

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

Meta-identidade e plataformas digitais: disputas por transparência e controle na criação algorítmica das identidades pelos sistemas de IA

Allan Herison Ferreira, Ana Carolina Trevisan

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.13161>

Submetido em: 2025-09-02

Postado em: 2025-09-09 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

META-IDENTIDADE E PLATAFORMAS DIGITAIS: DISPUTAS POR TRANSPARÊNCIA E CONTROLE NA CRIAÇÃO ALGORÍTMICA DAS IDENTIDADES PELOS SISTEMAS DE IA

ALLAN HERISON FERREIRA/A 1

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3606-2089>

allanherison@gmail.com.br

ICNOVA/Universidade NOVA de Lisboa. Lisboa, Portugal

| LAPS/Universidade de São Paulo, SP, Brasil.

ANA CAROLINA TREVISAN/A 2

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2818-5858>

anacarolinatcf@gmail.com.br

IFILNOVA/Universidade NOVA de Lisboa. Lisboa, Portugal

RESUMO: Este estudo aplica o conceito de meta-identidade como uma chave analítica para compreender os processos classificatórios de dados, dinâmicas de poder e estruturas de governança no ecossistema digital contemporâneo. A partir da análise de três casos que geraram grande comoção social no Brasil, investiga-se como as identidades nas plataformas digitais são construídas, atribuídas e operacionalizadas por sistemas algorítmicos, revelando tensões entre subjetividade, técnica e normatividade. Com base em abordagens clássicas e contemporâneas sobre identidade, o texto busca articular uma proposta teórica ainda em construção: um modelo de meta-identidade que permita mapear os fluxos internos dos sistemas classificatórios digitais — seus vetores de entrada, dinâmicas processuais e resultados (*outputs*). Reconhecendo os limites e desafios de qualquer tentativa de modelização, esta proposta é apresentada com humildade científica, como um esforço inicial para sistematizar fenômenos complexos e em constante transformação. O texto também trata da governança jurídico-normativa que legitima tais processos, propondo uma metodologia crítica para análise empírica e auditoria de sistemas classificatórios. Ao final, apresenta-se uma interpretação sistêmica do modelo de meta-identidades, evidenciando seus impactos sobre a definição de sujeitos, a produção de verdade e a distribuição de poder no espaço digital.

Palavras-chave: meta-identidade, classificação digital, governança algorítmica, identidade, poder, subjetividade, ecossistema digital, normatividade, auditoria, modelo teórico, sociologia, sociologia digital, inteligência artificial (IA)

META-IDENTITY AND DIGITAL PLATFORMS: DISPUTES OVER TRANSPARENCY AND CONTROL IN THE ALGORITHMIC CREATION OF IDENTITIES BY AI SYSTEMS

ABSTRACT: This study applies the concept of meta-identity as an analytical key to understanding classificatory data processes, power dynamics, and governance structures in the contemporary digital ecosystem. Drawing on the analysis of three cases that generated significant social upheaval in Brazil, it investigates how identities on digital platforms are constructed, assigned, and operationalized by algorithmic systems, revealing tensions between subjectivity, technique, and normativity. Based on both classical and contemporary approaches to identity, the text seeks to articulate a theoretical proposal still in development: a meta-identity model that allows for mapping the internal flows of digital classificatory systems — their input vectors, procedural dynamics, and outputs. Acknowledging the limits and challenges of any modeling attempt, this proposal is presented with scientific humility, as an initial effort to systematize complex and constantly evolving phenomena. The text also addresses the legal-normative governance that legitimizes such processes, proposing a critical methodology for empirical analysis and auditing of classificatory systems. Finally, it presents a systemic interpretation of the meta-identity model, highlighting its impacts on the definition of subjects, the production of truth, and the distribution of power in the digital sphere.

Keywords: meta-identity, digital classification, algorithmic governance, identity, power, subjectivity, digital ecosystem, normativity, auditing, theoretical model, sociology, digital sociology, artificial intelligence (AI)

INTRODUÇÃO: POR QUE FALAR DE META-IDENTIDADE AGORA?

As plataformas digitais consolidaram-se nas últimas décadas como infraestruturas físicas e digitais centrais de mediação social estabelecendo interações, fluxos informacionais e oportunidades de visibilidade (CASTELLS, 2006; SRNICEK, 2016; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; ZUBOFF, 2019). Por trás dessa mediação, opera um regime classificatório contínuo que vai além das informações pessoais básicas e da identidade autoatribuída pelos usuários. Tais representações que as plataformas digitais constroem a partir dos dados iniciais de seus usuários não permanecem estáticas (CHENEY-LIPPOLD, 2017). Elas são continuamente reconfiguradas por camadas sucessivas de informação que se acumulam independentemente da vontade expressa dos indivíduos, tornando-se opacas, quase invisíveis e fora de seu controle direto. Essas construções emergem de dinâmicas complexas entre lógicas algorítmicas e interações humanas, articuladas em múltiplas camadas de decisão e parametrização. Tais processos são frequentemente mediados por modelos de inteligência

artificial integrados às plataformas que influenciam diretamente o acesso, a visibilidade, a reputação e até mesmo a permanência dos usuários no ecossistema digital. Com o objetivo de contribuir para a compreensão das dinâmicas classificatórias e dos mecanismos que sustentam a produção de identidades nas plataformas digitais, este artigo defende o conceito de meta-identidade, originalmente apresentado na comunicação *Meta-Identity and Digital Platforms: The Influence of Algorithmic Decision-Making on Social and Personal Identities*¹ no 5th ISA Forum of Sociology¹. Apresentamos também — de forma exploratória — como o modelo pode funcionar como uma ferramenta teórica e analítica voltada à sistematização dos vetores classificatórios e dos efeitos concretos que moldam a experiência dos sujeitos nas plataformas digitais.

O impacto das aplicações digitais de redes sociais é cada vez mais sentido e atinge as mais diversas dimensões da vida social. Por trás de seu funcionamento visível, operam uma série de parâmetros e algoritmos que são vagamente explicados pelas organizações e de difícil compreensão para o público não especializado. Impulsionadas por ferramentas de inteligência artificial, as meta-identidades manifestam as categorizações dos usuários em blocos de perfis ou clusters (TWITTER, 2023; X CORP., [s.d.]; X DEVELOPER PLATFORM, 2021). Estas categorizações em bloco que servem de base para a proposição e entendimento das dinâmicas da meta-identidade podem ser utilizadas para os mais diversos propósitos, como por exemplo, para intensificar os laços entre usuários que têm preferências semelhantes e definir as possibilidades de conteúdo a que serão expostos, sugerir perfis de novos contatos a que estarão propensos a se conectar, a atribuir ou afetar a reputação daqueles que se destacam positiva ou negativamente na plataforma.

Essas dinâmicas não se circunscrevem ao ambiente digital: são alimentadas por um ecossistema de canais de entrada e mediação que atravessa o on-line e o off-line, articulando *inputs* conscientes (informados pelos próprios usuários, gestores da plataforma ou autoridades), semiconscientes (recolhidos de modo automático a partir dos dados de navegação, interações individuais ou agregadas) e processados transversalmente por camadas algorítmicas. O desempenho nas plataformas retroalimenta o tecido social, reconfigurando reputações, oportunidades e obrigações, com efeitos materiais e simbólicos. Exemplificamos essas dinâmicas a partir de três casos de grande impacto e

¹ Allan Herison Ferreira, *Meta-Identity and Digital Platforms: The Influence of Algorithmic Decision-Making on Social and Personal Identities*. Trabalho apresentado na sessão JS-220.3, V Forum of Sociology, International Sociological Association, Rabat, 11 jul. 2025. Disponível em: <https://isaconf.confex.com/isaconf/forum2025/meetingapp.cgi/Paper/159089>. Acesso em: 20 ago. 2025. O texto resultante está em fase de análise por pares e, em caso de publicação, terá a devida referência atualizada neste artigo.

comoção social que transpuseram as redes sociais, atingiram os meios de comunicação tradicionais e alcançaram as mais altas esferas de tomada de decisão e poder no Estado brasileiro.

