



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

ALGORITMOS DE RECOMENDAÇÃO E OPINIÃO PÚBLICA: O DEBATE SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DAS BIG TECHS NA REDE SOCIAL X

Rubia Emi Zama Inomata¹; rubiazamainomata@gmail.com

Alex Sandro de Araujo Carmo²; alexcarmo@fag.edu.br

RESUMO

Este trabalho analisa a construção da opinião pública na rede social X (antigo *Twitter*) a partir da mediação dos algoritmos de recomendação. Fundamentada nos autores Habermas (1984), Lévy (2010) e Santaella (2003), a pesquisa utiliza a metodologia de análise de conteúdo aplicada a uma notícia da CNN Brasil sobre a regulamentação das *big techs* e sua repercussão no X. Os resultados indicam que a lógica algorítmica prioriza conteúdos com maior engajamento, em detrimento do debate crítico. Esse processo favorece a formação de comunidades virtuais baseadas em afinidades, que reforçam crenças pré-existentes e limitam a diversidade de perspectivas. Conclui-se que a mediação algorítmica influencia a dinâmica do debate público e o consumo da informação. O estudo constitui um recorte de uma pesquisa mais ampla desenvolvida por meio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) e do trabalho de conclusão de curso da graduação em Jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE

Opinião pública. Algoritmos de recomendação. Comunidades virtuais. Comunicação. Jornalismo.

¹ Jornalista, graduada no Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz (FAG). Pós-graduanda em Jornalismo Digital e Narrativas Interativas pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

² Professor Orientador – Publicitário, Mestre e Doutor em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (2011/2020). Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz (FAG).



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da digitalização da sociedade, as redes sociais passaram a ocupar papel central na busca e no consumo de informação. Em 2024, o *Instagram* consolidou-se como a principal rede utilizada para consumo de notícias, segundo o relatório *Desigualdades Informativas: Entendendo os caminhos informativos dos brasileiros na internet*, do Aláfia Lab (Desigualdades [...], 2024). O estudo aponta que 68,8% dos entrevistados preferem essa plataforma para se informar, enquanto 55,9% e 43,7% recorrem, respectivamente, ao *YouTube* e ao *Facebook*. Além disso, o levantamento indica que 52% dos brasileiros utilizam as redes sociais como principal fonte de informação, enquanto a televisão permanece em segundo lugar.

Esse cenário evidencia transformações significativas na produção, circulação e consumo de informações, que impactam diretamente os processos de formação da opinião pública. Compreendida como resultado de interações sociais em espaços coletivos de debate, a opinião pública passa, no ambiente digital, a ser mediada por comunidades virtuais e por sistemas de recomendação.

Diante disso, entender como os algoritmos de recomendação influenciam percepções, preferências e decisões individuais e coletivas é essencial para refletir sobre os desafios da pluralidade informacional. Nesse contexto, esta pesquisa analisa a circulação de informações e a formação de comunidades virtuais nas redes sociais. Para isso, adotou-se a metodologia de análise de conteúdo de uma notícia da CNN Brasil sobre a regulamentação das *big techs* e de sua repercussão no X (antigo *Twitter*), com o objetivo de compreender de que forma a personalização algorítmica pode influenciar a dinâmica da construção da opinião pública nas plataformas digitais.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



2. OPINIÃO PÚBLICA, COMUNIDADES VIRTUAIS E ALGORITMOS DE RECOMENDAÇÃO

2.1 A CONSTRUÇÃO COLETIVA DA OPINIÃO PÚBLICA

Antes de abordar o ambiente digital, é necessário compreender o processo de formação da opinião pública. Em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Jürgen Habermas (1984) analisou as transformações sociais e políticas que envolvem esse conceito, demonstrando que o termo *opinion* esteve historicamente associado à reputação pública e à construção coletiva de percepções sociais. Como afirma o autor, “[...] a palavra carrega tão fortemente o tom significacional de opinião coletiva que se tornam dispensáveis [...] todos os atributos que apontam para o seu caráter social” (Habermas, 1984, p. 111).

