

# A ambivalência das práticas com a personalização algorítmica no Instagram Aproximações ao cotidiano de jovens

**ANA JÚLIA DE FREITAS CARRIJO**

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil*

**ID 3128**

Recebido em

**05.02.2025**

Aceito em

**01.07.2025**

**ANA CAROLINA D. ESCOSTEGUY**

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil*

O objetivo é compreender as relações entre jovens do Ensino Médio e a personalização algorítmica. Realizamos uma pesquisa exploratória com entrevistas sobre usos cotidianos do Instagram. A revisão bibliográfica traz debates teóricos da pesquisa latino-americana em comunicação, em que ficam em evidência as práticas de resistência com os algoritmos. A análise qualitativa indica que as práticas dos entrevistados são ambivalentes, caracterizadas tanto por temor e desconfiança quanto por conveniência e praticidade. Os resultados sinalizam que a pesquisa precisa reter a atenção no atrito entre posições diversas e divergentes nas práticas com os algoritmos mais do que naquelas de resistência.

**Palavras-chave:** Práticas. Personalização algorítmica. Jovens. Revisão bibliográfica. Entrevista.

## **The Ambivalence of Practices with Algorithmic Personalization on Instagram: Approaches of Young People's Everyday Life**

This study aims to examine the relationship between high school students and algorithmic personalization. An exploratory investigation was conducted using interviews about everyday uses of Instagram. The literature review presents theoretical debates from Latin American communication research, in which practices of resistance to algorithms are highlighted. The qualitative analysis shows that participants' practices are ambivalent, characterized by both fear and distrust as well as convenience and practicality. The findings suggest that research should focus more on the friction between diverse and conflicting positions in algorithmic practices than solely on resistance.

**Keywords:** Practices. Algorithmic personalization. Young people. Literature review. Interview.

## **La ambivalencia de las prácticas con la personalización algorítmica en Instagram: aproximaciones a la vida cotidiana de los jóvenes**

Buscamos comprender las relaciones entre jóvenes de secundaria y la personalización algorítmica. Realizamos una investigación exploratoria con entrevistas sobre usos cotidianos de Instagram. La revisión bibliográfica presenta debates teóricos de la investigación latinoamericana en comunicación, destacando prácticas de resistencia con los algoritmos. El análisis cualitativo indica que las prácticas de los entrevistados son ambivalentes, caracterizadas tanto por el temor y la desconfianza como por la conveniencia y la practicidad. Los resultados señalan que es necesario centrarse en el roce entre posiciones diversas en las prácticas con los algoritmos más que en aquellas de resistencia.

**Palabras clave:** Prácticas. Personalización algorítmica. Jóvenes. Revisión bibliográfica. Entrevista.



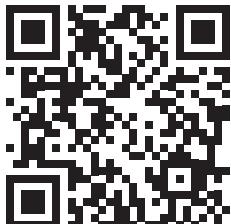
ORCID

## Ana Júlia de Freitas **CARRIJO**

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM-UFG).

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil

**E-mail:** anajucarrijo@gmail.com



ORCID

## Ana Carolina D. **ESCOSTEGUY**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP). Professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil

**E-mail:** carolad2017@gmail.com

## Introdução

Interessadas na pesquisa sobre culturas digitais, em especial aquela que objetiva compreender as relações entre as pessoas e dinâmicas de personalização em plataformas digitais via algoritmos de recomendação, apresentamos a matéria por meio de dois movimentos. O primeiro consiste em uma revisão bibliográfica não sistemática (Torraco, 2016) sobre usos e práticas cotidianas com sistemas algorítmicos em plataformas digitais. O segundo deriva do manuseio de dados, coletados em uma incursão de campo, de caráter qualitativo, junto a jovens de 14 a 17 anos, especialmente do Instagram<sup>01</sup>. Os resultados apontam para a preponderância de práticas ambivalentes marcadas tanto por temor e desconfiança quanto por conveniência e praticidade.

Articulando esses dois movimentos, insistimos, como em trabalhos anteriores (Carrijo; Escosteguy, 2024; Escosteguy; Carrijo, 2025), no princípio de que a reflexão esteja conectada às realidades locais estudadas, e que leve em conta um reservatório acumulado de discussões também situado. Isto implica aderir a uma disposição crítica de reconhecimento das contendidas e heranças teóricas que ocasionaram dissensão, mas também renovaram a pesquisa em comunicação na América Latina em determinadas épocas.

Para dar conta do proposto, na primeira parte informamos sobre a existência de distintas visões acerca do entorno sociotécnico contemporâneo, assinalando momentos-chave do percurso histórico da investigação latino-americana e suas possíveis conexões com a discussão atual. Na segunda seção, apresentamos propriamente a revisão bibliográfica que nos interessa, seguida da apresentação da exploração empírica. Ao final, destacamos que o investimento teórico-empírico mais profícuo na pesquisa sobre práticas de pessoas com algoritmos reside em reter a atenção no atrito entre posições diversas e divergentes na configuração da agência e dos sentidos implicados nela.

## Disputas no estudo sobre práticas e estruturas sociotécnicas

Ao iniciar a preparação da revisão pretendida sobre as práticas cotidianas com os algoritmos, mapreamos a existência basicamente de duas tendências no que diz respeito às discussões acerca do entorno sociotécnico em que vivemos – em outros termos, sobre as culturas digitais<sup>02</sup>. A primeira tendência é centrada em teorizações sobre o caráter mais abrangente das tecnologias, constituindo-se em perspectivas “macro”. Trata-se de um conjunto de teorizações (Zuboff, 2021; Van Dijck; Poell; Wall, 2018; Striphas, 2015) que oferecem visões centradas no poder dos algoritmos e com reduzido espaço para a ação humana, referendando posições em que tais sistemas, construídos segundo diretrizes das empresas que os detêm, orientam e modulam estruturalmente nossos processos de consumo e comportamentos.

Grosso modo, são posições que defendem que a datificação e a personalização algorítmica<sup>03</sup> servem para tornar os processos sociais mais eficientes (Hepp; Jarke; Kramp, 2022; Ricaurte, 2019), estando elas intimamente vinculadas a um lugar de enunciação hegemônico e, em geral, proveniente do Norte global.

**01** A investigação empírica faz parte da primeira entrada em campo de uma pesquisa de doutorado em andamento, financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

**02** Aqui, seguindo pistas lançadas por Roger Silverstone e Eric Hirsch (1996) sobre as tecnologias de comunicação, a ideia de cultura digital abarca o entendimento dos algoritmos tanto como modeladores quanto modelados por uma relação mútua entre eles, a cultura e a sociedade em geral.

**03** A personalização opera com a construção de perfis comportamentais para os usuários (profiling) a partir do monitoramento de informações deixadas por eles (Gillespie, 2018). Traçando esses perfis, os sistemas algorítmicos atuam de forma mais eficaz em ações preditivas e podem oferecer ao usuário conteúdos, produtos e informações relevantes para (o que a inteligência artificial identificou como) seu perfil a partir de suas ações on-line.

