Logo, a difusão da informação assim como o seu uso circulava predominantemente na classe alta.

1.2 O Rádio

Por sua vez o rádio nasceu no Brasil por volta de 1922, onde foi transmitido a fala do presidente Epitácio Pessoa e inaugurada a primeira radiotelegrafia brasileira. As primeiras emissoras eram sociedades de amigos ou clubes, com caráter informal e motivado por pessoas curiosas com a nova propagação de informação.

O então presidente da república, Epitácio Pessoa também havia decretado a radiodifusão, porém foram necessários mais seis meses para a homologação do regulamento dos serviços. Apenas no governo de Getúlio Vargas, em 1931, houve uma manifestação para regular a atividade da radiodifusão. O Poder Público foram os gaúchos, os quais comandaram a revolução que derrubou a Primeira República. Instalada, a Junta Provisória de Governo demonstrou conhecer e se preocupar com a penetração do rádio no país. As duas ou três dezenas de emissoras no ar até 1925 eram agora centenas espalhadas por todo o Brasil - número em constante crescimento.

O rádio se tornou uma importante fonte de informação, onde famílias se reuniam ao seu redor para ouvir notícias. No contexto do Brasil, na época, eram poucos os meios de comunicação e então criava-se uma expectativa, onde ouvir as notícias pelo rádio não era apenas um ritual informativo, mas sim um momento de confraternização da família e amigos.

1.3 A televisão

A televisão teve sua pré-estreia em 1950 no Brasil, porém apenas em 1951 é inaugurada a primeira emissora de televisão no Brasil, a *TV Tupi*. De início os programas eram ao vivo e caracterizados por improviso e inspirados nos formatos populares das rádios.

A televisão se tornou muito popular, conseguindo prender a atenção do telespectador por meio da interação via imagem durante um período de tempo mais longo do que o rádio conseguia. Fazendo um paralelo com a atualidade, a televisão hoje em dia se tornou conhecida pela exibição de um grande fluxo de informação, diversos canais possuem seus conhecidos jornais das 20 horas, porém acaba se tornando mais engessada no quesito escolha do horário. O telespectador é restrito a receber a informação no horário da programação, ou seja, embora as emissoras possuam um grande fluxo de informação a sua taxa é baixa, o consumidor deve receber a informação no horário da emissora o que pode se mostrar uma desvantagem para o homem moderno, o qual se caracteriza cada vez mais por uma falta de rotina e horários diferentes do que diz “normal”. Assim, para uma pessoa autônoma que prefere trabalhar a noite, ficaria difícil acompanhar o tradicional jornal das 20 horas.

1.4 A internet

Em setembro de 1998 a internet começou sua história no Brasil quando no Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), localizado no Rio de Janeiro, conseguiu acesso à Bitnet, através de uma conexão de 9600 bits por segundo estabelecida com a Universidade de Maryland. Porém foi em meados de 94, que a Internet saiu dos limites acadêmicos aventurando-se aos olhos de brasileiros comuns.

Por sua vez a internet vem como um meio informação dinâmico e interativo, ou seja, o consumidor tem acesso a informação no momento que ele desejar e pela praticidade de estar navegando na internet este pode se inteirar de um cenário mais amplo. Assim, no tempo que seria utilizado para receber uma notícia no meio tradicional de um telejornal é possível visualizar a mesma informação por pelo menos dois canais diferentes, obtendo diferentes lados e formando por consequência uma informação mais próxima da imparcialidade.

Como mostrado anteriormente por Barreto, o homem possui não apenas o interesse de assumir o papel passivo de receber a informação, mas também de participar da sua propagação. Sendo a vontade de propagar e comentar uma notícia uma importante força motora para debates.

