Sábado, 31 de Outubro de 2026

Discurso de ódio no X cresceu 50% após Elon Musk comprar rede social, indica estudo

A pesquisa foi publicada nesta quarta-feira (12) na revista científica Plos One

Um estudo da Universidade da Califórnia, em Berkeley, aponta que o período de outubro de 2022 a maio de 2023 — cerca de seis meses após a compra da plataforma X (à época, Twitter) por Elon Musk — foi marcado por aumento de discursos de ódio e pela presença de robôs e contas falsas na plataforma. A pesquisa foi publicada nesta quarta-feira (12) na revista científica Plos One.

Segundo informações da *Folha de S. Paulo*, a média semanal de postagens consideradas discurso de ódio, antes de Musk, era de 2.179 publicações e saltou para 3.246 após a compra da rede social pelo empresário, um aumento de quase 50%. A pesquisa também identificou aumento de 70% no engajamento com esse tipo de publicação.

Veja a variação nos comentários por tipo de discurso de ódio antes e depois de Musk:

- **Homofóbicos:** de 1.310 para 1.737 (+ 32%)
- **Racistas:** de 579 para 822 (+ 42%)
- **Transfóbicos:** de 115,2 para 418 (+ 262,8%)

Os pesquisadores analisaram publicações em inglês entre janeiro de 2022 e junho de 2023, período que inclui o mandato de Musk como CEO da empresa. A equipe utilizou um modelo de reconhecimento de linguagem que identifica se um comentário é “rude, desrespeitoso ou despropositado, provável de fazer alguém deixar uma discussão”, aliado ao uso de ofensas direcionadas com o teor e a intenção do comentário.

Essa metodologia evitou que a amostra analisada incluísse posts educativos ou pornográficos com palavras consideradas ofensivas por minorias. Porém, não foi possível captar os efeitos sobre discurso de ódio com linguagem codificada.

O estudo não aponta relação de causa e efeito entre mudanças de moderação no X e aumento de discurso de ódio, uma vez que não é possível ter acesso a mudanças internas nos procedimentos e no quadro de funcionários.

Após a compra da plataforma, Elon Musk demitiu grande parte da equipe e mudou a forma de moderação de conteúdo para as “notas da comunidade”, modelo que recentemente foi adotado pela Meta, de Mark Zuckerberg.

“Embora as plataformas de mídia social tenham o potencial de promover orientações pró-sociais e aumentar o apoio a ações coletivas construtivas, elas também podem servir como veículos para a disseminação de ódio e desinformação”, afirmam os autores.

fonte diariodonordeste

Foto: *Etienne Laurent / AFP*