Algumas delas emergem de diretrizes corporativas orientadas para o lucro, logo, positivas para plataformas e anunciantes. Outras trazem à tona problemáticas não só a respeito de privacidade e autonomia (Zuboff, 2021; Couldry; Mejias, 2019), mas também relacionadas à própria forma de produção de sentido sobre a vida social (Couldry; Hepp, 2017), compondo visadas críticas. Afinal, esses discursos e teorizações tendem a uma abordagem universalizante, que ou desconsidera a agência das pessoas nesse contexto ou, quando a reconhece, aborda suas possibilidades de forma homogênea e descontextualizada (Milan; Treré, 2022).

Entretanto, o foco aqui está na segunda tendência, isto é, naquelas reflexões mais recentes que atentam para as práticas e usos cotidianos da lógica algorítmica. A bibliografia reunida mostra uma crescente atenção na ação humana – denominada frequentemente de agência, ainda que não se observe uma clara correspondência com uma definição para o termo – e nos sentidos implicados nela. Também, há um especial interesse naquelas práticas vistas como resistência, contestação e enfrentamento diante das condições pautadas pelos algoritmos. De modo geral, esse conjunto pode ser melhor apreendido como o estudo dos públicos em rede (Ojala; Ripatti-Torniainen, 2023), que, a partir do final dos anos 2000, vem adquirindo relevância *pari passu* com a atenção às práticas de resistência.

Se forem assim entendidas, as contribuições relacionadas à tradição dos estudos das audiências, recepção e usos dos meios são mais do que pertinentes de serem levadas em conta, dados os vínculos entre esses usos e a tendência centrada nas práticas e engajamentos das pessoas e suas relações com as tecnologias digitais, como plataformas de mídia social e seus sistemas algorítmicos. Daí a relevância no resgate de alguns momentos-chave na emergência e ascensão desse tipo de investigação, em especial na América Latina.

Em primeiro lugar, fazemos uma sintética referência à reviravolta que acometeu a investigação latino-americana em comunicação, mediante o profundo questionamento de olhares estruturais e totalizadores (Trejo, 2018) vigentes, sobretudo, nos anos 1970, pouco permeáveis à potencialidade da ação humana para pensar a mudança social. Por sua vez, percebemos que o primeiro conjunto de teorizações, em sua maioria provenientes do Norte hegemônico, assume em maior ou menor medida regulações que têm como consequência perder de vista as questões de agência no âmbito da investigação empírica do cotidiano. Resguardadas as diferenças do atual entorno sociotécnico e a incorporação de determinados aspectos teóricos daqueles debates, afinidades entre premissas de abordagens setentistas da pesquisa latino-americana em comunicação e da tendência recém-mencionada parecem ter razoabilidade.

Na sequência, em meados dos 1980, o debate teórico desaguou na atenção das mediações que caracterizam os processos comunicacionais, na descoberta do popular como espaço atravessado pelas relações de poder e na valorização da capacidade de ação das pessoas. A combinação dessas dimensões configurou tanto um novo objeto de estudo na pesquisa em comunicação – a recepção, os usos, enfim, uma atenção aos públicos e às audiências – quanto a emergência da abordagem dos Estudos Culturais na América Latina. Esse deslocamento da análise dos processos comunicacionais para o denso e ambíguo espaço da experiência das pessoas, localizada em contextos socio-históricos particulares, é a principal reivindicação da obra *De los medios a las mediaciones* (1997), de Jesús Martín-Barbero, marco fundamental dessa guinada.

Embora a perspectiva das mediações esteja vinculada ao entendimento de uma articulação entre dinâmicas da produção, do texto, da circulação e da recepção – consequentemente, abrangendo uma agenda de pesquisa ampla e integrada do processo comunicativo –, derivou dela fundamentalmente a constituição de uma linha de pesquisa concentrada na recepção e nos usos dos meios. De modo geral, essa linha pretendeu explorar práticas diversas, basicamente, de negociação e de oposição decorrentes da relação pessoas-mensagens-meios. Mediante o escrutínio das apropriações das audiências, tais investigações priorizaram a capacidade dos agentes humanos de produzirem e reproduzirem, criarem e recriarem a sociedade onde viviam. Assim, nesse período, desenvolveram-se abordagens que focalizam mais a ação humana que a estruturação social.

Por sua vez, ao postular o entendimento do caráter ativo das audiências, ocorreu um deslizamento para atribuir a essas atividades e práticas um caráter de impugnação e resistência à ordem social. Na pesquisa latino-americana, a passagem das análises concentradas no poder do texto ou nas estruturas de comunicação dos anos 1970, que pressupunha a existência de um sujeito passivo, para o reconhecimento do receptor-ativo, mais do que desvendar as “negociações” promovidas pela polissemia dos textos em análise deu vazão à celebração da resistência do receptor. Isto posto, na maior parte do tempo as pessoas estariam subvertendo os sentidos propostos pelos textos, sendo as imposições e restrições das interfaces com o(s) texto(s) e/ou com o(s) próprio(s) meio(s), que controlariam e/ou orientariam suas respectivas ações, minimizadas.

O uso recorrente das reflexões de Michel de Certeau (1994), interessado nas disputas desiguais entre produtores – poderosos – e consumidores – pessoas comuns, despossuídas de poder, vistas mediante as noções de estratégias e táticas, de uns e outros – foi mais um elemento que contribuiu para reforçar nos estudos de recepção o viés de subversão à ordem instaurada. Essa fonte teórica, salientando, sobretudo, as táticas das pessoas comuns, propiciou a exploração de um horizonte de impugnações, astúcias e improvisações dos sujeitos/receptores em tela.

Na próxima seção, resgatamos diversos trabalhos interessados em descrever e demonstrar a capacidade de resistência e enfrentamento de usuários em relação aos onipresentes sistemas de recomendação algorítmica em plataformas. Com tal característica, adotam uma lógica bastante aproximada dos estudos de recepção: o foco está menos nas regulações das redes empresariais e mais nas práticas e usos das plataformas pelos usuários. E a atividade que vem à tona manifesta um caráter de enfrentamento e resistência à datificação, tensionando o pretenso poder modelador dos algoritmos. Paradigmático, nessa direção, é o uso teórico das noções de Certeau (1994) que são recuperadas, agora, para balizar estudos sobre as práticas cotidianas *com* os algoritmos. Emerge aqui mais uma conexão entre um desdobramento do passado da pesquisa latino-americana em comunicação com um do presente. Reconhecer os embates teóricos vivenciados oportuniza distanciar-nos de um *revival* de posições maniqueístas e dicotômicas de outrora. Contudo, isso não significa que não se tenha avançado nessas discussões.

## Cultura algorítmica e práticas de resistência

Mesmo reconhecendo o processo referido como *datificação da vida social* (Couldry; Mejias, 2019) – em que as ações cotidianas feitas na (e mediadas pela) internet passam a ser monitoradas e processadas de forma automatizada, por conterem em si mesmas informações úteis ao capital –, algumas iniciativas têm se dedicado especificamente à análise das práticas dos usuários nesse ecossistema platformizado, compreendendo-as como elementos também balizadores da constituição desses circuitos. Nesta seção, recuperamos algumas pesquisas recentes que privilegiam o estudo de ações das pessoas *com* sistemas algorítmicos. Tratando-se de um tópico emergente, a revisão proposta não é exaustiva nem sistemática, mas conduz a um enquadramento preliminar sobre o tema (Torraco, 2016).

