

A Comunicação Pública Governamental na era dos Filtros Bolhas¹

Lucas Alves do NASCIMENTO²
Cláudia Regina Dantas ARAGÃO³
Universidade do Estado da Bahia – UNEB

RESUMO

A comunicação pública governamental possui a função social de informar, educar, comunicar e mobilizar o cidadão, visando o acesso amplo à informação de interesse público. Contudo, a cultura digital e as redes sociais, ao mesmo tempo que ampliaram a disseminação da informação, criaram desafios através de algoritmos que fragmentam e limitam o acesso a conteúdos diversos, gerando “filtros bolhas”. Este ensaio analisa a relação entre a comunicação pública governamental e o fenômeno dos filtros bolhas, explorando as implicações do uso de plataformas digitais que personalizam a informação. Através de pesquisa bibliográfica, busca-se entender o funcionamento dos filtros bolhas e correlacioná-los aos desafios da comunicação governamental na cultura digital. A pesquisa justifica-se pela necessidade de os governos se comunicarem de forma plural em um cenário alarmante de desinformação.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; governo; filtros bolhas; algoritmos; cultura digital

INTRODUÇÃO

A comunicação pública governamental cumpre um papel social essencial ao informar, educar e mobilizar a população, colocando o cidadão no centro do processo. Para isso, os governos, independentemente de suas orientações ideológicas, precisam

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Tecnologia e Sociedade, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Professor do Curso de Relações Públicas da Universidade Estadual da Bahia, email: caragao@uneb.br

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso Relações Públicas da Universidade Estadual da Bahia, email: lucas.mprecisao@gmail.com

garantir o amplo acesso à informação pública por meio de ferramentas institucionais. A cultura digital, entretanto, transformou esse cenário ao expandir o alcance das informações nas redes sociais, mas também ao submetê-las à lógica dos algoritmos, que tendem a reforçar visões pré-existentes e limitar o acesso a perspectivas plurais.

Zémor (1995) define a comunicação pública como uma prática institucional voltada à troca de informações de interesse coletivo e ao fortalecimento do vínculo social. Nesse sentido, é indispensável que os governos estejam presentes nas redes sociais, onde os cidadãos já se encontram, ainda que essa presença os exponha às distorções provocadas por ambientes algoritmizados. Este ensaio propõe analisar como os chamados “filtros bolhas” influenciam a comunicação pública governamental nesse novo contexto.

A pesquisa, de natureza bibliográfica, analisará os impactos da comunicação pública em plataformas digitais que personalizam conteúdos, afetando o acesso plural à informação. A urgência do tema se dá pelo avanço da desinformação e da intolerância ao pensamento diverso. Serão utilizados autores como Pierre Zémor (1995), Eli Pariser (2012), Elizabeth Brandão e André Lemos (2021).

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ALGORITIMOS

A Comunicação Pública Governamental desempenha um papel relevante na transparência e na promoção das informações de interesse público. Para Zemor (1995), essa ferramenta é essencial para informar, ouvir e relacionar-se com os cidadãos, assegurando que as atividades e decisões dos poderes públicos sejam acessíveis e compreensíveis. Diferentemente da comunicação oficial, cujo foco é apenas a divulgação institucional, a comunicação pública visa promover o interesse público e fortalecer a democracia através do diálogo e da participação cidadã (Martins, 2016). Interesses particulares ou propensões ideológicas que diminuam a pluralidade da informação de interesse coletivo não devem fazer parte da comunicação pública. Os canais governamentais devem promover um espaço de diálogo que incentive os debates na arena pública e consolide a democracia.

Durante o governo militar de João Figueiredo, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) foi criada para implementar políticas que

promovessem o desenvolvimento nacional internamente e melhorassem a compreensão sobre o Brasil externamente. A Secom militar buscou ativamente desenvolver ferramentas para incentivar uma visão positiva do governo, reforçando valores de interesse do regime. Assim, a Comunicação Pública exercida por este órgão teve um papel estratégico para os objetivos governamentais da época.

A efetividade das políticas públicas também está diretamente ligada à qualidade da comunicação governamental. Para Zémor (2008), comunicar é uma forma de ação pública. Um exemplo marcante foi o Plano Real, que enfrentou desconfiança popular. O governo, por meio do então Ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso, utilizou estratégias de comunicação em diversos canais para explicar as medidas econômicas e conquistar apoio. A linguagem acessível e a presença em programas populares contribuíram para a aceitação do plano e a estabilização da economia.

Com a digitalização da sociedade, os governos passaram a utilizar as redes sociais para ampliar o alcance e a velocidade da comunicação. Zémor (1995) ressalta que a comunicação pública legitima políticas ao unir informação e engajamento. Plataformas como Facebook e YouTube tornaram-se centrais nessa relação entre Estado e sociedade. No entanto, como aponta Pariser (2012), os algoritmos dessas redes priorizam interações e cliques, e não o interesse público, o que gera uma tensão com os princípios da comunicação pública, como também adverte Brandão (2009).