Habermas (1984) distingue ainda dois sentidos para a opinião pública: uma instância crítica, associada ao debate e à argumentação, e uma instância receptora, vinculada à recepção passiva de conteúdos difundidos socialmente. Nesse contexto, entende-se que a opinião pública não se forma de maneira isolada, mas por meio de interações sociais e da influência de grupos que funcionam como focos de conformidade, nos quais “[...] essas opiniões se formam em meio a um ‘intercâmbio de gostos e preferências’ e são determinadas grupalmente” (Habermas, 1984, p. 284). Assim, a construção da opinião pública resulta de processos coletivos de socialização e validação de percepções compartilhadas.

2.2 AS COMUNIDADES VIRTUAIS

No ambiente digital, essa dinâmica de construção coletiva da opinião pública adquire novas configurações. Pierre Lévy (2010), em *Cibercultura*, propõe o conceito



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



de comunidades virtuais para explicar as formas de interação social que ocorrem nestes espaços. Segundo o autor, “[...] uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (Lévy, 2010, p. 127).

Diferentemente das esferas sociais tradicionais descritas por Habermas (1984), a exemplo de vínculos familiares, vizinhança e instituições, nas quais a interação está vinculada a contextos específicos, as comunidades virtuais organizam-se a partir de afinidades e operam em um ambiente desterritorializado. No ciberespaço, os usuários compartilham informações, interpretam conteúdos e constroem sentidos coletivos em rede, influenciando diretamente a circulação de notícias e debates nas redes sociais.

Em uma outra análise, Lúcia Santaella (2003) observa que a multiplicação de mídias e fontes informacionais contribuiu para o surgimento de receptores mais seletivos e ativos. Para a autora, o avanço das mídias e da diversidade de mensagens e fontes propiciou o surgimento de “[...] receptores mais seletivos, individualizados, o que foi, sem dúvida, preparando o terreno para a emergência da cultura digital, na medida em que esta exige receptores atuantes, caçadores em busca de presas informacionais de sua própria escolha” (Santaella, 2003, p. 68).

No entanto, ao considerar as novas possibilidades do meio digital, é primordial entender as suas limitações, principalmente os agentes, como algoritmos de recomendação, que são determinantes no funcionamento das comunidades virtuais e influenciam diretamente a forma como consumimos e interpretamos informações nesse ambiente.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



2.3 ALGORITMOS DE RECOMENDAÇÃO

Com a expansão das redes sociais, os algoritmos de recomendação passaram a atuar como mediadores centrais da circulação da informação. Esses sistemas filtram e organizam conteúdos com base em dados coletados sobre os usuários, que impactam diretamente o que é visto e debatido nas plataformas digitais.

Segundo Marinho *et al.* (2019, p. 10), tais algoritmos de recomendação “[...] analisam em um espaço muito vasto e denso de dados o que os usuários desejam”, considerando perfis individuais, histórico de navegação e padrões de interação. Esse processo é viabilizado pela digitalização da informação, que permite converter diferentes conteúdos em uma linguagem comum de dados. Como observa Santaella (2003, p. 71), “o aspecto mais espetacular da era digital está no poder dos dígitos para tratar a informação, som, imagem, vídeo, texto, programas informáticos, com a mesma linguagem universal, uma espécie de esperanto das máquinas”.

Tal transformação digitalizada da informação ocorre em razão de sua virtualidade. Pierre Lévy (2011) define a característica “virtual” como aquilo que existe em potência, derivado do latim *virtus* (força, potência), e que aguarda condições para se atualizar. Em outras palavras, toda informação carrega e produz as suas próprias virtualidades, pois ela se constitui como um campo de possibilidades que se realiza a partir das interações dos usuários e dos critérios que regem a lógica algorítmica.