Na América Latina, segundo o levantamento de Ignacio Siles, Johan Espinoza-Rojas e Andrés Méndez-Marenco (2019), a abordagem de tecnologias que predomina nos trabalhos analisados, datados de 2005 a 2015, focaliza os usos feitos pelos sujeitos e as dimensões simbólicas dessas tecnologias, em detrimento da produção e das materialidades dos artefatos. Tal abordagem coaduna-se com o desenvolvimento de uma tradição de pesquisa que adquire relevância a partir dos anos 1980/1990, com a emergência dos estudos de recepção.

Porém, grande parte dessas investigações assumem como enfoque açãoamentos de enfrentamento e contestação às lógicas de datificação e personalização, caracterizando-as como práticas de resistência – “resistência algorítmica” (Bonini; Treré, 2024) e “resistência de dados (*data resistance*)” (Ricaurte, 2019;

Milan; Treré, 2022). Tratam-se de ações feitas por pessoas situadas em contextos, em geral, subalternos que buscam inverter, contornar (*circumvent*) a lógica dominante, explicitando suas mazelas para problematizá-la e transformá-la (Ricaurte, 2019). Apesar das especificidades de cada ação, profundamente conectadas aos tempos, espaços e agendas de onde surgem as demandas, há uma reivindicação comum por transparência nos processos de monitoramento e uso de dados pessoais e por justiça social, uma vez que a lógica algorítmica reproduz e renova discriminações que prejudicam especialmente sujeitos marginalizados (Milan; Treré, 2022).

Nesse sentido, as práticas de resistência, por vezes, estão articuladas a noções de *criatividade* e *subversão* – retomando a astúcia das táticas sinalizadas por Certeau (1994) – e associadas a movimentos políticos, como o ativismo de dados e o hackativismo (Treré, 2020). Além disso, existe uma interlocução com abordagens decoloniais, feministas e antirracistas que se fundamentam em noções de alteridade em prol de transformações políticas e epistêmicas em sociedades estruturalmente mediadas por dados e algoritmos (Natansohn; Morales; Ferreira, 2022; Ricaurte, 2019). Por consequência, prevalece uma dimensão normativa nas práticas de resistência que se manifesta em uma espécie de “potencial mobilizador” (Milan; Treré, 2022, p. 115) percebido, por exemplo, na criação de ferramentas, plataformas, imaginários alternativos e também em protestos nas plataformas e nas ruas.

Um ponto a se destacar é que a realização dessas ações pode acontecer a partir do uso pragmático das próprias tecnologias a que elas resistem. Isto é, os ativistas apropriam-se das ferramentas disponíveis e do imaginário social em torno delas em benefício de suas próprias causas para que o movimento tenha um alcance maior. Emiliano Treré (2020, p. 214, tradução nossa<sup>04</sup>) disserta sobre essa tática como um “sequestro dos algoritmos”, que os torna meios para a criação de novas estruturas. Por isso, para o autor, a resistência algorítmica requer um conhecimento técnico de como operam os sistemas e, ainda, uma ampla rede de perfis nas plataformas de pessoas engajadas com o movimento e dispostas a colaborar com a circulação das mobilizações on-line. Assim, age-se deliberadamente e de modo organizado a partir de condições postas pela estrutura, ainda que para contestá-la.

São diversas as ações de resistência algorítmica e de dados. Para citar apenas alguns exemplos, mencionamos a Feminist AI Research Network (F<AI>R), rede de pesquisadoras feministas com atuação global que lutam por transparência nos processos algorítmicos e por um aumento da presença de mulheres na esfera de produção das tecnologias. Além dessa rede, o grupo Data 4 Black Lives, nos Estados Unidos, trabalha com comunidades racializadas e constrói imaginários alternativos sobre a datificação, articulando-a a discursos abolicionistas. O Data Género, na Argentina, é outra organização que se dedica ao enfrentamento da falta de dados com perspectiva de gênero e sexualidade na América Latina<sup>05</sup>.

Além desses exemplos, outros pesquisadores também têm se dedicado às resistências empenhadas por trabalhadores de plataformas (Grohmann, 2020), artistas, produtores culturais e criadores de conteúdo (Bonini; Treré, 2024) que protagonizam contestações à estrutura sociotécnica vigente. Esses trabalhos adquirem caráter diferenciado daquelas teorizações de caráter estrutural sinteticamente mencionadas, porque partem do relato empírico, revelando-se em abordagens de microcosmos. Assim, suas discussões estão intimamente relacionadas aos diferentes objetos de análise e às suas respectivas especificidades contextuais.

No Brasil, sem a pretensão de apresentar um levantamento sistemático, mencionamos três trabalhos recentes que se dedicam ao estudo de práticas de resistência algorítmica. Gabriel Pereira *et al.* (2022), por exemplo, analisam resistências ativistas à computação contemporânea, contestando o que os autores nomeiam como “opressão algorítmica”. Eles detalham as práticas de antagonismo algorítmico em dois pro-

**04** No original: “secuestro de los algoritmos”.

**05** Graciela Natansohn, Susana Morales e Sérgio Ferreira (2022) reúnem outras iniciativas de resistência aos dados, especialmente de cunho feminista, decolonial e antirracista.

jetos. Um deles é o PretaLab, projeto que mapeia e conecta mulheres programadoras negras no Brasil e, assim como o anteriormente mencionado F<AI>R, cria redes de apoio entre elas, visibilizando como o racismo algorítmico opera na exclusão sistemática dessas pessoas do campo da produção tecnológica, e também viabilizando intervenções por meio do ativismo e da organização comunitária.

Outro projeto de resistência liderado por mulheres é o Silo, que se trata de um grupo de arte e tecnologia que desloca o eixo de desenvolvimento tecnológico dos grandes centros urbanos para as realidades de espaços rurais, mobilizando atividades como residências e oficinas sobre agroecologia e bioarquitetura, que articulam demandas da comunidade local aos conhecimentos hegemônicos de ciência e tecnologia. A teorização implicada na análise de Pereira *et al.* (2022) contempla a problematização de práticas cotidianas de apropriação, adaptação e improvisação, ou seja, é aberta o suficiente para abarcar um leque de possibilidades. Porém, ao longo das argumentações, passa a rastrear exemplos apenas de práticas vistas como “formas de antagonismo”, “rupturas táticas”, destacando, assim, seu caráter de contestação. Outro elemento importante a se considerar é que as práticas elencadas pelos autores manifestam-se como intervenções coletivas, armadas via uma rede de interesses em comum.

Já João C. Magalhães (2022) dedica-se às práticas de resistência algorítmica no âmbito político, porém oriundas de ações individuais de “pessoas comuns”. Para tal, o autor investiga como procedem indivíduos que nunca participaram de organizações políticas, movimentos sociais ou partidos políticos. Além disso, sujeitos que não se autodenominam militantes e/ou ativistas, “embora participassem intensamente de atividades políticas no Facebook, tinham pouca ou nenhuma experiência anterior de se expressar politicamente de forma sustentada” (Magalhães, 2022, p. 81, tradução nossa<sup>06</sup>) até 2017, quando foram entrevistados.

