

---

## Manipulação algorítmica: filtros bolhas e o impacto da IA na desinformação<sup>1</sup>

Gabriel Del' Arco Vinhas COSTA<sup>2</sup>

Lucas Alves do NASCIMENTO<sup>3</sup>

Cláudia Regina Dantas ARAGÃO<sup>4</sup>

Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA

### RESUMO

O presente artigo tem como objetivo discutir a relação entre os filtros-bolha, gerados por algoritmos, as inteligências artificiais (IAs) e a produção de notícias falsas. Para isso analisou-se diversos autores da área para fundamentar a discussão e foi feita uma experiência para demonstrar a facilidade em criar conteúdos falsos através de IAs. Observou-se se que, com o auxílio das ferramentas disponíveis, a produção de notícias falsas em larga escala tornou-se simples e rápida. Portanto, conclui-se que essa combinação tem um potencial perigoso de promover desinformação, prejudicando a sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** filtros-bolhas; inteligência artificial; desinformação; fake News; comunicação

### INTRODUÇÃO

A ascensão do digital na sociedade contemporânea transformou diversos contextos da sociedade, tais como a comunicação e a política. Dentre essas transformações, foram introduzidas diversas ferramentas com a proposta de automatizar tarefas, facilitar análises e diminuir os erros. Mas, como toda tecnologia, essas ferramentas também podem ser usadas para atingir objetivos através da manipulação, do controle, e da enganação.

Dessas ferramentas, os algoritmos que, de acordo com André Lemos (2021), são a base da cultura digital, hoje exercem um grande impacto na relação entre o ser humano

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Nome gerado com auxílio do Chat GPT.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: bielvinhas@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: lucas.mprecisao@gmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora Dra. do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: caragao@uneb.br

---

e as redes. Segundo a teoria Ator-Rede de Bruno Latour (2012) o homem é influenciado e exerce influência de forma mútua com as coisas que se relaciona, sendo elas humanas ou não. Com o universo digital não é diferente, mas, nesse caso, entra um terceiro ator que é o algoritmo. O algoritmo é uma ferramenta de processamento de dados que, a partir de diversas informações do usuário, determinam como o sistema vai agir, o que ele vai mostrar e o que deixará velado. Dessa forma, ele funciona não como um intermediário, mas como mediador influenciando todas as nossas escolhas (Lemos, 2021).

Nesse sentido, os estudos do pesquisador e ativista francês, Eli Pariser, descritos em seu livro “O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você”, oferece uma análise exploratória do funcionamento dos algoritmos que regem as redes sociais digitais. Pariser demonstra como as empresas de tecnologias, na busca por cada vez mais audiência, tem potencializado o fenômeno dos “filtros bolhas”. Dessa maneira, o autor permite uma análise a fim de entender os impactos sociais decorrente de ambientes de informação fragmentada. Sendo assim, os escritos de Pariser revela a necessidade de discutir a influência dos algoritmos no processo de disseminação de informação.

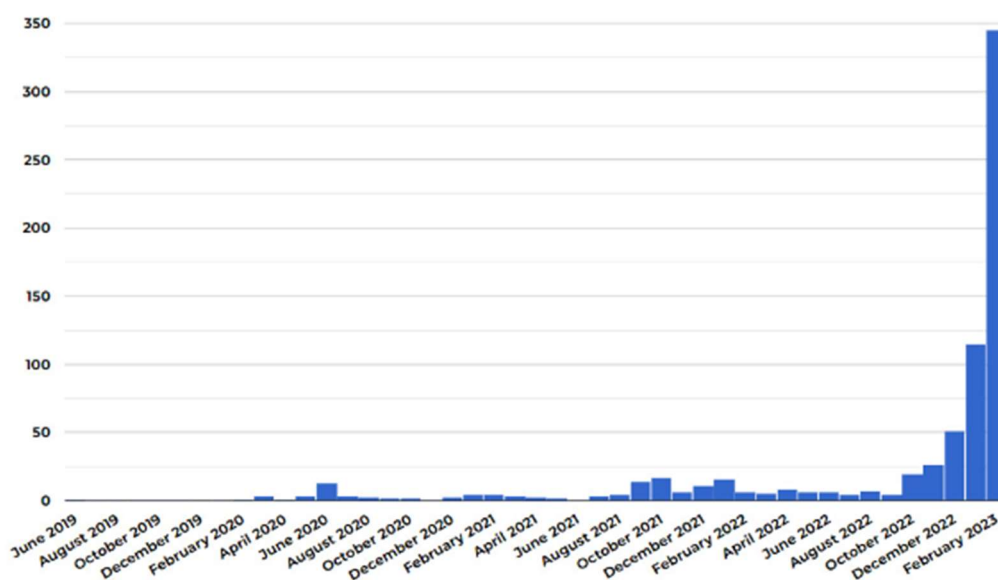
Apesar dessa recente difusão, a ideia de máquinas que “pensem igual humanos” já é debatida há muitos anos, em 1980 pesquisadores já propunham formas de fazer com que máquinas aprendessem a partir dos dados fornecidos. As inteligências artificiais que se popularizaram em 2022 com o lançamento da IA da OpenAI, o Chat GPT, já se provaram extremamente eficazes nas ações submetidas, na criação de imagens, construção de textos, reconhecimento de padrões, entre outras. Hoje em dia, as IAs já são uma realidade, estão constantemente em contato com o dia a dia, influenciando e sendo influenciada, apenas na Google já são mais de 100 serviços que usam IA (Kaufman, 2022).