A internet tem como ferramenta diferencial não só a forma que a informação é recebida, mas também o nível de aceitação da informação. Através da caixa de comentários de uma notícia é possível identificar o quão relevante esta é, por conseguinte seu grau de importância não é apenas função do que está sendo difundido mas também do nível de apoio. Opiniões populares tendem a ter mais destaque e conseqüentemente serem mais difundidas, utilizando como exemplo o algoritmo de uma rede social como o

Facebook, que evidencia as publicações mais tumultuadas e com maior grau de aceitação, logo ter acesso a reação ao recebimento de uma notícia se mostra de suma importância para avaliar o real cenário ao qual a notícia participa. Uma opinião ou atitude de forma isolada pode não ter o impacto devido, porém à unanimidade gera uma consequência de destaque maior.

Devido a ferramenta da disponibilidade de aceitação de uma notícia nasce outro diferencial da propagação de notícia via internet, por vezes a repercussão de uma notícia se torna viral devido ao choque que esta pode causar nas pessoas. Assim, desperta a sensibilidade do leitor, o qual compartilha com um comentário e assim por diante, até que esta torna-se viral pelos números de compartilhamento e de acesso. Logo, pode-se concluir que a propagação de uma informação pode assumir maior velocidade no meio digital devido a interação entre as pessoas. Através do compartilhamento de uma postagem no mundo virtual é possível impactar mais pessoas do que em conversas diretas ao vivo.

2. POLARIZAÇÃO DE IDEIAS NAS REDES SOCIAIS

Observando o cenário atual do que acontece nas redes sociais, é notável uma grande divisão política e social a cerca de discussões recorrentes como qual o melhor sistema econômico, liberação ou proibição de drogas, aborto, etc. A pergunta que fica é por que isso é tão difundido na internet e porque isso é tão recorrente atualmente.

Como demonstrado no artigo *Opinions and Social Pressure*, Asch (1955), um experimento básico pôde mostrar muito sobre a natureza humana. O experimento em questão, analisava uma amostragem de pessoas que foi sujeita a um teste para avaliar qual das três linhas A, B ou C era do mesmo tamanho que uma linha de referência. O experimento era simples e o resultado inicial com essa amostragem foi de 100% de acerto, porém, quando adicionado atores que escolhiam outra linha como a certa, o resultado não foi o mesmo e pelo menos em 1/3 das vezes quem estava sendo testado marcou a opção incorreta. Tal experimento pode explicar muito bem como a pressão social funciona.

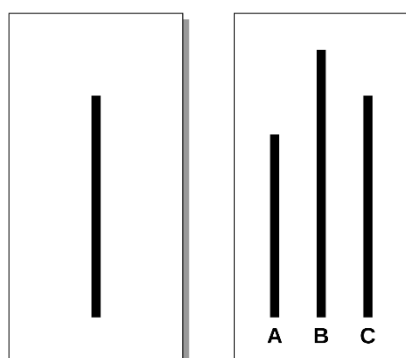


Imagem 2.1 – Experimento das linhas, retirado de: <http://psychyogi.org/asch-1955-opinions-and-social-pressure-conformity-experiment/>

Quando se participa de um grupo com opiniões em comum, isso é ainda mais preocupante, causando a chamada *polarização de grupo*. Essa teoria, abordada no livro *A era do Radicalismo* de Cass R. Sustein, observa o fenômeno que acontece quando se reúne um grupo de pessoas com opiniões moderadas sobre determinados assuntos e que a partir da discussão dos seus argumentos, muitas vezes transformam essa opinião moderada em posições radicais. Tal teoria explica que a discussão entre grupos tende a reforçar ainda mais a posição de cada um e é sobre esse fenômeno que grupos sociais extremistas se fortalecem.

Essa grande polarização ainda é favorecida uma vez que os grupos com opiniões extremas se sobrepõem muito mais, enquanto os chamados “em cima do muro” permanecem em seu eterno silêncio. Quanto mais radical a opinião, mais o indivíduo tende a tomar destaque em meio ao grupo e ganhar popularidade no mesmo, mostrando ser verdadeiramente membros legítimos. Enquanto as pessoas de opinião neutra acabam não se manifestando, dividindo todo os holofotes entre os que concordam ou discordam de um determinado assunto.