A pesquisa, feita com usuários brasileiros do Facebook, revelou que algumas pessoas têm parado de publicar suas posições políticas nas plataformas de mídia social por causa de suas experiências com os sistemas de visibilidade algorítmica. Isto é, todos os entrevistados mencionaram reconhecer na plataforma lógicas de similaridade que impediam a circulação de suas vozes em espaços que “precisariam” ouvi-las. Dessa forma, os usuários relataram sentir-se desmotivados a se engajar efetivamente nos circuitos da plataforma. Nesses casos, a resistência manifesta-se como um desengajamento político, segundo o autor (Magalhães, 2022), advindo da sensação de “inutilidade” experimentada diante da mediação algorítmica.

Na pesquisa de Willian Araújo (2023), a resistência também aparece em práticas cotidianas de uso do Facebook. Contudo, são investigados dois grupos distintos de usuários: desenvolvedores que, motivados por reflexões pessoais, encampam projetos individuais e usuários comuns (não desenvolvedores). O autor analisa ferramentas criadas pelos usuários especializados – isto é, com conhecimentos técnicos de programação computacional – para burlar o funcionamento do Feed de Notícias da plataforma, nomeadamente, “Kill News Feed”, “News Feed Eradicator” e “Quiet Facebook”. Como extensões que contestam o discurso de eficiência dos algoritmos do Facebook, elas manifestam a insatisfação dos usuários com esses sistemas, seja por causa da possível irrelevância dos conteúdos recomendados, seja por questões relativas à privacidade dos dados, ou ainda por percepções de perda de tempo e adição na plataforma. A criação e o uso das ferramentas, segundo relatos de usuários das extensões em fóruns de conversação on-line sobre elas, propiciam uma sensação de maior autonomia diante da plataforma, bem como de ampliação da produtividade advinda da diminuição do tempo gasto navegando no Facebook. Para o autor, essas são “táticas de contestação” que revelam um ganho de autonomia e controle diante do “poder algorítmico”, ainda que reconheça a necessidade de relativizar essas noções.

**06** No original: “while participating intensively in political activities on Facebook, had little or no previous experience of expressing themselves politically in a sustained manner”.

Nesse escopo, o que se coloca é uma tensão entre: a) as estratégias de sedução das empresas de tecnologias, que oferecem “facilitações” e ferramentas de conveniência perversas em diversos contextos, obviamente, a favor de seus próprios interesses; e b) movimentações de contestação e resistência à naturalização dessa lógica mobilizadas por usuários. As pesquisas mencionadas nesta seção são apenas algumas das investigações que enfocam práticas de enfrentamento à datificação e à platformização como modelos inevitáveis para sociedades conectadas. Ressaltamos a ampla contribuição que o estudo dessas táticas de contestação traz ao campo, revelando o protagonismo das pessoas em mobilizações de distintas ordens. Contudo, percebemos que há uma ênfase nas ações vinculadas ao ativismo político, organizado e coletivo, diante da volatilidade e da sutileza de ações individuais e corriqueiras. E, apesar de suas distintas características, ambas são enquadradas como práticas de resistência, de recusa à ordem instituída pela datificação e platformização.

Considerando esse cenário, reforçamos que o estudo das práticas no contexto de plataformas e algoritmos não se limita a esse tipo de ação (de resistência), especialmente no âmbito individual, cotidiano e não vinculado a movimentos sociais organizados, pois reconhecemos que as pessoas se apropriam de tais tecnologias com nuances multifacetadas e, por vezes, ambivalentes, conforme descrevemos na seção seguinte.

Neste ponto, a explicitação de um conceito sociológico de *agência* viabiliza balizas importantes para o debate. Isso porque pressupõe que a ação das pessoas existe em um contexto de constrangimentos estruturais – nesse caso, constituídos por plataformas e seus sistemas de dados e algoritmos. Ou seja, ainda que a estrutura não determine de forma totalizante a vida social e que haja espaço para a ação humana, ela exerce pressões sobre as práticas e participa das dinâmicas de produção social de sentido. Assim, estudar o que as pessoas fazem com os algoritmos, por exemplo, demanda discutir *tensões* entre suas ações e as estruturas em que vivem. No espaço das tensões entre ação humana e estrutura tecnopolítica, para além daquelas práticas caracterizadas como resistência, há negociação, cumplicidade e resignação, posturas que podem acontecer, inclusive, ao mesmo tempo, dada a ambivalência característica das experiências dos sujeitos (Martín-Barbero, 1997).

As reflexões de Ignacio Siles, Edgar Gómez-Cruz e Paola Ricaurte (2022; 2023) vêm explorando essa possibilidade, de modo que vale a pena recuperar sinteticamente alguns pontos de tal proposta. Por um lado, porque resgatam o pensamento latino-americano, estabelecendo conexões e integrando-se a uma potente tradição teórica; por outro, porque insistem no abandono de fórmulas dualísticas e/ou dicotômicas – ou seja, a opção pelo estudo do poder dos algoritmos seria excludente da investigação do espaço da agência, e vice-versa. E a história da pesquisa latino-americana já mostrou a falácia dessa opção.

Tomando como ponto de partida as contribuições de Martín-Barbero (1997) sobre o popular, os autores (Siles; Gómez-Cruz; Ricaurte, 2022) propõem a análise de quatro dimensões nas práticas *com os algoritmos*: as práticas culturais lúdicas, a imaginação (que diz respeito às expectativas e possibilidades de atuação), a resistência e o entre-lugar. Entendemos que é nesta última dimensão onde se constituem propriamente os gestos de adesão e recusa, conjuntamente.

Em nova teorização, Siles, Gómez-Cruz e Ricaurte (2023, p. 6, tradução nossa<sup>07</sup>) propõem uma abordagem fluida para o estudo da agência: “O conceito de fluidez enfatiza noções de fluxo, convergência, instabilidade, coexistência, fricção e mudança, em vez de polos sólidos e opostos ou estados definitivos”. Com o objetivo de configurar uma perspectiva desse tipo, consideram a complementaridade entre três sensibilidades: as *tensões* como alternativa ao binômio poder dos algoritmos *versus* agência; as *mediações* para evitar a lógica universal e descontextualizada; e as *transversalidades* para abarcar a convivência entre distintas temporalidades e níveis de análise.

<sup>07</sup> No original: “The concept of fluidity emphasizes notions of flow, convergence, instability, coexistence, friction, and change, rather than solid, opposite poles or definitive states”.

Embora nem as reflexões de Martín-Barbero nem os estudos latino-americanos de recepção tenham incorporado propriamente o conceito de *agência*, este parece ter potencial para compor uma abordagem dos públicos em rede que contemple tanto os constrangimentos estruturais quanto sua capacidade de ação. Contudo, é importante lembrar que a proposição barberiana enfatizava a vigência *simultânea* de dinâmicas de sedução e resistência entre sujeitos e meio/tecnologias – o que implica a consideração das *tensões* entre estruturas e práticas como elementos mobilizadores dos circuitos analisados, ainda que a pesquisa empírica tenha destacado mais as ações (de resistência).