Nesse contexto digital essas ferramentas e diversos usuários com seus interesses privados estão em constante conflito, a efetividade desses instrumentos pode se tornar um elemento de radicalização desses confrontos.

Numa realidade em que as pessoas têm total liberdade de tornar pública qualquer informação, somado a formas extremamente eficazes de gerar conteúdo a quantidade de informações se torna colossal. Como exemplo, a plataforma *Clarkesworld Magazine*, que é um espaço para as pessoas que escrevem histórias de ficção científica e fantasia publicam seus trabalhos, teve um aumento gigantesco de textos recusados por plágio,

onde o uso de IA está incluído, nos primeiros meses de 2023, como mostra o gráfico (Clarke, 2023)

**Figura 1** – Gráfico de textos recusados pela Clarkesworld por uso de inteligência artificial



Fonte: Disponível em: <https://neil-clarke.com/page/2/>. Acesso em 10 jun.2024

O aumento do número de textos feitos com inteligência artificial coincide com a popularização das IA depois do lançamento do Chat GPT (Clarke, 2023)

Essa capacidade de produção de informações extremamente eficiente acaba colocando em xeque a veracidade das mesmas. O poder de criação nas mãos de uma pessoa com seus próprios interesses acaba abrindo espaço para a geração e difusão de falsas narrativas e histórias inventadas em larga escala.

O presente trabalho tem como objetivo discutir a relação entre os filtros-bolha, gerados por algoritmos, as inteligências artificiais (IAs) e a produção de notícias falsas. E demonstrar como se tornou fácil manipular informações, criar narrativas falsas e difundi-las a fim de modificar a opinião do público.

### **AMBIENTES DE INFORMAÇÃO FRAGMENTADA: FILTROS BOLHAS**

A informação, segundo Belkin (1978), é tudo aquilo que modifica a estrutura mental do indivíduo, agregando conhecimento e transformando seu entorno social. Ao

longo dos anos, tal conceito passou por transformações e aperfeiçoamento. Inicialmente, a informação foi entendida como algo estático e vinculado à transmissão de dados, como na comunicação oral e escrita. Posteriormente, Shannon (1948) definiu a informação como a medida da redução da incerteza em uma mensagem, dando um sentido de quantidade ao conceito. Na cultura digital, a informação se apresenta em um novo paradigma. Se antes a informação se apresentou como redutora de incertezas, na era dos computadores, o grande volume de informações tem gerado ruídos ou incertezas.

Quando os usuários fazem uma pesquisa e são expostos a um grande volume de possibilidades de respostas, isto impacta sua escolha (Schartzwz, 2004), aumentando, nesse sentido suas incertezas agregadas, e, concomitantemente, os aspectos indesejados decorrente da sensação psicológica de decidir. Colocado dessa forma, a quantidade de informação se diferencia da análise feita por Shannon (1948). Pelo contrário, o que se nota é que o alto volume de possibilidades de respostas termina por ampliar a incerteza. É o que para Wilson (1997) pode ser entendido como “sobrecarga cognitiva”. Sendo assim, a oferta volumosa de possibilidades associada a incapacidade humana de processar tal volume, acaba por projetar um sentimento de insatisfação.