A partir dessa análise, Lévy (2011) observa que a informação, no contexto dos sistemas de recomendação, corresponde a qualquer ato passível de registro, desde interações realizadas nas plataformas digitais até características vinculadas ao comportamento dos usuários. Dessa forma, cada dado gerado, por mais simples que pareça, adquire relevância porque pode ser armazenado, processado e explorado economicamente.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



É sobre esses vestígios que operam os algoritmos de recomendação. Ao decidir quais virtualidades serão atualizadas e quais permanecerão latentes, os algoritmos de recomendação moldam a experiência informacional dos indivíduos e condicionam a sua visão de mundo, atuando como mediadores decisivos da opinião pública. Assim, “[...] todo ato é virtualmente produtor de riqueza social via sua participação na inteligência coletiva” (Lévy, 2011, p. 69).

Desse modo, embora o ambiente digital amplie as possibilidades de participação e acesso à informação, a mediação algorítmica influencia a visibilidade dos conteúdos e a dinâmica do debate público. Por essa razão, é imperativo discutir os efeitos das novas configurações comunicacionais que caracterizam as mídias digitais. Mesmo em um cenário de maior autonomia, os sujeitos continuam submetidos a uma lógica algorítmica que influencia as suas escolhas de maneira, muitas vezes, imperceptível.

Essa ambivalência coloca em questão a ideia de liberdade plena na cultura das mídias. Para Santaella (2003, p. 76), esse quadro exige uma postura proativa:

Não se pode negar que, como intelectuais e educadores, temos diante de nós um espaço a ser ocupado. De nada adianta o conforto da crítica meramente discursiva. Se a ocupação do espaço era impossível nos meios de massa, o ciberespaço, diferentemente, está prenhe de vãos, brechas para a comunicação, informação, conhecimento, educação e para a formação de comunidades virtuais estratégicas que devem urgentemente ser explorados com um faro que seja política e culturalmente criativo, antes que o capital termine por realizar a proeza de colonizar o infinito. (SANTAELLA, 2003, p. 76)

Portanto, debater sobre a circulação da informação nas redes sociais e o papel desempenhado pelos algoritmos de recomendação é uma maneira de refletir sobre os seus efeitos na formação da opinião pública e sobre a responsabilidade dos sujeitos que participam desse processo no meio digital.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



3. A NOTÍCIA SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DAS BIG TECHS

O *corpus* desta pesquisa é composto pela postagem do canal de notícias CNN Brasil na rede social *X* (antigo *Twitter*), derivada da matéria intitulada “STF forma maioria para responsabilizar *big techs* por conteúdos de usuários” (Vitorazzi, 2025), publicada em 11 de junho de 2025 no site oficial do veículo. A notícia foi selecionada pela relevância do tema, ao abordar a responsabilização das plataformas digitais na circulação de informações e na mediação do espaço público.

A escolha da rede social *X* justifica-se por sua organização e pela estrutura algorítmica que orienta a circulação de conteúdos na plataforma, administrada pela *X Corp.* Trata-se de um ambiente marcado pela rapidez na difusão de informações e pelo alto potencial de viralização de publicações e interações. Essas características fazem do *X* um espaço para observar a circulação da informação jornalística em tempo real e as dinâmicas de engajamento que emergem em torno dela. Nesse contexto, o *corpus* analisado possibilita compreender como comunidades virtuais se articulam na plataforma e de que maneira essas interações contribuem para a dinâmica de formação da opinião pública no ambiente digital.

3.1 A NOTÍCIA

A matéria “STF forma maioria para responsabilizar *big techs* por conteúdos de usuários”, publicada no site da CNN Brasil e escrita pelo jornalista Davi Vitorazzi, apresenta estrutura informativa composta por título, linha-fina e corpo do texto, como mostrado na Figura 1.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Figura 1 - Título e linha-fina da notícia



Fonte: Vitorazzi (2025).

A publicação aborda o julgamento do Supremo Tribunal Federal (STF) sobre a constitucionalidade do Artigo 19.º do Marco Civil da Internet, que condiciona a responsabilização das plataformas digitais à existência de ordem judicial para remoção de conteúdos. O debate envolve questões sobre a liberdade de expressão e a responsabilização das empresas de tecnologia.