### **“Ao mesmo tempo que é bom, é ruim...”**

Interessadas em conhecer as práticas de jovens em plataformas digitais, realizamos uma incursão empírica exploratória que investigou especialmente as relações que eles estabelecem com os algoritmos de recomendação e com a consequente lógica de personalização que medeia os acessos nas plataformas. A pesquisa de campo foi realizada, entre os meses de março e abril de 2024, em duas escolas de Ensino Médio na cidade de Goiânia, Goiás, sendo uma particular e a outra pública. Participaram dessa etapa inicial da pesquisa 13 jovens, de 14 a 17 anos, sendo 7 estudantes da escola particular e 6 da escola pública<sup>08</sup>. O recorte etário deriva da expressiva presença de jovens nas plataformas digitais (NIC.BR, 2023), bem como do reconhecimento desse grupo como sujeitos políticos relevantes, inclusive como protagonistas de transformações sociotécnicas e culturais (Martín-Barbero, 2022). O contato com as instituições de ensino foi viabilizado por professores conhecidos de uma das autoras, que facilitaram o acesso à coordenação e à direção dessas escolas, bem como a realização das atividades subsequentes.

Com as devidas autorizações, fizemos em ambas as escolas, durante uma entrada em sala de aula, um convite prévio aos estudantes, explicando do que se tratava a pesquisa e como seria a participação deles, caso consentissem. Os requisitos para a participação foram: ter uma conta no Instagram, usar a plataforma no dia a dia e apresentar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) assinado pelos responsáveis. Na escola particular, a coordenação possibilitou que o convite fosse feito para três turmas considerando a rotina das aulas, totalizando uma média de 60 alunos convidados. Destes, 7 efetivamente apresentaram a autorização na data previamente acordada e participaram dessa fase da pesquisa. Na escola pública, foi possível convidar uma turma, com aproximadamente 40 alunos, dos quais 6 devolveram o TCLE assinado na data estipulada e participaram das dinâmicas da pesquisa.

Os dados foram produzidos por meio de entrevistas individuais com os participantes, guiadas por um roteiro semiaberto de questões que abordaram desde as práticas mais comuns no Instagram, passando pelas relações com os anúncios publicitários, até os reconhecimentos dos processos de personalização dos conteúdos e as ideias em torno dos sistemas algorítmicos que sustentam as recomendações. Consideramos relevante ressaltar que o roteiro de entrevista foi elaborado com o cuidado de não enviesar as respostas, adotando um tom mais aberto, típico de pesquisas qualitativas de caráter exploratório.

**08** Neste artigo, apesar de não apresentarmos uma contextualização sobre os perfis dos participantes, reunimos algumas informações a esse respeito. Na escola particular, 4 jovens identificaram-se com o gênero feminino, e 3 com o masculino; quanto à raça, 6 se autodeclararam brancos, e 1 pardo. Na escola pública, 5 identificaram-se com o gênero feminino, e 1 com o masculino, dos quais 4 se autodeclararam pardos, 1 como branco e 1 como preto. Na escola particular, em relação à renda familiar, 2 informaram ser esta maior que R\$7.000,00, 1 informou renda entre R\$4.000,00 e R\$6500,00; 1 indicou renda entre R\$1.500,00 e R\$4.000,00, e 3 não souberam informar. Na escola pública, dois participantes declararam sua renda familiar como menor que R\$1.500,00; outros 2 informaram renda de R\$1.500,00 a R\$4.000,00; 1 relatou renda maior que R\$7.000,00; e 1 outro não soube informar. A seguir, para identificar cada um dos entrevistados, utilizaremos apenas uma letra, preservando seu anonimato, e indicações abreviadas de gênero, série, escola e idade. A pesquisa foi realizada conforme as diretrizes do Comitê de Ética e conta com autorizações das escolas envolvidas, bem como com os consentimentos dos responsáveis pelos participantes.

Especificamente sobre os resultados que debatemos neste artigo, decorrentes de uma ambivalência nas práticas com o algoritmos, as respostas mais relacionadas a esse tipo de relação com os algoritmos apareceram nas perguntas: “O que você acha de receber conteúdos recomendados no Instagram?”; “Como você se sente sabendo que existe um sistema que observa o que você faz no Instagram para te oferecer recomendações de conteúdo personalizadas?”; e, ainda, na interlocução ao final do roteiro, “Tem alguma coisa que você queira comentar sobre suas práticas de uso do Instagram?”. Por se tratarem de formulações abertas e gerais, não induzem as respostas ao universo da ambivalência e prezam pelo rigor na coleta dos dados. Reforçamos que as discussões aqui apresentadas são frutos de uma pesquisa empírica exploratória, logo, sem pretensões de generalização. O instrumento utilizado para a coleta de dados, bem como os procedimentos de análise (transcrição de áudio, tematização por categorias) seguiram uma abordagem qualitativa, preocupada em conhecer as experiências dos entrevistados via uma aproximação mais contextual e ajustada às suas lógicas.

Identificamos que todos os entrevistados reconhecem que o Instagram oferece a eles conteúdos recomendados, geralmente relacionados àqueles com que eles mais costumam interagir. Ou seja, esses jovens percebem, em suas experiências cotidianas de uso da plataforma, que consomem conteúdos não somente daqueles perfis que seguem, mas também de outros perfis, cujas publicações “aparecem”, segundo eles mesmos, porque são de seu interesse e parecidas com aquelas com as quais eles costumam se engajar – seja curtindo, comentando, salvando ou compartilhando, conforme relataram. Quando questionamos o que eles pensam sobre essa prática da plataforma, à exceção de duas participantes que entendem tal dinâmica como algo exclusivamente positivo, todos os demais entrevistados pontuaram que existem pontos ambivalentes a serem pensados. Assim, o que prevaleceu foi o entendimento de que a personalização algorítmica é algo bom e ruim ao mesmo tempo. Ou seja, as relações com as manifestações cotidianas das lógicas estruturais apresentadas nas seções anteriores apresentam nuances contextuais nas práticas de uso.

Os sentidos associados à esfera mais positiva estão articulados a discursos de conveniência e facilitação bastante próximos daqueles pretendidos pelas plataformas (Couldry; Mejias, 2019). Nesses casos, os entrevistados mencionaram que receber conteúdos vinculados a seus interesses é algo útil, por exemplo, em processos de compra, porque possibilita conhecer diferentes anunciantes do produto ou serviço que buscam sem a necessidade de múltiplas pesquisas em sites e lojas diferentes. Como descreve L., entrevistada do 1º ano da escola particular, de 15 anos,

Você demonstra interesse e acaba que aparecem várias coisas te mostrando... Por exemplo, quando você quer comprar uma roupa, você pode ver um preço melhor, ou então um lugar que você tem mais confiança pra comprar, ou então é bom porque aparece coisas que você se interessa que pode realmente ser útil para você.

Além da conveniência em processos de compra, os participantes também mencionaram como receber conteúdos relacionados a seus interesses lhes agrada por gerar distração e entretenimento rápido, especialmente quando estão cansados e querem espalhacer<sup>09</sup>. É o que explicitam as falas de duas entrevistadas a seguir.

Eu me sinto muito bem usando redes assim porque eu odeio entrar num aplicativo completamente novo e não tem nada que eu gosto lá. [...] Você fica mais com vontade de usar a sua [conta] mesmo, porque lá tem a sua personalidade, as coisas que você gosta de ver, então eu amo quando tenho conteúdo personalizado para mim (G., fem., 1º ano, particular, 14 anos).

**09** Diversos relatos mencionaram o sentimento de cansaço com a rotina de estudos e a alta demanda de aulas, tarefas e atividades preparatórias para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

Eu acho legal e eu acho que é uma forma de ajudar a gente também no que a gente gosta, a espalhar a nossa mente... Porque querendo ou não o Instagram ajuda muito a aliviar um momento que a gente tá mal ou muito estressada (A., fem., 2º ano, particular, 15 anos).