Os três casos, que envolvem a adultização, as plataformas de apostas digitais e o atentado a bomba ao Supremo Tribunal Federal por um ativista de extrema-direita, acabaram por suscitar debates no meio político e jurídico. Os debates públicos que se seguiram questionaram o papel e a responsabilidade das plataformas digitais e, por conseguinte, de seus dirigentes, em relação a atos viabilizados ou potencializados por elas ou resultantes de sua omissão ou negligência em casos que poderiam ter sido evitados. Esse contexto serve de base para explorar o conceito e as dinâmicas da meta-identidade, permitindo exemplificar melhor os problemas que o conceito ajuda a identificar, compreender e enfrentar.

1. TRÊS CASOS DE GRANDE COMOÇÃO SOCIAL NO BRASIL

1.1. Caso 1 – Adultização: a infância calculada e levada ao limite

Em agosto de 2025, o criador de conteúdo Felipe Bressanim Pereira, conhecido como Felca, publicou no YouTube um documentário investigativo de cerca de 50 minutos denunciando a sexualização e exposição abusiva de crianças e adolescentes em plataformas digitais, principalmente no Instagram (FELCA, 2025), mas que podem se estender também a outras plataformas como o TikTok, X e YouTube. O vídeo demonstrava que o problema não era isolado: conteúdos sexualizados envolvendo menores eram não apenas tolerados, mas amplificados pelos algoritmos de recomendação dessas plataformas, configurando um ciclo de estímulo, engajamento e retenção com possíveis fins econômicos.

Felca criou ao menos uma conta experimental no aplicativo Instagram e mostrou, passo a passo como, ao interagir minimamente com conteúdo sexualmente sugestivo envolvendo menores, o painel de conteúdos oferecidos no aplicativo (*feed*) automaticamente e rapidamente se preenchia com vídeos semelhantes, formando o que pode ser considerado uma câmara de eco composta, segundo o autor, por imagens sugestivas de abuso e exploração sexual, inclusive de menores. A denúncia citou influenciadores adultos que expunham adolescentes de forma erotizada, além de práticas de edição, *hashtags*, *gifs* e uso de *trends* que serviam como atalhos semânticos para contornar mecanismos superficiais de moderação e direcionar para páginas externas ao aplicativo com potencial de aprofundamento em ações criminosas.

O impacto social foi imediato: em poucos dias, o vídeo acumulou milhões de visualizações, gerou ampla cobertura jornalística e provocou reação no Congresso, resultando em pressão por pautar projetos de lei para criminalizar e regular de forma mais rígida a veiculação e recomendação de conteúdos que sexualizam menores (AGÊNCIA BRASIL, 2025b). Pouco mais de uma semana depois da publicação do vídeo, o principal influenciador denunciado por Felca foi preso em tentativa de fuga no desdobramento das investigações contra ele e seu marido, por publicar vídeos de menores expostos em festas adultas promovidas por seu “*reality show*” adolescente (AGÊNCIA BRASIL, 2025c).

O caso evidenciou a intersecção entre vulnerabilidade infantil, engajamento e opacidade sobre como os algoritmos processam dados e sugerem conteúdos, demonstrando que a “adultização” online não é fruto apenas de ações individuais, mas de um ecossistema digital que potencializa e transforma esse (e outros) tipos de exploração enquanto gera, para os autores e para as plataformas digitais, engajamento, poder de influência e receita.

1.2. Caso 2 – Jogo do Tigrinho: quando a meta é a compulsão

O caso dos aplicativos de apostas digitais, mais conhecidos como “*Bets*”, emergiu de modo mais amplo no debate público brasileiro a partir de 2023, com a investigação e posterior instauração de uma CPI para apurar a atuação de plataformas de apostas on-line, em especial o popular “Jogo do Tigrinho” (AGÊNCIA BRASIL, 2024b). Essas plataformas, operando até então de forma ilegal ou em zonas cinzentas de regulação, direcionavam publicidade e promoções para públicos vulneráveis, incluindo adolescentes e pessoas em situação econômica difícil.

A investigação parlamentar revelou que influenciadores digitais eram peças-chave: recebiam pagamentos expressivos para promover os jogos durante transmissões ao vivo ou em postagens, muitas vezes sem sinalizar a natureza publicitária do conteúdo. As plataformas, segundo a investigação, utilizavam dados comportamentais e de transações para identificar e segmentar usuários com alto potencial de retenção econômica, o que permitia o oferecimento de bônus personalizados, mantendo-os em ciclos de aposta compulsiva baseada em microdirecionamento de conteúdos ou promoções que exploravam vulnerabilidades dos usuários, como a propensão a comportamentos compulsivos (AGÊNCIA BRASIL, 2024a).

A CPI das *Bets* produziu um relatório apontando a necessidade de regulação, bloqueio de sites ilegais, fiscalização de transações financeiras e responsabilização de influenciadores que promoviam esses aplicativos (AGÊNCIA BRASIL, 2025d). Embora não tenha prosseguido para o nível de denúncia formal naquela instância, o caso expôs como a combinação de marketing de influência,

opacidade algorítmica e monetização predatória pode transformar ambientes digitais em espaços de exploração econômica massiva, com efeitos negativos à saúde mental, endividamento, precarização econômica de milhões de pessoas, colocando até mesmo vidas em risco (AGÊNCIA BRASIL, 2025f; LARANJEIRA; MADRUGA, 2025).

1.3. Caso 3 – “Tiu França”: radicalização e violência sem barreiras

Em julho de 2024, um homem identificado nas redes sociais como “Tiu França” realizou um atentado contra o Supremo Tribunal Federal (STF), disparando um artefato explosivo contra a sede da instituição em Brasília e ferindo seguranças antes de tirar a própria vida (TV BRASIL, 2024). A investigação revelou que o autor frequentava intensamente grupos virtuais de extrema-direita, onde circulavam e eram compartilhados conteúdos que defendiam a violência contra instituições democráticas, incluindo a tentativa de abolição do Estado Democrático de Direito, golpe de Estado, dano qualificado e associação criminosa, entre outros comportamentos ilegais (AGÊNCIA BRASIL, 2025e).

As postagens de Tiu França indicavam radicalização progressiva, possivelmente alimentada ou potencializada por algoritmos de recomendação e por interações em comunidades fechadas, seja por meio de publicações espontâneas do grupo ou direcionadas por grupos articulados e organizados politicamente como o que ficou conhecido como “gabinete do ódio”. Esses espaços reforçavam narrativas conspiratórias e desumanizavam adversários políticos, aprofundando a polarização política e o descrédito em relação às instituições (AGÊNCIA BRASIL, 2024c; AGÊNCIA BRASIL, 2024d).

O caso gerou intenso debate sobre segurança nacional, prevenção à radicalização e responsabilidade das plataformas digitais em regular e controlar conteúdos que incentivam violência política. Do ponto de vista analítico, expôs a fragilidade das barreiras institucionais para conter atores isolados, mas altamente conectados em redes de ódio e mobilização on-line, revelando que o digital pode atuar não apenas como espaço de discurso, mas como catalisador direto de ações violentas no mundo físico, bem como potencializador de comportamentos destrutivos ou desestabilizadores para as sociedades (AGÊNCIA BRASIL, 2024c; AGÊNCIA BRASIL, 2024d).

Após abordarmos o conceito de meta-identidade, bem como uma breve revisão dos referenciais teóricos pertinentes ao tema e componentes das dinâmicas da meta-identidade, retornaremos aos casos apresentados com uma perspectiva analítica, a fim de examiná-los a partir das dinâmicas e do conceito descrito.