Entretanto, a necessidade de mais informações do que as disponíveis também pode ser angustiante. Na tentativa de diminuir a ansiedade pela falta de informações, o ser humano naturalmente busca identificar padrões, recorrências e semelhanças. Esta predisposição foi definida por Simon (1956) como *satisficing*, uma junção das palavras em inglês "satisfazer" e "suficiência". Para o autor, na tentativa de diminuir o esforço mental para tomada de decisão e aumentar a sensação de satisfação, "os tomadores de decisão podem satisfazer encontrando soluções ótimas para um mundo simplificado ou encontrando soluções satisfatórias para um mundo mais realista". Na perspectiva da informação, fatos desconhecidos, sejam eles verdadeiros ou falsos, podem acabar sendo estereotipados a fim de os tornar familiares e mais próximos da realidade que é satisfatória. Portanto, embora na era digital o volume de produção de informação cresça de modo exponencial, cognitivamente, o ser humano está condicionado a buscar contextos de certezas e satisfações para facilitar a tomada de decisão.

Os algoritmos surgem na tentativa de corresponder a essa necessidade humana. Essa determinada sequência numérica é capaz de executar ações (*output*) a partir de comandos (*input*) processando bases infinitas de dados. Analisando os impactos da tecnologia, Lemos (2021) argumenta que atualmente vivemos a cultura dos algoritmos,

---

uma vez que eles, não apenas processam informação e realizam tarefas, estão também influenciando no processo de tomada de decisão. Inicialmente os algoritmos foram caracterizados em uma perspectiva apenas positiva para a sociedade, através da curadoria de informação que é feita em plataformas digitais como Amazon, Netflix, Spotify e de redes sociais. Por intermédio dos algoritmos, as inúmeras horas gastas em uma locadora buscando um filme semelhante ao último que gostou, foram reduzidas a poucos minutos com uma lista de sugestões com base em dados privilegiados (catálogos já assistidos e favoritos).

Lemos (2021) adverte que, embora no mundo analógico já exista desde muito tempo processos de curadoria para facilitar tomadas de decisões, a lógica digital, por outro lado, retrocedeu ao tornar essa estratégia "um demônio invisível, opaco, no meio do sistema, filtrando, redirecionando ou nos fazendo agir de determinada maneira". As plataformas que utilizam algoritmos para seu funcionamento coletam inúmeros dados dos seus usuários, no entanto, são pouco transparentes de que maneira fazem o uso deles. Para Moreschi (2024), a falta de transparência no tratamento de dados gera diversas preocupações, pois os indivíduos perdem o controle sobre suas informações. Sendo assim, embora os algoritmos produzam soluções benéficas, a de se analisar as consequências das suas utilizações.

Somado a isso, os algoritmos também desempenham um papel de filtragem de informação. As redes sociais online (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) utilizam dos algoritmos para, com o argumento de personalização para o usuário, cumprir essa função filtrante ou direcionadora dos conteúdos (Pellizzari e Junior, 2019). Nessas plataformas, as informações que são publicadas não chegam aos usuários de modo uniforme, pelo contrário, são, internamente e por decisão dos algoritmos, fragmentadas com base em gostos e predileções de cada um, a partir de dados previamente coletados. Para esse fenômeno Eli Pariser (2012) cunhou o termo “filtro invisível”, em seu livro com mesmo nome, o autor critica essa ideia de “personalização” que as redes sociais fazem propaganda.

Embora ofereça soluções primárias ao indivíduo, ao fornecer conteúdos com maior probabilidade de satisfazer, essa personalização algorítmica pode produzir consequências negativas significativas para a sociedade. Pariser (2012) argumenta que os filtros invisíveis limitam a diversidade de informações às quais os usuários são expostos, criando bolhas informacionais. Quando analisou o algoritmo da rede social Facebook, o

---

autor identificou que, a partir das curtidas e compartilhamentos que são feitas aos conteúdos, ocorre um reordenamento das informações que poderão aparecer para usuário A e não para usuário B. Dessa forma, a rentabilidade para anúncios na rede social se torna mais eficiente. Ou seja, quanto maior a capacidade de ofertar informação, embora fragmentada, pessoalmente de interesse, maior será o interesse para os anunciantes nas plataformas como Instagram e Facebook. A personalização algorítmica, portanto, favorece interesses particulares, sejam eles os dos usuários ou das plataformas, e sacrificam os da sociedade.