Contudo, junto dessa dimensão positiva de conveniência e lazer, os participantes relataram incômodos com a lógica de personalização algorítmica. Identificamos esse entendimento com quatro nuances: a) incompreensão e estranhamento; b) insatisfação com a insistência e repetição de conteúdos; c) preocupação com o tempo exagerado gasto nas plataformas de mídia social; e d) limitação do acesso a conteúdos específicos. A primeira dimensão, de estranhamento (a), foi a mais recorrente e está relacionada a uma sensação de incompreensão, desconfiança e receio sobre como de fato a personalização acontece. Em geral, os participantes trouxeram termos como “esquisito”, “assustador” e “confuso” para se referirem a essa lógica.

Tais compreensões estavam vinculadas a dimensões de privacidade e vigilância, promovendo um contraponto entre a conveniência de receber conteúdos personalizados e a sensação de estar sendo monitorado a todo momento. A ambivalência ficou clara em diversas falas, como: “É bom porque aparecem coisas que você se interessa, que pode realmente ser útil para você... mas aí vem a questão da paranoia que, meu Deus, [...] parece que tudo que eu gosto tá no celular!” (L., fem., 1º ano, particular, 15 anos). E também em:

Eu me sinto um pouco vigiada, mas [...] eu até gosto porque é do interesse. [...] Você não precisa ficar pesquisando por coisas específicas, já tem na mão. Então, ao mesmo tempo que é bom, também é ruim, porque eles estão te observando (N., fem., 1º ano, pública, 15 anos).

Segundo os jovens, o estranhamento se torna ainda mais evidente quando as recomendações são muito precisas, como nos relatos em que os participantes receberam sugestões de conteúdos muito próximos daquilo que gostariam de ver, tendo ou não pesquisado sobre. A sensação de surpresa diante da precisão das recomendações, também identificada na pesquisa de Taina Bucher (2017), apareceu em outras falas como: “Quando aparece uma coisa assim muito específica, você fica meio ‘Que isso? Como assim? Como que esse cara sabe que é isso que tá acontecendo comigo?’” (J., masc., 3º ano, particular, 17 anos). E ainda: “[...] eu fiquei um pouco assustada, porque ele sabia exatamente a blusa que eu tinha gostado. Foi um pouco esquisito. Mas eu achei até que engraçado” (N., fem., 1º ano, pública, 15 anos).

Observando esses relatos, identificamos certa *preocupação* dos jovens por não compreenderem exatamente como esse sistema de monitoramento funciona, apesar de experimentarem seus desdobramentos de forma explícita no cotidiano. Percebemos também um tom de *curiosidade* para entender como isso ocorre, seja com especulações sobre o funcionamento dos algoritmos (por exemplo, mencionando os termos de uso e permissões que precisam ser aceitos para acessar as plataformas), seja com reivindicações de maior privacidade no uso da internet (sugerindo que as plataformas perguntassem o que cada usuário permite que seja monitorado, por exemplo). Ao mesmo tempo, reconhecemos certa *dificuldade em tensionar* essa lógica, por perceberem-na como muito complexa e implacável – o que reitera a circulação de um discurso hegemônico totalizante do poder estrutural desses sistemas. J. (masc., 3º ano, particular, 17 anos) comentou sobre isso em um tom de resignação, como quem evita tratar da questão, mesmo discordando de alguns aspectos: “Ah, toda vez que eu paro pra pensar, eu desisto. [...] Nossos gostos... tudo tá comprado ali para mandar para o banco de dados? Eu acho que é mais ou menos assim... só que eu tento não pensar muito”.

Além dessa atmosfera de incompreensão e estranhamento, a conveniência da personalização também foi tensionada com a insatisfação dos participantes com a insistência e a repetição de conteúdos (b), especificamente publicitários, advindos de estratégias de distribuição algorítmica de mídia programática. Nesse âmbito, os participantes questionaram a quantidade excessiva de anúncios publicitários que recebem no Instagram relacionados a pesquisas sobre produtos e serviços que costumam fazer on-line. Uma das entrevistadas relatou um episódio em que ela e sua mãe estavam pesquisando sobre geladeiras para a

casa, e ela passou a receber insistentemente propagandas desse eletrodoméstico. Segundo ela, “ao mesmo tempo que é bom, eu acho que é meio ruim, porque, tipo, a gente pesquisou na geladeira e tal. A gente já comprou, chegou... Aí fica aparecendo só aquilo, só aquilo, só aquilo” (Y., fem., 1º ano, pública, 15 anos). Trata-se da aplicação de estratégias publicitárias com algoritmos de forma demasiada, causando uma sensação de bombardeamento de informações. Nesses casos, a ambivalência está relacionada à frequência das recomendações de conteúdos. Ou seja, as sugestões são consideradas úteis e válidas, porém, em algumas experiências, tornam-se excessivas e incômodas.

A terceira nuance de ambivalência nas práticas dos participantes está vinculada à preocupação com o tempo exagerado gasto nas plataformas de mídia social (c). Apareceu entre os entrevistados a sensação de que plataformas como o Instagram sugerem conteúdos tão atraentes e próximos aos seus interesses que acabam seduzindo-os a ficar longos períodos conectados. Segundo uma das jovens, “quanto mais eles prendem a nossa atenção, mais a gente quer ficar vidrado naquilo. [...] O lado ruim é que, como a gente gosta muito daquilo, a gente acaba ficando vidrado e esquecendo o resto” (Q., fem., 1º ano, pública, 15 anos).

Esse sentido atribuído ao uso das plataformas, resultante de uma personalização “eficiente” do ponto de vista da plataforma e dos anunciantes (Couldry; Mejias, 2019), foi identificado também na pesquisa de Ludmilla Lupinacci (2020). A autora comenta que os participantes de sua investigação relataram experienciar sensações de excitação e fascínio com a oferta “infinita” de conteúdos interessantes e personalizados, junto com ansiedade e fadiga devido ao desejo de conexão contínua nas plataformas de mídia social. Em nossos dados empíricos, prevalece a ambivalência entre a sedução pela atratividade dos conteúdos e o reconhecimento da necessidade de moderação do tempo gasto nas plataformas.

Por fim, o último aspecto mapeado em campo sobre essa discussão vincula-se ao reconhecimento de que a personalização algorítmica limita o acesso dos usuários a conteúdos específicos (d). Em outras palavras, trata-se do padrão de similaridade, segundo o qual os algoritmos operam, que cria bolhas de consumo que facilitam alguns acessos e dificultam outros (Gillespie, 2018). Uma entrevistada ressaltou a tendência de consumir muitos conteúdos, porém pouco diversos:

Tem muita coisa assim que, tipo, eu sinto que é importante, mas, por eu não ver tanto assim, acaba que não aparece para mim. [...] Eu sinto que eu fico muito presa nesse mundo que eu tenho... Aí quando, tipo, eu vou conversar com uma pessoa que não tem nada a ver com aquele mundo meu, é meio estranho (T., fem., 2º ano, particular, 16 anos).