Além disso, pode-se citar o estudo de dois pesquisadores da *University of Pennsylvania*, chamado *What Makes Online Content Viral* que constatou que os assuntos mais compartilhados na internet são aqueles que despertam emoções, emoções positivas normalmente, enquanto notícias que geram emoções negativas são pouco compartilhadas. Porém, um fato curioso, é que o tipo de notícia mais compartilhado, foi aquele que desperta raiva, ou seja, o que causa indignação das pessoas. Provocando cada vez mais compartilhamento, é fácil uma notícia que causa raiva num determinado grupo causar ainda mais extremismo dessa parte, enquanto a outra tenta defender, causando ainda mais o efeito de *polarização de grupo*.

3. BOLHAS SOCIAIS

Um assunto bem discutido nos anos 2016 e 2017 na internet foi o fenômeno de bolha social que ocorria nas redes sociais. Para colaborar ainda mais com a polarização dos grupos, essas bolhas sociais nada mais são do que um apanhado do seu círculo de amigos, das informações que você busca para reforçar o que você já sabe, o comodismo de não querer buscar outro tipo de argumento contrário ou até mesmo discutir de forma civilizada com pessoas com opiniões opostas.

Esse assunto chegou a tona como forma de crítica as empresas que desenvolvem as redes sociais, uma vez que usam algoritmos de *machine learning* para selecionar as publicações que aparecerão mais frequentemente para o usuário.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vistos os efeitos e mecanismos que contribuem para essa polarização que existe nos meios sociais, o questionamento que fica é sobre o quão isso é prejudicial para o social como um todo, uma vez que é muito mais visível o extremismo hoje em dia do que o bom senso, é muito fácil citar pessoas que você conhece com opinião extrema, enquanto que é extremamente difícil lembrar daqueles que não se posicionam e saber quais as opiniões destes. Será que realmente dividir os grupos para conquistar, assim como apontava César e Napoleão, é o mais eficiente a se fazer? Qual a posição certa? Direita ou Esquerda?

Vivemos numa época privilegiada onde temos acesso a toda informação e conhecimento e mesmo assim claramente isso não é usado a nosso favor, a falta de ceticismo quando se lê uma notícia é visível, informações são compartilhadas para defender um lado da moeda sem questionar veracidade, ou mesmo identificar que alguns casos podem ser isolados.

Dentre todos esses questionamentos que vem a superfície, o mais intrigante talvez seja o por quê a sociedade está caminhando para esse caminho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASCH, Solomon E. Opinions and Social Pressure. W. H. Freeman And Company. São Francisco, p. 1-8. nov. 1955. Disponível em: <<http://www.uvm.edu/pdodds/teaching/courses/2009-08UVM-300/docs/others/everything/asch1955a.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2017.

ALBUQUERQUE, Almir. **O fenômeno da Polarização de Grupo**. Disponível em: <<http://www.panoramicasocial.com.br/2014/04/o-fenomeno-da-polarizacao-de-grupo.html>>. Acesso em: 28 nov. 2017.

Berger, Jonah A. and Milkman, Katherine L., What Makes Online Content Viral? (December 25, 2009). Disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1528077> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1528077>.

A QUESTÃO DA INFORMAÇÃO . São Paulo: Fundação Saede, 1994. Disponível em: <<http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/BARRETO%20A%20Questao%20da%20Informacao.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

NACIONAL, Imprensa. A História da Imprensa Nacional. 1. Disponível em: <<http://portal.imprensanacional.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/a-imprensa-nacional>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

MARA DE SOUZA, Renata. ANALFABETISMO NO BRASIL. 2015. 35 f. Projeto de pesquisa (Curso de pedagogia)- FACULDADE DE PARÁ DE MINAS-FAPAM, Pará de Minas-MG, 2015. 1. Disponível em: <http://fapam.web797.kinghost.net/admin/monografiasnupe/arquivos/19072016191430Renata_Sousa.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2017.