O título destaca a formação de maioria no STF pela responsabilização das *big techs*, enquanto a linha-fina apresenta a proporção dos votos. O primeiro parágrafo do texto, que corresponde ao lide (Figura 2), reúne as principais informações da decisão, com destaque para o voto do ministro Gilmar Mendes, decisivo para a formação da maioria.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Figura 2 - Corpo da Notícia



Política

Apesar de ter formado maioria, o julgamento sobre a responsabilização das big techs não deve ser finalizado nesta semana. Segundo o presidente da Corte, Luís Roberto Barroso, serão apenas colhidas as teses dos ministros e depois serão discutidas as divergências.

Voto de Gilmar Mendes

"Vejo como inconstitucional, portanto, a interpretação de que o Artigo 19 do Marco Civil da Internet concede uma isenção absoluta para plataformas de alta interferência sobre a circulação de conteúdos", disse Mendes no julgamento.

O ministro apresentou a tese para que no chamado "regime geral" que prevê que, "caso seja notificada da ocorrência de conteúdo ilícito na plataforma, esses provedores com alta interferência poderão ser responsabilizados por danos decorrentes da não remoção desse conteúdo".

Fonte: Vitorazzi (2025).

Ao longo da matéria, são apresentados votos de ministros e declarações oficiais, mantendo um tom informativo. O conteúdo também inclui um recorte exibido no programa CNN Arena, disponível no *YouTube*. Para esta pesquisa, a análise concentra-se na circulação dessa publicação na rede social *X*, observando como a notícia é apresentada e como se desenvolvem as interações dos usuários, especialmente em termos de engajamento e dinâmica de visibilidade do conteúdo.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



3.2 X (ANTIGO TWITTER)

A rede social X, anteriormente conhecida como Twitter, é uma plataforma de *microblogging* baseada na publicação de mensagens curtas, originalmente limitadas a 280 caracteres, que podem incluir *links*, imagens, vídeos, *GIFs* ou enquetes. O X opera de forma aberta e imediata e estrutura as interações em torno de temas, *hashtags* e menções. Essa arquitetura favorece a circulação veloz de informações e estimula debates públicos fragmentados, muitas vezes marcados pela polarização e pela efemeridade das interações.

Assim como em outras plataformas, o conteúdo exibido aos usuários é mediado por algoritmos de recomendação que priorizam publicações com maior potencial de engajamento. No X, esse processo é intensificado pela lógica de tempo real da rede, na qual curtidas, repostagens e visualizações funcionam como indicadores imediatos de relevância.

A notícia analisada neste estudo, “STF forma maioria para responsabilizar big techs por conteúdos de usuários”, foi publicada no perfil oficial da CNN Brasil no X (CNN Brasil, 2025a) como uma postagem independente, sem integrar uma *thread*, isto é, uma sequência de publicações utilizadas para aprofundar um tema (Figura 3). Ao condensar a notícia em um título acompanhado apenas de um *link* externo, a publicação reduz a contextualização da informação e transfere ao usuário a responsabilidade de buscar detalhes fora da plataforma. Esse formato favorece interpretações fragmentadas e pode comprometer a compreensão do conteúdo jornalístico.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Figura 3 - Publicação da CNN Brasil no X



Fonte: CNN Brasil (2025a).

Em coleta realizada em 20 de setembro de 2025, a postagem contabilizava 21,5 mil visualizações, 209 comentários, 63 repostagens, 461 curtidas e 10 salvamentos. Esses números evidenciam a ampla circulação da notícia e demonstram como o engajamento do público, seja por concordância, discordância ou ironia, contribui para ampliar sua visibilidade. No X, as repostagens desempenham papel central nesse processo, pois transformam cada usuário em agente ativo na difusão do conteúdo.

Em uma análise dos perfis que repostaram a publicação (Figura 4), percebe-se a presença recorrente de elementos de identidade política em suas biografias. Muitos usuários se autodeclararam ativistas ou expressam explicitamente apoio ou oposição a ideologias, partidos e figuras públicas. Esse aspecto indica que a circulação da notícia



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



ocorre, em grande medida, entre usuários já posicionados politicamente, cujas interações são orientadas por afinidades ideológicas.