Sinalizamos que o processo de personalização das recomendações é constantemente modificado segundo os hábitos de consumo dos usuários. Ou seja, nada impede que as pessoas “furem a bolha” e pesquisem conteúdos diferentes – o que será, inclusive, incorporado aos padrões de comportamento e possivelmente processado com diferentes recomendações nos sistemas algorítmicos. Porém, a conveniência de já receber conteúdos atrativos ao usuário de modo fácil e contínuo é uma comodidade, conforme apresentamos, que pode ser experimentada também como um distanciamento de outras realidades, segundo o relato da entrevistada.

## Considerações finais

Uma observação do entorno sociotécnico contemporâneo como a que propomos aqui sustenta-se na articulação entre a investigação empírica e contextual das práticas com plataformas e algoritmos e o diálogo com repertórios teóricos anteriores acerca das relações entre pessoas e tecnologias de comunicação de uma forma mais ampla. Reforçamos a pertinência de uma interlocução mais próxima com autores, questões e abordagens que vieram antes – neste caso, principalmente aqueles vinculados à tradição dos estudos de

audiência, recepção e usos sociais dos meios de comunicação. Afinal, a despeito das especificidades do entorno sociotécnico contemporâneo, as teorizações anteriores compõem um reservatório de conhecimento a ser recuperado, especialmente quando reconhecemos que a pesquisa tem seguido lógicas parecidas com aquelas já vivenciadas no passado. A recente revisão de literatura de Markus Ojala e Leena Ripatti-Tornianinen (2023) fortalece esse ponto de vista ao nomear determinadas tradições teóricas que estiveram no centro do trabalho acadêmico e na atualidade têm sido negligenciadas no estudo dos públicos em rede.

Essa interlocução não implica a desconsideração de teorias de caráter mais abrangente, provenientes majoritariamente do Norte, mas sua incorporação crítica. Nesse sentido, aderimos à proposição de Ignacio Siles *et al.* (2024) relacionada aos riscos da “tropicalização”, isto é, da *aplicação e reprodução* de conceitos e teorias do Norte global para interpretar experiências latino-americanas, sem levar em conta as condições locais de apropriação desses conceitos. Consideramos primordial, portanto, não perder de vista a necessidade de contextualizar as discussões teóricas e referendá-las em contextos situados, com uma disposição crítica ao caráter universal e homogeneizante assumido pelos constrangimentos estruturais em algumas dessas teorizações.

Conforme apresentamos, em uma tentativa preliminar de reunir investigações que abordam relações entre pessoas e algoritmos de recomendação, notamos como tópico emergente de diversas iniciativas a discussão de práticas de resistência à datificação e à personalização algorítmica. Embora sejam trabalhos de extrema importância, a revisão elaborada fomenta manter o olhar aberto e atento para outras formas de ação das pessoas com as tecnologias, já que, para além das posições marcadamente de oposição, geralmente, organizadas em movimentos coletivos institucionalizados em diferentes graus, o cotidiano ambienta outras práticas. Como vimos, são posições mais ambivalentes, flexíveis e informais, próprias de um âmbito mais individual e menos organizado. Apesar de sua fluidez (Siles; Gómez-Cruz; Ricaurte, 2023), essas ações reiteram a agência das pessoas na sociedade contemporânea e ressaltam matizes indispensáveis para a produção de análises coerentes com experiências situadas.

Nesse contexto, sinalizamos que em muitos casos o termo “agência”, embora esteja presente em algumas das recentes discussões apresentadas, não está propriamente definido. Sendo assim, a principal síntese decorrente da revisão integrada entre literatura e exploração empírica aponta como alternativa para o delineamento de uma agenda de pesquisa futura o aprofundamento em questões referentes à agência. Vislumbramos a importância de uma discussão mais aprofundada de tal conceito, recuperando contribuições inclusive sociológicas sobre o tema, as quais enfatizam como as tensões entre ação humana e constrangimentos estruturais são constitutivas de tal conceito. Tal interlocução pode ampliar as possibilidades de análise porque inclui no debate questões de multidimensionalidade, bem como nuances e atravessamentos que complexificam a experiência social com as tecnologias.

De acordo com o que apresentamos na seção sobre a pesquisa empírica, a realidade experienciada pelos jovens entrevistados é permeada por múltiplos matizes, sendo as relações estabelecidas por eles com a personalização algorítmica no Instagram profundamente marcadas pela ambivalência. Essa dinâmica emergiu em quatro dimensões: a) incompreensão e estranhamento; b) insatisfação com a insistência e repetição de conteúdos; c) preocupação com o tempo exagerado gasto nas plataformas de mídia social; e d) limitação do acesso a conteúdos específicos. Apesar de tratar-se de uma exploração empírica inicial, identificamos que os jovens reconhecem a lógica da personalização no seu dia a dia – ainda que não sejam peritos no funcionamento técnico dos sistemas algorítmicos – e elaboram formulações mais ou menos críticas acerca dessa realidade, apontando nitidamente aspectos positivos e negativos que operam *simultaneamente* nas suas formas de se apropriar dos algoritmos. Portanto, os resultados sinalizam que a pesquisa precisa reter a atenção no atrito entre posições diversas e divergentes nas práticas com os algoritmos, e não somente naquelas de resistência.

Tal característica de ambivalência das práticas configura esse recorte de pesquisa como um campo aberto e com muitas possibilidades para exploração. Daí a importância de mais pesquisas voltadas para as práticas das pessoas com os algoritmos, não só com jovens, mas com públicos diversos, e com abordagens metodológicas também diversificadas. Afinal, práticas ambivalentes são repletas de particularidades que demandam da pesquisa estratégias inventivas para compreendê-las sem reduzir sua complexidade.

## Referências

ARAÚJO, W. F. Mate o *feed* e retome o controle: histórias sobre personalização, governamentalidade e fissuras no poder algorítmico. **Intexto**, Porto Alegre, n. 55, e-129276, 2023.

BONINI, T.; TRERÉ, E. **Algorithms of Resistance**: the Everyday Fight against Platform Power. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2024.

BUCHER, T. The Algorithmic Imaginary: Exploring the Ordinary Affects of Facebook Algorithms. **Information, Communication & Society**, on-line, v. 20, n. 1, p. 30-44, 2017.

CARRIJO, A. J. F.; ESCOSTEGUY, A. C. D. Algoritmos e cultura digital: interlocuções com a pesquisa latino-americana. **Famecos**, São Paulo [on-line], v. 31, n. 1, e-44941, 2024.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.

COULDREY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge: Polity Press, 2017.

COULDREY, N.; MEJIAS, U. A. **The Costs of Connection**: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.

ESCOSTEGUY, A. C. D.; CARRIJO, A. J. Pensar “latino-americamente” os algoritmos e as plataformas: as contribuições de Jesús Martín-Barbero. **Palabra Clave**, on-line, v. 28, n. 2, e-2828, 2025.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. Tradução de Amanda Jurno. **Parágrafo**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan.-abr., 2018.

GROHMAN, R. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. **EPTIC**, São Cristovão, v. 22, n. 1, p. 106-122, 2020.

HEPP, A.; JARKE, J.; KRAMP, L. New Perspectives in Critical Data Studies: the Ambivalences of Data Power – An Introduction. In: HEPP, A.; JARKE, J.; KRAMP, L. (Eds.). **New Perspectives in Critical Data Studies**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2022. p. 1-23.