As bolhas digitais, em que a informação é fragmentada, favorecem opiniões polarizadas e dificultam a identificação de desinformações. Segundo Perosa (2017) os seres humanos tendem a acreditar nas informações que corroborem com a sua visão de mundo particular, independentemente da sua correspondência com a realidade. Nesse sentido, percebe-se o potencial de alienação decorrente do isolamento digital. O consumo de informações passa a ser julgado apenas pelo potencial de satisfação e não mais de verdadeiro ou falso. As chamadas *fakes news* (notícias falsas) se favoreceram desse ambiente e atingiram níveis de preocupação alarmantes. No contexto da pandemia da Covid-19, autores disseminaram o termo “infodemia” para tentar explicar a epidemia nociva de informações falsas que circulava sobre a doença. Lemos (2021), em seu livro “A Tecnologia é um Vírus: Pandemia e Cultura Digital”, faz uma importante correlação entre fake news e algoritmos. Cita que o conteúdo sabidamente falso é criado “para atingir grupos ou pessoas, tendo como motor a lógica da performatividade algorítmica das redes sociais” (Lemos, 2021, p 115).

Com o aperfeiçoamento e popularização das inteligências artificiais generativas, utilizadas para criar novos conteúdos, como texto, imagens, música, áudio e vídeos, um novo fator se soma às preocupações em relação à produção de desinformação. Essas tecnologias passaram a permitir a criação de conteúdos com níveis de sofisticação próximos dos reais. Na visão de Pellizzari e Junior (2019) a IA possibilita o desenvolvimento de algoritmos inteligentes, que aprendem com a própria experiência e passam a selecionar autonomamente as variáveis que consideram mais adequadas para solucionar o problema proposto. Essas ferramentas, uma vez que não são treinadas para evitar a produção de conteúdos sabidamente falsos, se receberem o comando para produzir uma fake news, utilizaram todos os conhecimentos a fim de obter resultados sofisticados e que correspondem ao que foi solicitado.

---

Sendo assim, o acesso à informação enfrenta um ambiente de fragmentação. Enquanto antes a quantidade de informação era entendida como necessária para reduzir incertezas, na cultura digital, o grande volume disponível passou a refletir sobrecargas cognitivas e aumentar dúvidas. Nesse sentido, os algoritmos, inicialmente desenvolvidos para facilitar a disseminação de informação e de tomadas de decisão, também apresentam desafios para a sociedade, ao personalizarem os conteúdos apresentados aos usuários, criando “bolhas informacionais” que reforçam visões de mundo particulares e dificultam a diversidade de opiniões. Essa fragmentação, se apresenta potencialmente agravada pelo uso de IA. Assim, suscitando a necessidade de análise em relação a esse fenômeno.

### **IA COMO POTENCIALIZADORA DA DESINFORMAÇÃO**

O ser humano por diversas vezes durante o curso da história utilizou da manipulação de informações para atingir objetivos. É possível levantar diversos eventos com o passar dos anos onde a comunicação foi usada para tentar abalar a opinião pública. O primeiro exemplo remonta aos anos 44 a.C depois do assassinado do até então governante romano Júlio César. Já no final do império, esse evento fez eclodir uma guerra civil onde o cenário político se viu dividido entre o general Marco Antônio e o sucessor de Júlio César, Otaviano e a desinformação foi amplamente utilizada para tentar manipular a opinião pública. Nesse contexto, Otaviano utilizou melhor das artimanhas propagandísticas, criando e compartilhando slogans curtos difamando a imagem de Marco Antônio e o associando a características como “bêbado e mulherengo” (Dourado, 2020).

Outro acontecimento que envolve as notícias falsas aconteceu no ano de 1475 em Trento, na Itália, onde, após o desaparecimento de uma criança de cerca de 2 anos, um padre começou a pregar sermões acusando a comunidade judaica. Na visão do padre, os judeus teriam sequestrado a criança, retirado seu sangue e bebido no dia da páscoa. Quando o rumor começou a se espalhar, em resposta, o príncipe-bispo de Trento ordenou que os judeus da cidade fossem todos presos e torturados, 15 deles foram condenados e queimados na fogueira (Soll, 2016).

