



IDEOLOGIA E HIPERINFORMAÇÃO: cortina de fumaça no *Twitter*¹

Dulce Hirli Costa ALMEIDA²

¹ GT 7 - Estudos Críticos em Ciência da Informação

² Pesquisadora bolsista da Fundação Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão - FAPEMA; Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), dulcealmeida@aluno.ibict.br.

RESUMO

Filtrar e recuperar a informação torna-se uma tarefa cada vez mais complexa, principalmente quando se tem a internet como um grande espaço informacional. O resultado disso é um mundo que afirmam ser globalizado mas sofre de desinformação tanto pela ausência desta quanto pela sua exacerbação, que aqui denominamos de hiperinformação.

No que tange o ambiente virtual, tem-se o *Twitter* como uma das principais redes sociais em formato de *microblogging*, onde seus usuários compartilham textos curtos, denominados de *tweets*, com até 280 caracteres. Moretzsohn (2017) afirma que o peso de determinada opinião depende do poder de quem a manifesta.

Mas quem são os beneficiados e os prejudicados com esse cenário? Há interesse em mudá-lo? Pensando em responder tais questionamentos, o estudo tem como objetivo principal discutir a ideologia na organização da informação no *Twitter* e seus reflexos na hiperinformação que contribuem para a cultura do cancelamento. A partir disso elencou-se os seguintes objetivos específicos:

- Entender o regime de informação que opera nas plataformas sociais.
- Mostrar como os *trending topics* do *Twitter* contribuem para a hiperinformação.
- Relacionar hiperinformação e desinformação com a cultura do cancelamento.

A escolha pela plataforma, se justifica por ser considerada como uma rede social de ambiente tóxico por facilitar a cultura do cancelamento e o discurso de ódio. Portanto, trata-se de uma Análise de Redes Sociais que tem como população os *trending topics* Brasil 2022 pré-selecionados, onde posteriormente foram selecionados os *tweets* que estão relacionados com a cultura do cancelamento. A coleta de dados está sendo realizada em parceria com o Laboratório em Rede de Humanidades Digitais (LARHUD) a partir do software *Twitter Monitor* e está sendo baseada a partir da Análise de Discurso na perspectiva da Teoria Crítica da Informação que segundo Stahl (2006, p. 87) “[...] tem suas raízes na crítica marxista do capitalismo e se baseia na percepção de que o *status quo* atual é injusto.

Portanto, não há como pensar na informação dissociada de um discurso ideológico dentro do *status quo*. Marx e Engels, no livro ‘A ideologia alemã’, caracterizam a ideologia como um falseamento da consciência a fim de ludibriar a realidade em favorecimento da classe dominante (MARX; ENGELS, 2007).

Pariser (2012) relata que por meio de algoritmos ficamos trancafiados em universos distintos e paralelos, onde a personalização ou as bolhas fazem com que informações que para os algoritmos não nos são relevantes, simplesmente não chegam até nós. De modo que essas bolhas isolam os envolvidos nas redes sociais dentro de grupos, onde algumas informações circulam e outras não, fazendo com que haja percepção falsa sobre determinado assunto. (RECUERO; ZAGO,

SOARES, 2017). Ou seja, a ideologia que opera nos algoritmos decide o que vamos receber de informação, como vamos receber e o que não vamos ter acesso.

Os dados têm mostrado que devido ao engajamento nas redes sociais em favor do cancelado, não parece haver interesse no *Twitter* de buscar soluções contra os discursos de ódio, uma vez que o engajamento gera um grande volume de dados de informação para a plataforma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GOMES, Josir C.; PIMENTA, Ricardo M.; BRAGA, Tiago E. N. Twitter Monitor: Milestone 4 (v 0.4). **Zenodo**. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5117864>. Acesso em: 16 maio 2022

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas (1845-1846). São Paulo: Boitempo, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. “Uma legião de imbecis”: hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 294-306, nov. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18617/liinc.v13i2.4088>. Acesso em: 25 jul. 2022.

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

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. In: Encontro Anual da Compós, 26, 2017, São Paulo, SP. [Anais]. São Paulo : Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/166193>. Acesso em: 27 ago. 2021.

STAHL, Bernd Carsten. On the difference or equality of information, misinformation, and disinformation: acritical research perspective. **Informing Science Journal**, v. 9, 2006. p. 84-96. Disponível em: <https://www.informingscience.org/Publications/473>. Acesso em: 11 ago. 2022.