Os casos descritos levam-nos a questionar e a estabelecer hipóteses analíticas sobre quais mecanismos estão por trás do perfilamento realizado pelas plataformas para direcionamento da oferta de conteúdos repletos de imagens de crianças, negligenciando as leis de proteção à infância e adolescência; para oferta de conteúdos de aplicações de apostas on-line com promessas completamente inverídicas de enriquecimento; ou ainda conteúdos de ódio e radicalização política. De que forma as plataformas identificam perfis, classificam seus usuários e direcionam conteúdos de acordo com as suas preferências e traços comportamentais? Quão acessíveis são as explicações sobre as meta-identidades que as plataformas constroem sem compromisso com as reais identidades de seus utilizadores?

Antes de aplicarmos o modelo analítico das meta-identidades, ampliamos o debate com uma breve revisão de literatura sobre as identidades sociais segundo abordagens clássicas e as novas formas de identidade e perfilamento que vigoram nas plataformas digitais, e então retornaremos aos exemplos aqui apresentados com um ferramental mais adequado.

2. DA SOCIOLOGIA AOS ALGORITMOS: O QUE É “IDENTIDADE” QUANDO QUASE TUDO É MEDIADO?

Na tradição sociológica, a identidade é concebida como um constructo dinâmico e relacional, emergindo do cruzamento entre atribuição interna — como os indivíduos se percebem e se definem — e atribuição externa — como são percebidos e classificados por outros. Autores como Goffman (1959) descreveram a identidade como uma performance social em camadas, na qual a identidade real (autopercepção) e a identidade virtual (aquela reconhecida pelos outros) podem se alinhar ou entrar em conflito. Dubar (2006) aprofunda essa concepção ao distinguir entre identidades comunitárias — enraizadas em vínculos herdados, afetivos e tradicionais — e identidades societais, moldadas pela mobilidade, papéis institucionais e integração funcional. Nessa ótica, crises de identidade surgem quando a identidade construída pelo próprio indivíduo entra em tensão com aquela que lhe é atribuída externamente. Badiou (2008), por sua vez, rompe com a noção de identidade fixa e a interpreta como resultado contingente de eventos — políticos, científicos, estéticos ou românticos — que rompem ordens estabelecidas e reconfiguram a identidade do indivíduo.

A reconfiguração estrutural das identidades fixas em identidades móveis tornou-se uma das marcas mais evidentes da subjetividade contemporânea, como descrevem autores como Bauman (2005), Dubar (2006), Dubar et. al (1997) e Sennett (1998). Se antes os vínculos comunitários, profissionais ou familiares ofereciam certa estabilidade e previsibilidade na definição do “quem sou”,

hoje prevalece uma lógica de identidade em fluxo, constantemente reconfigurada em função de contextos múltiplos e exigências variáveis. Essa mobilidade abre espaço para processos de reinvenção contínua, permitindo ao sujeito explorar novas formas de pertencimento e de reconhecimento, ainda que haja o risco, como adverte Sennett (1998), da “corrosão do caráter”, pois a exigência incessante de adaptação, em especial na sociedade capitalista contemporânea, tende a fragilizar a construção de narrativas consistentes sobre si mesmo, corroendo a possibilidade de continuidade biográfica. Nesse cenário, a identidade deixa de ser ancorada em estruturas duradouras e passa a depender da capacidade de gerir transições, rupturas e recomposições em um ambiente marcado por instabilidade social, econômica e tecnológica.

O que observamos nos tempos das redes sociais é que a identidade não é mais somente o resultado de negociações interpessoais ou posicionamentos sociais passíveis de análises feitas nas perspectivas teóricas observadas (e outras), tornando-se cada vez mais mediada e operacionalizada nas e pelas plataformas digitais, de modo massivo.

2.1. A identidade traduzida em zeros e uns

Na perspectiva da ciência de dados e do que pode ser chamado de governança algorítmica, a identidade é convertida em conjuntos de dados, ou *datasets* — como um conjunto estruturado de atributos, sinais comportamentais e marcadores contextuais, associados a um identificador capaz de indexar e relacionar muitos milhares, ou milhões de camadas de dados de atributos e históricos de ações, interações, categorizações, cumprimento ou não de normas, recolha de dados pessoais, transações efetuadas ou de uma combinação destes dados de modo granularizado ou agregado que em última instância são armazenados digitalmente em linguagem binária de zeros e uns (ZUBOFF, 2019; FLORIDI, 2014; CHENEY-LIPPOLD, 2011, 2017; CASTELLS, 2006). Em termos computacionais, uma identidade pode ser codificada como um vetor ou perfil probabilístico, continuamente atualizado por algoritmos para prever preferências, comportamentos e níveis de risco. Essa abstração conceitual permite abordar de modo mais direto o tema e os problemas das identidades que operam em um mundo, ou jogo, diferente daquele a que estivemos acostumados até a virada do milênio. Esta abordagem parece-nos mais promissora do que a tentativa indireta de adaptar ou torcer os conceitos e termos das abordagens clássicas para criar intermediações relativas a um conjunto de fenômenos de características próprias.

As *Big Techs* aplicam modelagem estatística, parametrização e desenho de sistemas orientados a metas para organizar a visibilidade, o acesso e o valor simbólico de usuários e conteúdos. No

enquadramento de Castells (2006), as identidades são moldadas por redes de poder institucional e fluxos comunicacionais — uma lógica que ecoa nas plataformas digitais, cuja arquitetura de interação e circulação de conteúdo incorpora lógicas classificatórias como elementos estruturantes. Cheney-Lippold (2011) descreve a utilização combinada de código, estatística e vigilância para construir categorias populacionais com base no comportamento do usuário. Nesse sentido, sua formulação sobre identidade algorítmica é entendida como constructo probabilístico derivado de dados comportamentais e contribui com um marco importante para fundamentar o conceito de meta-identidade, mas acaba por limitar-se ao foco no indivíduo como aquilo que descreve como um sujeito de dados. A meta-identidade expande essa visão ao incluir não apenas os usuários, mas também suas produções — vídeos, textos, imagens, aplicações — como componentes essenciais de sua modelagem.

Latour (2008), ao tratar da agência como atribuível a atores humanos (pessoas em seus diferentes papéis — como usuários, gestores, juristas, pesquisadores etc.) e não humanos (que incluímos aqui como conteúdos online, algoritmos, bases de dados, interfaces, normas), antecipa reflexões que contribuem para um melhor entendimento sobre as meta-identidades. Assim como os “fatos sociais” não são dados naturais, as meta-identidades não emergem apenas da auto-narração do indivíduo, mas do cruzamento contínuo de inputs pessoais, contextuais e comportamentais processados por sistemas e infraestruturas técnicas que não deixam de ser grandes repositórios de memória humana em forma de discos rígidos, códigos de programação, bases de dados e toda a infraestrutura necessária para trafegar os zeros e uns da linguagem digital.

2.2. Por dentro da máquina: como as plataformas nos modelam

A literatura acadêmica que aborda técnicas de recomendação de conteúdo, predição, estimativa comportamental e classificação de dados de usuários é ampla e fragmentada. Trabalhos oriundos tanto da ciência da computação quanto das ciências sociais, como veremos a seguir, revelam que, embora haja a preocupação em descrever conjuntos de dados, métodos e funcionalidades relacionadas à modelagem de usuários, não existe um vocabulário conceitual consolidado que unifique essas abordagens — inclusive algum que sirva de interface para as ciências sociais e humanidades como sociologia, antropologia, ciência política, comunicação ou direito. Em vez disso, prevalece a ênfase em processos, funções e descrições operacionais, ou em exemplos específicos de uso, frequentemente sem definição teórica que integre ou que descreva e dê suporte ao desenvolvimento de uma teoria integrada sobre como compreender as identidades nos ambientes digitais.