Figura 4 - Perfis dos que repostaram a publicação da CNN Brasil no X



Fonte: CNN Brasil (2025a).

Esse cenário evidencia o processo de formação de comunidades virtuais em torno da publicação, nas quais a interação se estrutura a partir de posicionamentos políticos compartilhados. Expressões presentes nas biografias dos usuários, como “ESQUERDISTA” ou “Conservadora. De direita.”, demonstram que comentar ou compartilhar uma notícia também funciona como forma de reafirmação pública de pertencimento político. Desse modo, a própria lógica algorítmica tende a direcionar o conteúdo a públicos já interessados em debates políticos, o que reforça a segmentação informacional e a formação das chamadas bolhas, também compreendidas como comunidades virtuais.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Essas bolhas correspondem a espaços em que os conteúdos circulam prioritariamente entre usuários com preferências semelhantes. Quanto maior o volume de interações dentro de um grupo ideologicamente alinhado, maior a probabilidade de o conteúdo continuar sendo distribuído entre os mesmos perfis. Esse fenômeno limita o contato com perspectivas divergentes e reduz a pluralidade informacional necessária à formação crítica da opinião pública.

Ao observar os comentários da publicação, identifica-se um usuário que manifesta apoio à decisão do STF sobre a responsabilização das *big techs*. Essa manifestação gerou sete respostas, configurando um pequeno debate dentro da postagem (Figura 5).

Figura 5 - Comentários à publicação da CNN Brasil no X



Fonte: CNN Brasil (2025a).

À primeira vista, a presença de respostas divergentes poderia sugerir pluralidade discursiva. Contudo, a análise do encadeamento de comentários revela um espaço comunicativo marcado por confrontos simbólicos, nos quais a disputa ocorre menos em torno do conteúdo jornalístico e mais em torno das identidades políticas dos interlocutores. Comentários irônicos ou ataques direcionados aos perfis dos usuários



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



demonstram que o debate frequentemente se desloca do campo argumentativo para a marcação identitária.

Nesse sentido, o *X* tende a funcionar como uma arena de confronto político em que os usuários reiteram posições previamente estabelecidas e sinalizam pertencimento a determinados grupos. Embora existam trocas entre perspectivas opostas, o formato fragmentado e reativo das interações dificulta a construção de um diálogo argumentativo consistente. Com frequência, respostas marcadas por ironia, sarcasmo ou desqualificação do interlocutor reforçam a polarização e limitam o aprofundamento do debate.

Nesse ambiente, o valor discursivo das interações é frequentemente medido pelo engajamento que produzem, e não pela qualidade argumentativa. O algoritmo de recomendação, ao privilegiar conteúdos capazes de gerar forte reação, tende a amplificar justamente essas trocas conflituosas, que mantêm os usuários ativos na plataforma.

Forma-se, assim, um paradoxo: embora as redes sociais aparentem ampliar o espaço de debate público, na prática, podem produzir comunidades virtuais conectadas principalmente pelo conflito. No caso da publicação analisada, a discussão em torno da notícia transforma-se em uma sucessão de manifestações identitárias, nas quais a visibilidade e o reconhecimento dentro do grupo tornam-se mais relevantes do que o debate racional sobre o tema.

Desse modo, a análise da publicação no *X* evidencia os limites desse modelo comunicacional. A personalização algorítmica, ao priorizar conteúdos alinhados às preferências dos usuários, tende a restringir o contato com perspectivas divergentes e a reforçar crenças já consolidadas. O resultado é uma opinião pública fragilizada, na qual a diversidade aparente esconde os efeitos da segmentação algorítmica e o consequente empobrecimento do debate público.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo analisou a circulação da matéria “STF forma maioria para responsabilizar big techs por conteúdos de usuários” (Vitorazzi, 2025), publicada pela CNN Brasil, na rede social X (antigo *Twitter*), com o objetivo de compreender como algoritmos de recomendação e comunidades virtuais influenciam a formação da opinião pública nesse ambiente.