Com isso, percebe-se que a manipulação de informações como forma de manipular as pessoas não é um fenômeno recente. Inclusive, quando se enxerga a

---

informação como uma ferramenta de dominação é possível entender que a privação ou a omissão de fontes confiáveis sempre foi uma forma muito eficiente de controle das massas. Um exemplo está justamente na idade média quando a igreja detinha para si tudo relacionado a leitura e a escrita. Dessa forma ela mantinha a população analfabeta e poderia ditar o que eles saberiam ou não. Essa “ditadura da informação” só começa a ser rompida com a invenção da prensa de Gutenberg em 1439, que iniciou um processo onde os materiais publicados fugiam do crivo da igreja ou do governo. Mas, mesmo com essas novas formas de levar informação para as pessoas, a força que a informação tem ainda se mantém juntamente com o interesse em manipular a opinião pública. Dessa maneira vão surgindo novas estratégias e formas de manter essa censura até os dias atuais.

Com o passar do tempo mudaram as formas de se veicular e os meios de se produzir notícias falsas foram mudando. Se no Império Romano, para transmitir alguma informação, eram cunhadas e distribuídas moedas, hoje tudo se resume em um post no Twitter (Dourado, 2020). Diante de todas as transformações e de todas as mídias que surgiram, a potência das notícias falsas fica cada vez maior, por causa da maior capacidade de atingir pessoas.

Basta olhar para a moeda e pensar em quantas pessoas elas atingiram e quanto tempo levariam. Mesmo que não fossem moedas, mas já pensando no jornal impresso, ainda levaria muito mais tempo e atingiria muito menos pessoas do que a internet é capaz de atingir. Além de se tratar de uma rede que une computadores de todo o mundo, outro fato que contribui para a difusão de informação são as redes sociais digitais que juntam bilhões de pessoas em um mesmo espaço sob uma lógica de mercado que sugam os dados dos usuários e controlam tudo o que será apresentado (Lemos, 2021).

Com esse ambiente de liberdade disponível para a veiculação de notícias falsas o impacto que elas têm fica bastante expressivo. Como exemplo podemos citar o período da pandemia de Covid-19 onde houve, juntamente, uma “infodemia”, como disseram os profissionais da saúde nesse período (Lemos, 2021). Enquanto presos em casa, a população se deparou com a mais vasta gama de informações falsas, sejam elas sobre medicamentos, vacinas, tratamentos e formas de prevenção do vírus. Essas informações foram rapidamente distribuídas em diversas redes sociais como grupos de WhatsApp e logo vieram as consequências: pessoas tomando remédios de forma indiscriminada que



---

já havia sido provada a sua ineficácia, pessoas negando as vacinas e negando as respostas dadas pela comunidade científica. Com isso diversas pessoas perderam a vida, muitas vezes até sem saber a verdade.

Vale a pena ressaltar o que se entende por notícia falsa. De acordo com Tatiana Dourado (2020) “fake News são aqui apresentadas como um tipo específico de informação com potencial de gerar engano ou desinformação porque faz com que os indivíduos assumam como verdadeiro e real o que é mentiroso e falso. Conseqüentemente, peças de fake News induzem as pessoas à ignorância dos fatos e constroem versões inverídicas, mas convenientes, sobre o que realmente se sucedeu.” (Dourado, 2020, p 40).

Na verdade, o termo “fake news” já é questionado por alguns pensadores. O estrangeirismo acabou se tornando um termo coringa para se referir a toda e qualquer questão envolvendo informação. Pode ser realmente uma notícia falsa, ou uma teoria, ou uma mentira ou apenas um boato. No fim das contas, de acordo com (Sullivan 2017, citado por Dourado, 2020, p 41) “Em vez disso, chame-se uma mentira de mentira. Chame-se uma farsa de uma farsa. Chame-se uma teoria da conspiração pelo seu nome de direito. No fim das contas, ‘fake news’ é uma expressão imprecisa (...)”.

Agora, entendendo o que são as notícias falsas, que elas não são recentes e que são potencializadas pela internet, se torna necessário refletir um novo catalisador nessa questão, que são as IAs. As inteligências artificiais generativas, são as que “criam” conteúdo como o Chat GPT e o Mid Journey, trabalham através de redes neurais que usam dados para determinar a probabilidade de um evento acontecer e produzir um tipo de linguagem, seja ela textual ou não (Kaufman, 2022). Como exemplo pode-se usar o Chat GPT. A partir de um prompt, um comando dado por uma pessoa, a rede neural criada pela Open AI analisa a o que foi pedido e, a partir dos dados inseridos nos seus bancos, faz cálculos estatísticos tentando prever qual será a resposta mais satisfatória.