Entre os exemplos recorrentes estão métodos de representação vetorial de usuários, como o *one-hot encoding* (XIONG et al., 2020), que atribui a cada usuário uma posição única em uma matriz esparsa de rede social, ou técnicas de agregação por similaridade comportamental, como o *collaborative filtering* (CHEN et al., 2021), que prevê preferências futuras a partir de interações históricas de usuários com perfis semelhantes. Outras abordagens incorporam informações contextuais e demográficas (YU et al., 2025) ou utilizam modelos de *embeddings* para representar padrões de busca e consumo, como no sistema de recomendação do YouTube (COVINGTON et al., 2016). Dados biométricos ou somáticos também vêm sendo cada vez mais utilizados por plataformas digitais para maximizar resultados (ZUBOFF, 2019; GUPTA; BANSAL, 2023; REVTECH NEWSROOM, 2024). Em versões simplificadas, empresas como o Google descrevem esses mecanismos como mera comparação entre hábitos de visualização “semelhantes” para sugerir novos conteúdos — omitindo, contudo, a complexidade algorítmica e a finalidade estratégica de direcionar atenção e publicidade segmentada.

Goldhaber (1997) antecipou o problema da economia da atenção ao propô-la como recurso escasso e estratégico na era da informação. Mears (2023), ao aplicar a teoria de campo de Bourdieu, mostra como criadores de conteúdo negociam atenção como capital cultural e econômico, enquanto Heitmayer (2025) aprofunda essa lógica ao tratar a atenção como uma unidade universal de valor simbólico, modulada pelas dinâmicas algorítmicas (GOLDHABER, 1997; MEARS, 2023; HEITMAYER, 2025).

Artigos de opinião publicados para dirigentes de organizações que operam plataformas digitais, como o da Chief Executives Council (2024), que elenca os impactos do uso de IA para dirigentes de empresas e seus resultados, e o da McKinsey (D’AMICO et al., 2025), que indica novos perfis profissionais demandados por estas organizações, ajudam a compreender funcionalidades e implicações que podem ser interpretadas pela perspectiva das dinâmicas da meta-identidade.

Outra frente de análise implica a reconfiguração do panorama jurídico contemporâneo por conta do impacto crescente do uso de IA nas plataformas digitais. Zuboff (2019) já destacava como o capitalismo de vigilância vinha desafiando os limites tradicionais da regulação, enquanto Davidson (2025) aponta para o surgimento de novos marcos legais voltados à responsabilização algorítmica e à governança ética. Vujicic (2024), por sua vez, evidencia como diferentes regimes regulatórios internacionais — inclusive no Brasil — estão moldando estratégias empresariais e impondo novas dinâmicas normativas às plataformas de IA. Esses estudos ajudam a entender o peso e o papel do

debate público nas esferas legislativas que eventualmente se tornam ou se tornarão leis e normas a serem seguidas pelas plataformas digitais (ZUBOFF, 2019; VUJICIC, 2024; DAVIDSON, 2025).

3. O QUE DEFENDEMOS COMO META-IDENTIDADE E QUAL O SEU USO?

Consideramos aqui meta-identidade como uma construção classificatória inferida, gerada a partir da análise cruzada de dados pessoais, contextuais e comportamentais, visando prever, influenciar e modular as ações de indivíduos e conteúdos sem que estes tenham necessariamente controle ou visão de tais simulacros, que são operacionalizados com pouca ou nenhuma transparência. Ao contrário de perfis controlados pelo usuário, quando este utiliza identidades digitais ao acessar as mais diversas aplicações e plataformas (e que são componentes das dinâmicas somática, interacional, transacional e algorítmica destes usuários), a meta-identidade é integrada e mediada por modelos que combinam parâmetros técnicos, normativos e estratégicos resultantes de diferentes dinâmicas adotadas pelas plataformas. Este processo de construção de meta-identidades pelas plataformas digitais é geralmente feito sem transparência ou possibilidade de contestação dos usuários — que não têm garantias de que, ao solicitarem às plataformas digitais os seus dados, estes lhes sejam entregues acompanhados das categorizações, classificações, indicadores e status utilizados para compor suas meta-identidades. Caso tivessem como conhecer as meta-identidades a eles atribuídas, é provável que não se reconhecessem ou concordassem com a composição, finalidade de uso e potenciais consequências.

Este conceito funciona, portanto, como uma chave analítica para interpretar, expor e problematizar como plataformas digitais criam, moldam e transformam identidades e relações de seus usuários, de modo que este entendimento contribua para o debate público em busca de maior transparência, legitimidade, justiça e responsabilidade por parte dessas plataformas.

O termo meta-identidade nasce de um esforço de síntese interdisciplinar — combinando aportes da sociologia, dos estudos de comunicação, de outras ciências sociais e humanas, bem como da ciência de dados e da computação, tal como vimos acima — para nomear e descrever fenômenos afetados pela classificação algorítmica, categorização e clusterização de perfis e produções de conteúdo que circulam nas plataformas digitais. Embora a meta-identidade, como aqui descrita, seja central para o funcionamento das plataformas, estas tendem a utilizar uma terminologia fragmentada e orientada aos seus processos e demandas funcionais, afastando-se de uma abordagem mais acessível e integrada. Esta postura, ou aparente falta de preocupação em normatizar e normalizar uma terminologia acessível, acaba por contribuir (seja de modo consciente ou não) para que os impactos sociais, políticos

e materiais de suas operações permaneçam opacos para o público e até mesmo para parte da comunidade acadêmica, em especial nas ciências sociais e humanas, bem como para legisladores e juristas.

3.1. Classificar para governar: meta-identidades, recomendação de conteúdo e poder digital

As meta-identidades operam, portanto, como modelos parametrizados a serviço de múltiplos objetivos operacionais: moderação de conteúdo, previsão de engajamento, monetização segmentada, entre outros. Elas se manifestam como resultado de um conjunto de dinâmicas que favorecem quem as controla. Podemos inferir que as meta-identidades refletem as prioridades estratégicas definidas pelos tomadores de decisão das plataformas, ainda que estes estejam sujeitos a maior ou menor constrangimento social dependendo de onde e como estão estabelecidas, e não tendem a priorizar necessariamente as intenções, vontades ou autodefinições dos usuários. A natureza prescritiva — e não apenas descritiva — que a meta-identidade oferece às plataformas digitais confere ferramentas com alto potencial de impacto social: elas agrupam, priorizam, silenciam, alteram a reputação, limitam ou ampliam acessos e visibilidade dos usuários, sugerem conteúdo, aproximam ou afastam redes, contatos e oportunidades, e podem até mesmo gerar ganhos ou perdas sociais e materiais de grande peso dentro e fora do mundo digital. Tudo isso de acordo com o que as diferentes dinâmicas contribuem para o estado operativo da meta-identidade de cada usuário, moldando o campo do que é visível, relevante, perigoso ou desejável — muitas vezes sem o conhecimento ou consentimento dos envolvidos.

Enquanto a identidade algorítmica de Cheney-Lippold (2011) descreve o perfilamento de usuários para fins específicos (como segmentação publicitária), a meta-identidade abrange um sistema de classificação mais amplo e que ao mesmo tempo especifica com detalhamento os agentes: indivíduos, grupos sociais, conteúdos produzidos e os marcadores contextuais que os envolvem pela perspectiva das dinâmicas de funcionamento. Ao pensar a identidade como algo construído e operacionalizado algorítmicamente, por meio de dinâmicas que atuam de modo integrado e não apenas como representação, identificamos um núcleo de poder na cultura digital contemporânea. Ou seja, as meta-identidades não são metáforas ou representações: são objetos funcionais de governança digital, embutidos nas infraestruturas que moldam significados, participação e vida dentro e fora das plataformas digitais — ou, se preferirmos, no mundo material e em seus desdobramentos digitais.

3.2. As normas se aplicam aos algoritmos? Leis, regras e limites da governança

É possível pensar em uma “governança jurídico-algorítmica da meta-identidade” para designar o conjunto de normas, princípios, obrigações técnicas e procedimentos de fiscalização aplicáveis às estruturas de perfilamento e classificação algorítmica que definem, modulam e operacionalizam a visibilidade, a recomendação, a interpretação de conteúdos e interações no ambiente digital e todas as demais consequências das dinâmicas da meta-identidade, seus estados e *outputs* (ou resultados).