Os resultados indicam que a visibilidade das publicações e interações na plataforma está diretamente associada ao potencial de engajamento, medido por curtidas, respostas e repostagens. Nesse contexto, conteúdos que provocam reações mais intensas tendem a ganhar maior destaque, independentemente da qualidade argumentativa. A análise também evidenciou a formação de comunidades virtuais organizadas por afinidades políticas e identitárias, que reforçam visões de mundo pré-existentes e limitam o contato com perspectivas divergentes.

No recorte analisado, a opinião pública adquire contornos de uma instância predominantemente receptora, conforme as teorias de Habermas (1984), na qual o público assume uma posição sobretudo passiva diante das narrativas já estruturadas. Percebe-se que a personalização, inicialmente reconhecida como avanço por permitir a entrega de conteúdos mais relevantes a cada usuário, mostra-se ambígua: ao mesmo tempo em que aprimora a experiência individual, restringe o contato com perspectivas divergentes e limita a capacidade crítica do público. Dito de outro modo, embora o usuário tenha a possibilidade de atuar de forma participativa no ambiente digital, tal como aponta Santaella (2003), a sua ação tende, muitas vezes, a reforçar discursos dentro de sua bolha informacional.

Nesse cenário, o papel social do jornalismo, voltado à ampliação do debate público e à promoção da pluralidade informacional, passa a ser tensionado pela lógica algorítmica das plataformas digitais. Embora o jornalismo continue sendo uma



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



referência na produção de informações de interesse público, sua circulação nas redes sociais está condicionada a dinâmicas de visibilidade que priorizam o engajamento.

A discussão sobre a responsabilização das *big techs*, portanto, ultrapassa o campo técnico e envolve dimensões comunicacionais, éticas e sociais. Não se pode atribuir exclusivamente ao usuário a responsabilidade de filtrar, interpretar e resistir às dinâmicas algorítmicas, uma vez que sua ação é limitada diante de sistemas complexos, pouco transparentes e orientados por interesses globais. Nesse contexto, compreender os efeitos da mediação algorítmica torna-se fundamental para analisar os desafios contemporâneos da comunicação. Refletir sobre a relação entre plataformas digitais, algoritmos de recomendação e jornalismo contribui para o fortalecimento de uma esfera pública mais crítica e plural, além de subsidiar debates sobre políticas, práticas jornalísticas e educação midiática no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

CNN Brasil. (CNNBrasil). “**STF forma maioria para responsabilizar big techs por conteúdos de usuários**”. 11 de junho de 2025. Disponível em: <https://x.com/CNNBrasil/status/1932907290287538229>. Acesso em 14 set. 2025.

DESIGUALDADES Informativas: Entendendo os caminhos informativos dos brasileiros na internet 2024. **Aláfia Lab**, 2025. Disponível em: <https://alafialab.org/desigualdades-informativas-entendendo-os-caminhos-informativos-dos-brasileiros-na-internet-2024/>. Acesso em: 22 out. 2025.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

MARINHO, Leonardo Herdy; SANTOS, Rodrigo Pereira dos; SILVA, Mônica Ferreira da; OLIVEIRA, Jonice. Conceitos, implementação e dados privados de algoritmos de



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



recomendação. In: FRANÇA, Tiago Cruz de; NOGUEIRA, José Luiz Thomaselli; ANTUNES, João Francisco (coords.). **Minicursos da VI Escola Regional de Sistemas de Informação**. Rio de Janeiro: SBC, 2019. p. 6-37.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e Artes do Pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus Editora, 2003.

VITORAZZI, Davi. STF forma maioria para responsabilizar big techs por conteúdos de usuários. **CNN Brasil**, São Paulo, 11 de junho de 2025. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/stf-forma-maioria-para-responsabilizar-big-techs-por-conteudos-de-usuarios/?utm_source=social&utm_medium=twitter-feed&utm_campaign=politica-cnn-brasil&utm_content=link. Acesso em: 6 ago. 2025.