A fragmentação informacional é acentuada pelos “filtros bolhas”. Se antes a informação reduzia incertezas, hoje o excesso de dados gera confusão, ampliando a dúvida e causando sobrecarga cognitiva (Shannon; Schartz; Wilson, 1948, 2004, 1997). Simon (1956) explica que, diante dessa tensão, buscamos padrões e satisfações mínimas (“satisficing”), recorrendo a estereótipos para tornar o desconhecido mais familiar. Mesmo com o aumento da oferta de informações, predomina a busca por segurança cognitiva.

De acordo com André Lemos (2021) os algoritmos respondem a essa demanda, processando dados e influenciando decisões. Inicialmente bem vistos por facilitar escolhas em plataformas como Amazon e Netflix, hoje são criticados por sua opacidade e poder de manipulação. O autor os descreve como um “demônio invisível” que filtra e redireciona comportamentos. Além disso, a coleta massiva de dados pelos sistemas,

sem transparência sobre seu uso, levanta preocupações sobre a perda de controle informacional (Moreschi, 2024)..

Os algoritmos das redes sociais filtram e direcionam informações com base em preferências individuais, personalizando conteúdos a partir de dados coletados dos usuários (Barreto e Henrique, 2019). Essa lógica fragmenta a distribuição de informações e reduz a diversidade de conteúdos acessados. Eli Pariser (2012) chama esse fenômeno de “filtro invisível”, destacando que, embora satisfaça o indivíduo, a personalização algorítmica cria bolhas informacionais e favorece interesses privados, como a rentabilidade publicitária, em detrimento do interesse coletivo.

Nesse ambiente, as bolhas digitais reforçam visões polarizadas e dificultam a identificação de desinformações. Perosa (2017) observa que as pessoas tendem a acreditar em conteúdos alinhados às suas crenças, independentemente da veracidade, o que favorece a alienação informacional. Esse cenário impulsionou a disseminação de fake news, especialmente durante a pandemia de Covid-19, caracterizada como uma “infodemia”. Lemos (2021) ressalta que tais conteúdos falsos são amplificados por algoritmos que operam segundo a lógica da performatividade, priorizando o engajamento em detrimento da verdade.

Diante disso, a comunicação pública governamental enfrenta o desafio de alcançar o cidadão em um ambiente digital fragmentado e personalizado. Como afirma Zémor (1995), a legitimidade da comunicação depende do receptor e do canal utilizado, sendo que, nas redes sociais, essa legitimidade é comprometida pela lógica algorítmica. Assim, proteger a informação de interesse público das distorções digitais torna-se uma tarefa fundamental para a eficácia da comunicação governamental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o fenômeno da criação de bolhas culturais e ideológicas não seja inédito, na cultura digital, com a dominância dos algoritmos, ele assume contornos preocupantes para a comunicação pública governamental. A personalização baseada em preferências do usuário, que seria para conteúdo de entretenimento, por exemplo, na prática, significa que usuários serão expostos a informações que reforçam a sensação de satisfação, limitando a exposição a opiniões divergentes ou a perfis fora de sua bolha.

Isso influencia as informações de interesse público que chegam aos cidadãos. Esse isolamento em bolhas não só fragmenta o ambiente informacional, mas também amplifica o engajamento e a polarização. As redes sociais, ao priorizarem conteúdos que geram mais interação, promovem uma visão distorcida da realidade, onde apenas certas perspectivas são visíveis e reforçadas.

Essa segmentação tem implicações significativas para a comunicação pública governamental. Enquanto o ambiente informacional da sociedade leva em conta informações de interesse público, as redes sociais funcionam a partir de uma lógica pouco transparente de interesses particulares e lucro. Assim, campanhas de políticas de saúde, segurança pública ou medidas econômicas podem não alcançar todos os segmentos da população de maneira uniforme devido à influência dos filtros invisíveis (Pariser, 2012). Diante disso, faz-se necessário o aprofundamento de estudos que investiguem as implicações do fenômeno filtros bolhas para a comunicação pública governamental e a construção de alternativas para a informação de interesse público nos ambientes digitais geridos por algoritmos de personalização.

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.
- BELKIN, N.J. **Information concepts for information science**. Journal of Documentation, Vol. 34 No. 1, pp. 55-85. 1978
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. *Usos e significados do conceito Comunicação Pública*. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Brasília: IESB, [s.d.]. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>>. Acesso em: 5 maio 2025.

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

MARTINS, Helena. **A comunicação pública e o direito à comunicação**: entre conquistas e desafios. *Revista Eptic*, São Cristóvão, v. 18, n. 1, p. 56–70, 2016.

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

SSCHWARTZ, 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.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**, Col. Que sais-je ? Paris, 1995.
Tradução de Elizabeth Brandão. Disponível em:
<<https://comunicacaopublicaufes.wordpress.com/wpcontent/uploads/2011/12/comunica-caopublica-pierrezemor-traducao.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2024.