No âmbito nacional brasileiro, esse regime é conformado por dispositivos como a Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 13.709 (BRASIL, 2018), que estabelece os princípios de transparência, prevenção e não discriminação (art. 6º) e o direito de revisão de decisões automatizadas (art. 20º), além de salvaguardas reforçadas para menores (art. 14), articulando-se com o Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965 (BRASIL, 2014) e o Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069 (BRASIL/1990). No campo eleitoral, a Resolução TSE nº 23.732/2024 que regula a propaganda política (BRASIL, 2024) introduz rotulagem obrigatória para conteúdos sintéticos e veda *deepfakes*. A ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais), por meio de resoluções próprias, disciplina fiscalização e sanções, exigindo documentação técnica e trilhas de auditoria, enquanto a Lei nº 15.123/2025 (BRASIL, 2025) reconhece juridicamente danos à identidade decorrentes de manipulações algorítmicas. Projetos em fase final de tramitação — como o PL 2.338/2023 sobre o Marco Legal de Inteligência Artificial (BRASIL, 2023), o PL 2.628/2022 também conhecido como ECA Digital (BRASIL, 2022), o PL 2.630/2020 que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet (BRASIL, 2020) — apontam para uma governança orientada por risco, com maior contestabilidade e deveres de cuidado.

No âmbito internacional, destacam-se o Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia ou RGPD (UNIÃO EUROPEIA, 2016) e o AI Act (UNIÃO EUROPEIA, 2024), que introduzem princípios como *privacy by design* (privacidade desde a concepção), transparência, minimização e direito relativo à decisão automatizada, além de regimes de alto rigor para classificação biométrica e modulação comportamental. A Recomendação sobre a Ética da IA da UNESCO (2021) reforça princípios de proporcionalidade, equidade e diversidade, associando-os a avaliações de impacto e supervisão contínua. No contexto europeu, a Espanha implementa o AI Act por meio da AESIA (Agência Espanhola de Supervisão da Inteligência Artificial) e do Plan Nacional de Algoritmos Verdes (ESPAÑA, 2021), e Portugal adota métricas de equidade e mecanismos de explicabilidade

na Estratégia Nacional para a IA 2030 (PORTUGAL, 2019) e no Plano de Ação para a Transição Digital (PORTUGAL, 2020), ambos alinhados ao RGPD.

Uma governança jurídico-algorítmica da meta-identidade, portanto, pode configurar um marco transversal que não apenas reconheça o potencial de impacto dessas estruturas na autonomia informacional e na participação cidadã, mas também imponha requisitos de documentação técnica, auditabilidade e transparência quanto às dinâmicas, estados e consequências do uso de meta-identidades, visando reduzir a opacidade das classificações algorítmicas e permitir seu escrutínio social, jurídico e científico. Embora existam ferramentas e dispositivos jurídicos, como vimos, a adoção do conceito de meta-identidade pode proporcionar ganhos relevantes para a sistematização normativa e a aplicabilidade prática dos instrumentos jurídicos já existentes.

Ao permitir a descrição integrada das dinâmicas de perfilamento, classificação e modulação algorítmica — hoje dispersas em terminologias técnicas de difícil acesso para operadores do direito, agentes públicos e cientistas sociais —, a noção de meta-identidade contribui para a construção de uma linguagem acadêmica e jurídica mais precisa e operacionalizável. Isso viabiliza, por exemplo, a tipificação de condutas lesivas, o enquadramento jurídico de práticas automatizadas e a delimitação de obrigações técnicas em processos regulatórios e judiciais, reduzindo a dependência de abordagens casuísticas e favorecendo a previsibilidade normativa. A consolidação conceitual da meta-identidade como objeto jurídico transversal, portanto, não apenas facilita a comunicação institucional entre os campos técnico, jurídico e político, como também fortalece a capacidade de resposta normativa diante dos riscos emergentes associados à governança algorítmica. Sua adoção como categoria analítica favorece, no âmbito das políticas públicas, a integração entre o campo regulatório e as investigações acadêmicas, permitindo avaliar, em bases comparativas, como diferentes jurisdições enfrentam os riscos e as potencialidades desses sistemas.

3.3. As dinâmicas, estados e resultados (*outputs*) da meta-identidade

A meta-identidade opera por meio de um conjunto de dinâmicas que se complementam e podem ser ativadas de modo variado, de acordo com os objetivos de cada plataforma digital. Estas dinâmicas estruturam, recomendam e atualizam categorias sobre sujeitos e conteúdos. Oito dinâmicas articulam esse processo: a *dinâmica executiva*, que traduz prioridades e metas definidas nas organizações e plataformas digitais pelos seus tomadores de decisão; a *dinâmica interacional*, emergente das trocas entre utilizadores que produzem reputação e capital simbólico, computados e utilizados pela plataforma digital; a *dinâmica analítica*, assente em modelação humana e interpretação epistêmica

definida dentro da plataforma por cientistas de dados, analistas, equipes de marketing etc., ou fora dela, como por cientistas sociais, especialistas de área de interesse e suas produções como dados oficiais de censos demográficos, e outros que delinham categorias e tipologias, ou abstrações, arquétipos e outros modos de organizar conhecimento e dados em favor da classificação de perfis; a *dinâmica normativa*, proveniente de quadros jurídicos, éticos e regulatórios que impõem limites e salvaguardas; a *dinâmica somática*, baseada em dados biométricos, reconhecimento facial, registros médicos ou outras informações de identificação corporal, que passam a ser utilizados como parâmetro pelas plataformas; a *dinâmica performativa*, orientada por comportamentos observáveis e métricas de atenção dos usuários, geralmente em nível agregado; a *dinâmica transacional*, fundamentada em fluxos financeiros e econômicos, como conversão de transações, compras ou monetização de atenção em receita para a plataforma ou para o usuário; e a *dinâmica algorítmica*, responsável por integrar e harmonizar as outras dinâmicas em favor dos objetivos principais dos processos que a plataforma está desenhada para executar, incluindo inferências técnicas adaptativas em bloco ou individualmente, em etapas ou em tempo real e que são programadas e postas em prática pelas equipes de desenvolvedores e cientistas de dados das plataformas digitais.

Estas dinâmicas cooperam e entram em tensão, de modo que a potencialização de conteúdos com fins de maior obtenção de lucro pode contrariar restrições normativas; decisões executivas podem colidir com salvaguardas regulatórias; e inferências técnicas podem divergir de pressupostos analíticos humanos. O mapeamento dessas fricções é decisivo para compreender os limites e as possibilidades de uma governança efetiva.

As classificações circulam por temporalidades distintas que condicionam a experiência e a auditabilidade, podendo também ser referenciadas de acordo com os estados da meta-identidade que descrevemos aqui brevemente. No *estado operacional*, a meta-identidade encontra-se em sua forma ativa e relaciona-se com as demais dinâmicas no status de meta-identidade em uso corrente, modulando em tempo real o que se vê, faz e acessa — servindo também como instância de autorização e autenticação do usuário, mas não se limitando a isso. No *estado de arquivo*, forma-se um log ou histórico rastreável dos diferentes estados anteriormente ativos da meta-identidade, antes de sofrerem alterações consideradas relevantes a ponto de disparar uma nova versão operacional. Esses registros permanecem em latência histórica, permitindo a reconstituição de trajetórias, comparações longitudinais e eventual reativação de perfis. O *estado referencial* funciona como orientação teleológica definida pelos tomadores de decisão das plataformas nas dinâmicas executivas: trata-se de um molde de perfil ideal que pode ser desenhado para que usuários que em um dado momento possuam um estado operativo X sejam

submetidos a interações, conteúdos ou estímulos que induzam seus comportamentos para algo mais próximo do estado Y projetado. Já o *estado documental* formaliza, sob demanda, a comunicação institucional da meta-identidade, podendo ser motivado por dinâmicas diversas — como pedidos de entidades jurídicas (dinâmica normativa), relatórios internos ou externos da plataforma (dinâmicas executiva ou analítica), ou comprovantes de transações (dinâmica transacional). Pode derivar dos três estados anteriores, isoladamente ou de modo combinado.