LUPINACCI, L. “Absentmindedly Scrolling through Nothing”: Liveness and Compulsory Continuous Connectedness in Social Media. **Media, Culture & Society**, on-line, v. 43, n. 2, p. 273-290, 2020.

MAGALHÃES, J. C. Algorithmic Resistance as Political Disengagement. **Media International Australia**, on-line, v. 183, n. 1, p. 77-89, 2022.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Fernanda Castilho e Maria Immacolata Vassalo Lopes. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

\_\_\_\_\_. **Jovens**: entre o palimpsesto e o hipertexto. Organização de Carles Feixa e Mònica Figuera-Maz. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2022.

MILAN, S.; TRERÉ, E. Big Data a partir do Sul/dos Suis: uma matriz analítica para investigar dados nas margens. Tradução de Guilherme Martins Batista. **Fronteiras**, on-line, v. 4, n. 3, p. 109-122, set.-dez. 2022.

NATANSOHN, G.; MORALES, S.; FERREIRA, S. Colonialismo de dados e apropriação das tecnologias digitais: articulações e propostas a partir de uma perspectiva feminista. **Fronteiras**, on-line, v. 4, n. 3, p. 21-34, set.-dez. 2022.

NIC.BR – NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR. TIC Kids Online Brasil 2022: pais e responsáveis – Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil. **CETIC.br**, on-line, 3 maio 2023. Disponível em: <<http://cetic.br/pt/arquivos/kidsonline/2022/pais>>. Acesso em: 30 jul. 2024.

OJALA, M.; RIPATTI-TORNIAINEN, L. Where is the Public of “Networked Publics”? A Critical Analysis of the Theoretical Limitations of Online Publics Research. **European Journal of Communication**, on-line, v. 39, n. 2, p. 145-160, 2023.

PEREIRA, G.; MORESCHI, B., MINTZ, A.; BEIGUELMAN, G. We've Always been Antagonistic: Algorithmic Resistances and Dissidences beyond the Global North. **Media International Australia**, on-line, v. 183, n. 1, p. 124-138, 2022.

RICAURTE, P. Data Epistemologies, the Coloniality of Power, and Resistance. **Television & New Media**, on-line, v. 20, n. 4, p. 350-365, 2019.

SILES, I., ESPINOZA-ROJAS, J.; MÉNDEZ, A. La investigación sobre tecnología de comunicación en América Latina: un análisis crítico de la literatura (2005-2015). **Palabra Clave**, on-line, v. 22, n. 1, 2019.

SILES, I.; GÓMEZ-CRUZ, E.; RICAURTE, P. Toward a Popular Theory of Algorithms. **Popular Communication**, on-line, v. 21, n. 1, p. 57-70, 2022.

SILES, I.; GÓMEZ-CRUZ, E.; RICAURTE, P. Fluid agency in relation to algorithms: tensions, mediations, and transversalities. **Convergence**, on-line, v. 30, n. 3, p. 1025-1040, 2023.

SILES, I., VALIATI, V., VALERIO-ALFARO, L., FERREIRA, A. Tropicalizing Platformization? Tensions in Research on Algorithms and Platforms in Latin America. **International Journal of Cultural Studies**, on-line, v. 28, n. 1, p. 332-340, 2024.

SILVERSTONE, R.; HIRSCH, E. (Orgs.). **Los efectos de la nueva comunicación**: el consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia. Barcelona: Bosch, 1996.

STRIPHAS, T. Algorithmic Culture. **European Journal of Cultural Studies**, [S.l.], v. 18, n. 4-5, p. 395-412, 2015.

TORRACO, R. J. Writing Integrative Literature Reviews: Using the Past and Present to Explore the Future. **Human Resource Development Review**, on-line, v. 15, n. 4, p. 404-428, 2016.

TREJO, R. Seis décadas de investigación latinoamericana sobre comunicación: una propuesta de periodización. In: CROVI, D.; TREJO, R. (Coords.). **Tejiendo nuestra historia**: investigación de la comunicación en América Latina. Mexico: Universidad Autónoma de Mexico, 2018. p. 346-382.

TRERÉ, E. **Activismo mediático híbrido**: ecologías, imaginarios, algoritmos. Bogotá: FES Comunicación, 2020.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. **The Platform Society**: Public Values in a Connective World. Nova York: Oxford University Press, 2018.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

## informações do artigo

### **Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese**

O artigo é resultado da pesquisa de doutorado em andamento intitulada “Jovens e algoritmos de recomendação: apropriações cotidianas da personalização no Instagram”, desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS).

### **Fontes de financiamento**

A pesquisa de doutorado da qual deriva este texto é financiada por uma bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). A professora orientadora atua com Bolsa em Produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) 1C.

### **Apresentação anterior**

Não se aplica.

### **Agradecimentos/Contribuições adicionais**

Não se aplica.

## informações para textos em coautoria

### **Concepção e desenho da pesquisa**

Ana Júlia de Freitas Carrijo e Ana Carolina Damboriarena Escosteguy

### **Coleta de dados**

Ana Júlia de Freitas Carrijo

### **Análise e/ou interpretação dos dados**

Ana Júlia de Freitas Carrijo e Ana Carolina Damboriarena Escosteguy

### **Escrita e redação do artigo**

Ana Júlia de Freitas Carrijo e Ana Carolina Damboriarena Escosteguy

### **Revisão crítica do conteúdo intelectual**

Ana Júlia de Freitas Carrijo e Ana Carolina Damboriarena Escosteguy

### **Formatação e adequação do texto ao template da E-Compós**

Ana Júlia de Freitas Carrijo

## informações sobre cuidados éticos e integridade científica

**A pesquisa que resultou neste artigo teve financiamento?**

Sim.

**Financiadores influenciaram em alguma etapa ou resultado da pesquisa?**

Não.

**Liste os financiadores da pesquisa:**

CAPES (bolsa de doutorado) e CNPQ (bolsa em produtividade 1C).

**Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com os financiadores da pesquisa?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não se aplica.

**Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização mencionada pelo artigo?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não há vínculos deste tipo.

**Autora, autor, autores têm algum vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização que pode ser afetada direta ou indiretamente pelo artigo?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não há vínculos deste tipo.

**Interferências políticas ou econômicas produziram efeitos indesejados ou inesperados à pesquisa, alterando ou comprometendo os resultados do estudo?**

Não.

**Que interferências foram detectadas?**

Nenhum efeito inesperado do tipo foi detectado.

**Mencione outros eventuais conflitos de interesse no desenvolvimento da pesquisa ou produção do artigo:**

Não há conflitos de interesse.

**A pesquisa que originou este artigo foi realizada com seres humanos?**

Sim.

**Entrevistas, grupos focais, aplicação de questionários e experimentações envolvendo seres humanos tiveram o conhecimento e a concordância dos participantes da pesquisa?**

Sim.

**Participantes da pesquisa assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido?**

Sim.

**A pesquisa tramitou em Comitê de Ética em Pesquisa?**

Sim. O projeto está identificado pelo Certificado de Apreciação Ética número: 71430823.8.0000.5347.

**O Comitê de Ética em Pesquisa aprovou a coleta dos dados?**

Sim.

**Mencione outros cuidados éticos adotados na realização da pesquisa e na produção do artigo:**

Anonimização de participantes, guarda de documentos, armazenamento de dados, devolutiva de resultados aos participantes prevista para o final da pesquisa de doutorado.