Nesse sentido, com uma ferramenta desenvolvida recentemente ainda existem diversos debates éticos e práticos quanto ao uso das IAs. Mas para a criação das notícias falsas esses debates são irrelevantes visto que a veracidade ou a credibilidade dos fatos não estão em jogo. Se os resultados obtidos forem convincentes de nada importa a origem e nesse ponto as inteligências artificiais são bastante precisas.

---

Além da capacidade de fazer com que a notícia pareça verdadeira, as IAs fazem todo esse processo de forma extremamente rápida e simples. O que antes seria necessário um certo conhecimento de informática, edição de imagem e design, hoje são necessários apenas alguns cliques e um conhecimento superficial de criação de prompt são necessários para criar toda uma narrativa.

Juntando todos os fatores expostos é possível perceber uma combinação potencialmente perigosa. O interesse em manipular a opinião pública faz com que tenham pessoas buscando criar notícias falsas deliberadamente em busca de seus desejos. A polarização é outro ponto que contribui, já que quando a população se divide em dois grupos opostos e distantes acaba criando um cenário ideal para a difusão de mentiras. Junto com a polarização estão os algoritmos que mostram apenas um lado do fato criam “filtros bolhas” que podem ser embebidos com notícias falsas formando uma barreira onde não há acesso à totalidade dos fatos. A internet e as redes sociais como meio de distribuição fazem com que as notícias tenham um alcance muito grande e consigam atingir muitas pessoas sem muito esforço. Por fim, as IAs criam conteúdos extremamente convincentes e de forma muito simples e rápida, possibilitando uma produção em massa. Nesse cenário, é criada uma realidade onde é muito fácil controlar a população através da falsificação de informações.

### **DEMONSTRANDO UMA EXPERIÊNCIA COM IA**

Para tentar visualizar melhor toda a questão levantada, de como se tornou fácil produzir conteúdo na internet, foi feito um teste. Durante a disciplina de Tecnologias da Comunicação do curso de Relações Públicas da UNEB, semestre 2023.1, elaboramos como trabalho final da disciplina, a criação marcas fictícias e algumas notícias sobre as mesmas usando apenas inteligências artificiais.

Primeiramente foi feita uma curadoria de inteligências artificiais que criavam imagens de forma gratuita, alguns exemplos foram: Tensor.art,<sup>5</sup> Seaart<sup>6</sup>, Copilot<sup>7</sup>, LimeWire,<sup>8</sup> Leonardo AI,<sup>9</sup> Civitar<sup>10</sup> entre outros. Então foi feita uma seleção baseada na

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://tensor.art/>

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.seaart.ai/>

<sup>7</sup> Disponível em: <https://copilot.microsoft.com/>

<sup>8</sup> Disponível em: <https://limewire.com/>

<sup>9</sup> Disponível em: <https://app.leonardo.ai/image-generation>

<sup>10</sup> Disponível em: <https://civitai.com/images>

que demonstrou melhores resultados durante os testes, foram selecionadas a Tensor.art e o Copilot. Com as duas IAs foram criadas cinco marcas totalmente fictícias de água mineral, foram: Mineral, Glacial, Sahara, Del’ Arco e Blue, através das duas IAs antes mencionadas, com o seguinte prompt: crie uma imagem realista de uma garrafa d’água da marca “mineral”. A partir da imagem criada foram feitas adaptações no prompt para mudar os modelos.

**Figura 2** – Marcas de água mineral criadas pela IA



Fonte: criadas pelas IAs Tensor.art e Copilot, respectivamente.

O tempo para estudar todas as IAs, fazer e testar um bom prompt, corrigir erros e terminar as imagens foi de apenas 4 horas. Depois, através do Chat GPT foram criados títulos de notícias e alguns textos sobre as marcas. O Chat GPT foi escolhido por ser o mais usado e por ser extremamente simples. Então, o tempo para pensar as narrativas, criar os textos, revisar e corrigi-los foi também de 4 horas. Por fim, foram escolhidos alguns sites de jornais de relevância nacionalmente e no estado da Bahia como, G1, A Tarde e Folha de São Paulo para servir de molde. Então colando as informações e as imagens nos sites estavam prontos prints de notícias falsas prontos para serem distribuídos em todas as redes.