Estes quatro estados da meta-identidade descrevem um ciclo entre presente vivido, passado armazenado, futuro projetado e composições desses três tempos para atender a demandas específicas de informação e comunicação.

Os resultados (*outputs*) ou consequências das dinâmicas são diversos e não caberiam num artigo como este, que tem o propósito de apresentar de modo exemplificado a utilização das dinâmicas da meta-identidade. Podem, no entanto, ser resumidos como: alterações de perfis, que definem o tratamento sistêmico dado ao usuário — como o acesso a determinadas áreas ou funcionalidades da plataforma; alterações reputacionais, que afetam valor simbólico, legitimidade e credibilidade, influenciando como os usuários são percebidos dentro e fora da plataforma, tal como quando o algoritmo atribui notas a motoristas de aplicativos; modulação de acesso, que define possibilidades e barreiras de participação, como a restrição geográfica a conteúdos; modulação de visibilidade, que redistribui atenção, influência e alcance, promovendo determinados perfis e conteúdos em detrimento de outros; ajustes de rede e interação, que reconfiguram oportunidades relacionais aproximando ou afastando grupos ou indivíduos, como quando usuários com perfis semelhantes são sugeridos (ou ocultados) para conexão em redes sociais; e, por fim, ações institucionais, que introduzem mecanismos de responsabilização, sanções, denúncias, notificações formais ou banimento das plataformas digitais com base legal ou normativa.

Essas consequências ou resultados da meta-identidade operam de modo quase sempre opaco e automatizado, limitando-se às informações disponíveis nos termos de uso ou previstas em leis e dispositivos jurídicos que não acompanham as constantes mudanças de paradigma neste campo. Na tabela abaixo é possível ver um quadro sinóptico com as dinâmicas da meta-identidade, seus estados e *outputs*, bem como seus agentes disparadores e modos de funcionamento.

| Dinâmicas, Estados, Origens e Resultados | Origem / Especificação | Agência / Funcionamento |
|---|---|---------------------------------|
| Dinâmicas | (como os vetores de classificação operam) | (funcional e processual) |
| Executiva | Estratégia corporativa/institucional | Político-institucional |
| Interacional | Interação individual | Social e relacional |
| Analítica | Modelagem conceitual (humana e ciente) | Epistêmica e interpretativa |
| Normativa | Regulamentação social formal | Legal e normativa |
| Somática | Sinais biométricos/corporais | Técnica e biométrica |
| Performativa | Comportamento social agregado | Métrica atencional |
| Transacional | Operações econômicas/materiais | Financeira e simbólica |
| Algorítmica | Processamento automatizado | Técnica e inferencial |
| Estados Temporais | (estado ou status da meta-identidade) | (status de operação) |
| Operativa (Presente) | Estado ativo da meta-identidade | Ativo |
| de Arquivo (Passado) | Registro histórico da meta-identidade | Latente |
| Referencial (Futuro) | Projeções e previsões | Projetado |
| Documental (Sob demanda) | Registro acessado quando necessário | Reportado |
| Origens das Meta-identidades | (modos de entrada de informações) | (dinâmica de entrada) |
| Conscientes | Dados de escolhas feitas pelo usuário | Individual / Ciente |
| Semiconscientes (somáticas) | Dados médicos e registros biométricos | Técnica / Compulsória |
| Comportamentais agregadas | Interações sociais e coletivas | Social / Agregada |
| Processadas transversais | Operações algorítmicas cruzadas | Algorítmica / Inferencial |
| Resultados Classificatórios | (impactos pessoais e sociais da meta-identidade) | (escopo) |
| Identidade e Posicionamento | Perfil resultante e mudanças reputacionais | Sistêmico / Social |
| Social e Comportamental | Modulação de acesso, visibilidade e redes | Técnico / Relacional |
| Governança e Responsabilização | Ações institucionais | Jurídico / Político |

Tabela 1. Resumo das dinâmicas, estados e resultados das meta-identidades. Elaboração própria.

3.4. Como se lida com o que não é definido? Decifrando a meta-identidade

Uma das tarefas centrais comumente atribuídas aos cientistas sociais, em especial aos sociólogos, é a de revelar padrões, estruturas e mecanismos que permanecem encobertos no cotidiano ou naturalizados. Quando tais padrões podem ser compreendidos, nomeados e conceitualizados, transformam-se em ferramentas úteis para que estudiosos e interessados das mais diversas áreas — como outros cientistas sociais, juristas, legisladores, dirigentes de organizações, usuários e cidadãos — defendam seus interesses coletivos e individuais.

Enquanto cientistas da computação, estatísticos e matemáticos dedicam-se legitimamente a, por exemplo, aperfeiçoar estimadores e sistemas de análise preditiva — buscando reduzir erros e ruídos — de modo a contribuir para a perfeita operação das plataformas digitais, raramente são eles que decidem sobre dilemas éticos ou regulamentares, pois sua atuação é segmentada e limitada devido à divisão social do trabalho descrita em clássicos como os de Durkheim e Marx (DURKHEIM, 2019; MARX, 2024). O papel de fazer essas escolhas fica nas mãos de executivos quase sempre interessados exclusivamente na maximização de lucros e dividendos, com formação geralmente orientada para negócios ou ciências sociais aplicadas que os habilitam a planejar, organizar, atingir e controlar objetivos estratégicos, econômicos e financeiros da organização, mas que não estão necessariamente

relacionados ao trabalho técnico e científico de suas equipes. Nessas áreas técnicas como as dos cientistas de dados e da computação, ou das ciências sociais e jurídicas, em geral, tais executivos não passam de amadores relativamente bem-informados.

Esse cenário foi problematizado há mais de um século por Weber (2004), ao tratar dos diletantes, os quais o autor alemão reconhece que podem até ser mais produtivos que um especialista da área técnica, mas questiona até que ponto estariam em posição de avaliar ou desenvolver as implicações do produto ou serviço que geram. Os cientistas e técnicos da área da computação e sistemas concentram-se no “como fazer” os algoritmos funcionarem; já as premissas, objetivos, parâmetros e resultados de negócio são definidos por gestores e financiadores de tais projetos.

Quando a investigação acadêmica se restringe ao aspecto técnico e ignora conceitos-chave que iluminam o fenômeno, perde-se a chance de um exame crítico e robusto sobre o “o que” e o “para que”. Daí a importância de reconhecer a camada conceitual que permite reconstituir operações algorítmicas como elementos analíticos úteis para o debate público sobre agentes, alvos, impactos e consequências. É nesse contexto que introduzimos, ainda que de forma sintética, o conceito de meta-identidade, suas dinâmicas, estados e resultados ou consequências, como instrumento para compreender seus efeitos na sociedade, seja em âmbito coletivo ou individual.

4. APLICAÇÃO DAS DINÂMICAS DA META-IDENTIDADE NOS TRÊS CASOS DE COMOÇÃO SOCIAL BRASILEIROS

Retomamos aqui os casos apresentados na parte inicial deste artigo, mas agora munidos de algum contexto sobre a abordagem clássica da identidade, de como as plataformas digitais mobilizam uma terminologia técnica para lidar internamente com essa questão, bem como do conceito de meta-identidade, suas dinâmicas, estados e exemplos de consequências. Isso nos permite uma abordagem, ainda que breve e superficial, mas mais preparada dos casos selecionados para análise.

No caso da adultização exposto por Felca, quando um influenciador cria uma conta experimental e, após poucas interações, recebe uma enxurrada de recomendações com conteúdo sexualizado envolvendo menores, trata-se de um exemplo da dinâmica algorítmica da meta-identidade, entendida como constructo derivado da leitura e combinação de sinais comportamentais pelos sistemas de recomendação. À medida que o usuário navega e interage, ele alimenta a base de dados da plataforma por uma ou mais dinâmicas, tais como: a algorítmica — seus registros de navegação; a interacional — as reações e avaliações de outros usuários às suas publicações; a performativa — se tiver muitos seguidores e muita visibilidade nas redes. Esses dados ativam ciclos de resposta da

infraestrutura digital, que atualizam o estado operativo da meta-identidade do usuário e passam a orientar recomendações subsequentes da plataforma.