**Figura 3** – Notícia sobre a marca criada usando a IA e um modelo de notícia do G1.



Fonte: notícia criada pelo Chat GPT e editada no modelo

Como eram duas pessoas trabalhando de forma simultânea, todo o trabalho foi feito em apenas uma tarde. E vale ressaltar que nesse período teve muito tempo perdido para aprender e pesquisar sobre. Ou seja, em menos de 4 horas foram feitas 5 narrativas fictícias com diversas notícias sobre prontas para circularem nas redes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações decorrentes da cultura digital na sociedade contemporânea têm provocado profundas mudanças em diversos contextos, como na área de comunicação. Essas mudanças foram acompanhadas pelo desenvolvimento e adoção de ferramentas tecnológicas que visam automatizar tarefas, facilitar análises e reduzir erros. No entanto, essas mesmas ferramentas também podem ser usadas para manipulação, controle e disseminação de desinformação. Os algoritmos, fundamentais na cultura digital, desempenham um papel crucial na relação entre humanos e redes. Eles influenciam nossas escolhas, funcionando como mediadores que determinam o que vemos e o que permanece oculto. Assim, a presença dos algoritmos levanta questões sobre transparência e o impacto na disseminação de informações.

No ambiente fragmentado de informações, há uma sobrecarga de conteúdo que aumenta as incertezas dos indivíduos. Embora o volume de informação já tenha sido percebido como redutor da incerteza, hoje a realidade é de quantidade excessiva de conteúdos gerando ruídos e incertezas. Em oposição a isso, a necessidade humana é por padrões e familiaridade, o que leva as pessoas a buscarem realidades simplificadas que as satisfaçam. Os algoritmos, que surgiram como resposta a essa necessidade, oferecendo personalizações e curadoria de conteúdos, são também responsáveis pelo fenômeno dos filtros bolha.

Mais recentemente, a facilidade com que notícias falsas podem ser criadas e disseminadas na internet ampliou o impacto das desinformações. A capacidade das IAs de gerar conteúdos sofisticados de maneira rápida e simples, combinada com os ambientes das bolhas informacionais agravaram a nocividades das redes sociais. Atualmente caracterizadas por divisões polarizadas, fake news e manipulação da opinião pública.

Dessa forma, nota-se que o potencial de aumentar as capacidades de criação e disseminação dessas notícias falsas é bastante grande. Por isso, há de se ampliar os estudos acerca dos impactos dessa combinação a fim de, cada vez mais, combater todas as formas de desinformação.

## REFERÊNCIAS

BARRETO, Francisco; HENRIQUE, Bruno. **Bolhas Sociais e seus efeitos na Sociedade da Informação**: ditadura do algoritmo e entropia na Internet. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, v. 5, n. 2, p. 57–57, 2019. Disponível em: <<https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/5856>>. Acesso em: 22 jun. 2024.

CLARKE, Neil. **A concerning Trent**. Neil Clarke, 2023. Disponível em: <https://neil-clarke.com/page/2/>. Acesso em 10 jun.2024

DOURADO, Tatiana. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Salvador: UFBA, 2020

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial**. Grupo Autêntica, 2022. E-book. ISBN 9786559281596. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559281596/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

---

LATOURE, B. **Reagregando o social**: uma introdução à Teoria do AtorRede. Salvador: EDUFBA, 2012.

LEMOS, André. **A tecnologia é um vírus**: pandemia e cultura digital. Porto Alegre: Sulina, 2021

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

PAULO, Lucas Moreschi. **Opacidade dos algoritmos e a necessidade de transparência**: garantindo explicabilidade. Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidspp/article/view/23632>. Acesso em: 22 jun. 2024.

PEROSA, Teresa. **O império da pós-verdade**. Disponível em <http://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 27 jun. 2024

SCHWARTZ, Barry. **The Tyranny of Choice**. Scientific American. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/article/the-tyranny-of-choice/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

SIMON, Herbert. **Rational Choice and the Structure of the environment**. Psychological Review, v. 63, n. 2, p. 129–138, 1956.

SOLL, J. **The long and brutal history of fake news**. Political Magazine, 2016. Disponível em: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535/>. Acesso em: 27 jun. 2024

SULLIVAN, M. **It’s time to retire the tainted term ‘fake news’**. The Washington Post, 2017. Disponível em: . Acesso em: 18 dez. 2018.