Ainda nesse caso, quando o vídeo-denúncia viraliza, emerge também a dimensão performativa da meta-identidade, que provoca reação pública, pressão midiática e exigências políticas e jurídicas, acionando a dinâmica normativa. Ao serem forçadas a incorporar resoluções e leis, ainda que contra seus interesses econômicos, as plataformas digitais precisam ajustar suas dinâmicas e veem suas bases de meta-identidade alteradas. A classificação de usuários como suspensos ou banidos é um exemplo de como os estados operacional, de arquivo e documental mudam de acordo com as dinâmicas, neste caso, pressionados principalmente pela dinâmica normativa.

Quando especialistas — sociólogos, psicólogos, criminalistas — tipificam fenômenos como adultização, compulsão por apostas ou extremismo, temos a dinâmica analítica da meta-identidade em ação: categorias oriundas da pesquisa e do debate humano que, uma vez estabelecidas, passam a parametrizar algoritmos. Antes que um sistema rotule alguém como “jogador compulsivo” ou “susceptível ao extremismo político”, tais noções já circularam em artigos, relatórios, práticas profissionais, leis ou tipificações criminais, sendo depois absorvidas pelas plataformas como parâmetros de segmentação.

A prática de segmentar jogadores por vulnerabilidade econômica ou capacidade de gasto, que foi um dos pontos de suspeita e questionamento no caso da CPI das *Bets*, exemplifica a combinação das dinâmicas analítica, performativa e normativa (quando há restrição legal de acesso a maiores de dezoito anos), mas também evidencia a transacional, na medida em que mobiliza recursos financeiros e materiais que transcendem a plataforma digital e geram impacto nas conexões externas e na vida material do indivíduo e da sociedade. A meta-identidade, nesse caso, pode ser calibrada conforme os valores apostados e o potencial de retorno para a plataforma. Influenciadores que promovem esses jogos ativam a dimensão performativa, estimulando comportamentos projetados para atrair novos jogadores. Já a dinâmica executiva manifesta-se, por exemplo, quando dirigentes determinam ajustes algorítmicos que favorecem influenciadores na exibição de ganhos, simulando condições mais vantajosas do que as médias reais, ou quando decide expor determinado grupo de usuários — definidos por critérios de meta-identidade — a volumes maiores de conteúdos que estimulam o comportamento desejado, por meio da ativação de gatilhos que levam a apostar com maior frequência. O uso de métricas para identificar “jogadores VIP” e oferecer recompensas seletivas indica, por sua

vez, como as diferentes dinâmicas se consolidam na dimensão algorítmica, por meio de perfis processados por aprendizado de máquina e análise preditiva.

No caso “Tiu França”, sua participação contínua em comunidades de extrema-direita, marcadas por teorias conspiratórias e incitação à violência, constrói uma meta-identidade interacional, ancorada em redes de conexões repetidas que reforçam coesão grupal e radicalização individual. Quando plataformas descumprem leis que as obrigam a coibir condutas criminosas, negligenciam a dinâmica normativa e, por omissão, falham em identificar e categorizar perfis ou meta-identidades com grande propensão de conduta criminosa de modo transparente e auditável, contribuem para a intensificação de interações destrutivas.

Ainda como exemplo, pode-se supor que, durante uma campanha eleitoral, uma plataforma defina — por ordem executiva — que certos grupos de usuários classificados como “suscetíveis ao extremismo político” (categoria prévia da dinâmica analítica) devem receber publicidade de um candidato específico como, por exemplo, para promover um grupo político ou teorias conspiratórias, parametrizando diretamente o modelo algorítmico por meio de decisões estratégicas, tal como observado no caso da Cambridge Analytica (UR REHMAN, 2019). O algoritmo pode segmentar esses perfis e aumentar a exposição do conteúdo, amplificando sua circulação nas bolhas de interação e câmaras de eco (TERREN, 2021).

Em todos os casos, torna-se evidente que atribuir problemas e danos exclusivamente a uma entidade abstrata denominada “algoritmo” é insuficiente, pois trata-se, até o momento e enquanto convier, de construções sociotécnicas resultantes de decisões humanas, mediadas por dinâmicas algorítmicas. Os tomadores de decisão e responsáveis pelas plataformas digitais ou por qualquer outro tipo de organização que equivalha em modo de operação e produção de resultados, estando ou não conscientes de sua agência nessas dinâmicas e seus resultados, precisam conhecer, reconhecer a responsabilidade que têm perante a sociedade e arcar com as consequências advindas de suas decisões e omissões.

4.1. Do painel dos tomadores de decisão ao seu feed

Os fluxos de dinâmicas que ocorrem dentro de uma plataforma digital podem ser interpretados no mundo extra-digital por indivíduos e grupos sociais, gerando ações individuais e coletivas. Imaginemos, por exemplo, um dirigente de plataforma cujo contrato com acionistas estipula metas de crescimento — como um aumento de 20% nas visualizações de novos usuários ou no faturamento anual. Para cumprir tais metas, ele pode solicitar à sua equipe de cientistas de dados relatórios sobre

tendências de comportamento e categorias de perfis. Esses relatórios podem revelar que determinados grupos de usuários — por faixa etária, localização, vínculos sociais, preferências de conteúdo, consumo de produtos ou medicamentos — apresentaram mudanças relevantes, como aumento de 50% no tempo de tela ou nas interações ao longo de um trimestre. Tais mudanças, por sua vez, podem estar diretamente relacionadas ao crescimento da receita em publicidade, AdSense e outros produtos, ou até mesmo a efeitos políticos desejados pelo dirigente. Nesse contexto, os usuários que apresentam variações significativas em seu comportamento constituem meta-identidades ativas ou operacionais, úteis para atingir os objetivos estratégicos da plataforma, ao evidenciar padrões entre a dinâmica atual e a histórica (ou de arquivo) de perfis.

Esse dirigente pode então solicitar análises adicionais, suportadas por inteligência artificial, para identificar um conjunto de comportamentos padrão entre milhões de usuários cujas meta-identidades individuais operacionais se aproximam do modelo considerado desejável (D'AMICO et al., 2025; NARRAGON, 2025; KIRON; SCHRAGE, 2019). A partir daí, constrói-se um perfil-alvo, ou um estado referencial da meta-identidade, que serve de modelo para induzir mais usuários a se comportarem de maneira semelhante. Ao analisar o histórico daqueles que, em um intervalo de tempo, já transitaram para essa meta-identidade, identificam-se fatores, estímulos e interações que catalisaram a transformação — como tipos de conteúdos a que foram expostos (vídeos, contas de outros utilizadores) ou restrições a determinados tipos de publicações ou informações. Esses elementos permitem reproduzir um circuito de estímulos (ou de ausência deles) capaz de induzir mudanças semelhantes em outros usuários que compartilham características do perfil operacional inicial, registrado nas meta-identidades operacional e de arquivo. Assim, a plataforma pode ampliar a exposição a determinados conteúdos com o objetivo de aproximar mais usuários do modelo de meta-identidade desejado, ou seja, da meta-identidade referencial desenhada pelos tomadores de decisão.

Esse fluxo simplifica e ajuda a entender como as decisões dos dirigentes podem acionar, por exemplo, dinâmicas analíticas conduzidas por cientistas de dados para atender aos objetivos estratégicos de acionistas e clientes, resultando em relatórios e parâmetros posteriormente absorvidos pela dinâmica algorítmica. Isso pode ser observado em casos internacionais como os da GlassesUSA.com, Glovo e Salesforce, que adotam e divulgam estratégias baseadas em dinâmicas executivas, analíticas e algorítmicas, entre outras, para otimizar seus resultados e os de seus clientes (DYNAMIC YIELD, [s.d.]; WANJALA, 2025; SALESFORCE, 2020). Em cenários como os exemplificados mais acima, distinguem-se três estados da meta-identidade: o referencial, que é o tipo-ideal desenhado como meta a ser atingida por um ou mais perfis; o operacional, que corresponde à

versão ativa e vigente utilizada tanto como ponto de partida para perfis a serem transformados quanto como ponto de chegada para perfis iniciais; e o estado de arquivo, que reúne históricos de transformações — espontâneas ou induzidas por outras dinâmicas, como a executiva —, permitindo comparações entre configurações passadas e presentes. O estado documental, por sua vez um quarto estado, pode ser gerado a qualquer momento para atender à necessidade de relatórios ou documentos oficiais, e não se limita ao objetivo analítico.

Outro exemplo sobre o funcionamento das dinâmicas ocorre quando uma publicação em rede social recebe inicialmente grande volume de interações, como curtidas, ativando dinâmicas performativas e transacionais que geram rendimento ao utilizador. Com o tempo, esse mesmo conteúdo pode ser identificado como abusivo ou ilegal, provocando denúncias por parte de membros da comunidade. Cada denúncia isolada corresponde a uma manifestação interacional; já o conjunto de denúncias, quando agregado, configura uma dinâmica performativa ao acionar alertas internos ou sociais. Esse processo pode gerar comoção pública e debate coletivo, frequentemente acompanhado por especialistas — juristas, psicólogos, sociólogos, médicos — responsáveis por categorizar e tipificar o fenômeno. Essa intervenção caracteriza a dinâmica analítica, produzida por humanos, com ou sem apoio de tecnologias. Caso essas análises resultem em novas normas ou legislações, passam a alimentar a dinâmica normativa, estabelecendo obrigações legais que as plataformas devem seguir. Nesse sentido, uma postagem que inicialmente gerou lucros pela dimensão transacional pode, posteriormente, sofrer sanções devido à dinâmica normativa derivada da pressão social e institucional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos exemplos mostra que as dinâmicas da meta-identidade envolvem tanto parâmetros externos e internos à plataforma — os parâmetros de entrada — quanto processos, que são as próprias dinâmicas. As dinâmicas executiva, interacional, analítica, normativa, somática, performativa, transacional e mesmo a algorítmica derivam de agentes humanos (ainda que intermediadas por seus produtos, como códigos de programação, bases de dados, conteúdos digitais, leis, artigos, relatórios, livros), que aqui agrupamos sob o termo “entidades”, juntamente com os agentes que os produzem. As entidades (pessoas e seus produtos) atuam nas dinâmicas da meta-identidade como agentes de entrada, processamento e saída dos modelos e sistemas das plataformas digitais. Assim, podemos adicionar à definição que a meta-identidade é resultado da articulação entre dinâmicas de entrada de parâmetros — imputadas por entidades externas e internas ao sistema — e dinâmicas de processamento e armazenamento, que se manifestam em estados como operacional, de

arquivo, referencial e documental e geram consequências que extrapolam os limites da própria plataforma digital, com impactos pessoais e sociais.

A meta-identidade é, como vimos, um objeto classificatório sociotécnico produzido por plataformas e sistemas digitais a partir da análise cruzada contínua de dados pessoais, contextuais, comportamentais e relacionais, modelando simultaneamente sujeitos e os artefatos que produzem (posts, vídeos, aplicações etc.). Não é autodefinida nem estática, mas sim, emerge da conjugação de dinâmicas que são moduladas por algoritmos internos (que também constituem uma dinâmica e que, antes de serem materializados em código, foram por sua vez sujeitos a dinâmicas analíticas, normativas, executivas etc.), por parametrizações humanas (científicas, executivas e de design de produto) e por estrangimentos normativos (leis, políticas e códigos). Esses elementos também disparam dinâmicas, incorporando sinais interacionais, performativos (atenção, retenção, conversões não monetárias) e transacionais (trocas econômicas). Ao nomeá-la, analisá-la, descrevê-la, taxonomizá-la e defini-la, visamos tornar mais visível um mecanismo que, no cotidiano, tendeu até aqui a operar como fenômeno relativamente “naturalizado” — quando não ignorado — ainda que seus efeitos sejam avassaladores, devolvendo com isso à sociedade um instrumento conceitual para analisar seus impactos sobre grupos sociais e indivíduos.

Em termos funcionais, a meta-identidade pode ser analisada a partir de três dimensões inspiradas pela teoria geral dos sistemas: *Entradas externas (entidades)* ou parâmetros determinados por atores humanos e suas produções (pesquisas, tipificações acadêmicas, diagnósticos forenses, diretrizes de produto, marketing, regulamentações e jurisprudência, dentre outras), que parametrizam o sistema por meio das dinâmicas executiva, interacional, analítica, normativa, somática, performativa e transacional; *Processamento interno* ou seja, a dinâmica algorítmica integra esses insumos, que circulam pelas dinâmicas de entrada junto a sinais comportamentais, para inferir perfis, rótulos, escores e agrupamentos que constituem a meta-identidade; seja em seu estado ativo ou operacional; em seu estado latente ou de arquivo; em seu formato teleológico ou de “tipo-ideal” referencial; ou ainda em seu estado documental; *Saídas (consequências)* que são os resultados da meta-identidade têm efeitos internos ao próprio sistema, ao redefinir parâmetros, treinar modelos, gerar gatilhos e acionar agentes para executar ações. As dinâmicas da meta-identidade também afetam o mundo material, ao estimular usuários a determinados comportamentos ou metas, ao monetizar suas produções ou atribuir reputações, gerando impactos econômicos, sociais e simbólicos fora do digital. Esses efeitos ainda carecem de estudo aprofundado, mas podem ser resumidos brevemente adiante.

Os resultados classificatórios da meta-identidade podem ser sintetizados em três eixos centrais, que correspondem diretamente a seus impactos pessoais e sociais. No plano da identidade e posicionamento, a consequência imediata é o impacto nos perfis de modo a redefinir sua meta-identidade com consequências em diversos níveis, desde o modo como passam a ser percebidas as mudanças de reputação dos usuários, gerando ganhos ou perdas simbólicas que afetam sua legitimidade social. No plano social e comportamental, a meta-identidade modula o acesso a conteúdos, redes e oportunidades, alterando não apenas a visibilidade, mas também as conexões relacionais disponíveis. Por fim, no eixo da governança e responsabilização, destacam-se as ações institucionais, como sanções, bloqueios, notificações ou até processos judiciais e punições, que podem pressionar para que classificações algorítmicas sejam melhor controladas com base em medidas concretas de regulação e responsabilização. Assim, a meta-identidade e suas dinâmicas não se limitam a um exercício de categorização, elas se convertem em dispositivo de poder, capaz de reorganizar trajetórias individuais e coletivas a partir da articulação entre classificações internas ao sistema e efeitos que se projetam no tecido social.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Câmara vai pautar projeto contra ‘adultização’ de crianças nas redes. 2025a, 11 ago. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-08/camara-pode-pautar-projeto-contradadultizacao-de-criancas-nas-redes> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. CPI das Bets: relatório aponta crimes e endividamento de famílias. 2025f, 10 jun. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2025-06/cpi-das-bets-relatorio-aponta-crimes-e-endividamento-de-familias> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Estudo da CNC aponta que bets causam prejuízo bilionário ao comércio. 2024a, 28 set. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2024-09/estudo-da-cnc-aponta-que-bets-causam-prejuizo-bilionario-ao-comercio> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Influenciador Hytalo Santos é preso em São Paulo. 2025c, 15 ago. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2025-08/influenciador-hytalo-santos-e-preso-em-sao-paulo> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Instalada da Comissão Parlamentar de Inquérito das Apostas Online (CPI das Bets). 2024b, 12 nov. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/foto/2024-11/instalada-da-comissao-parlamentar-de-inquerito-das-apostas-onl-1731425529-1> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Irmão de autor de atentado diz que ele se “deixou levar pelo ódio” 2024c, 14 nov. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-11/irmao-de-autor-de-atentado-diz-que-ele-se-deixou-levar-pelo-odio> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Moraes diz que origem de atentado está no “gabinete do ódio” 2024d, 14 nov. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2024-11/moraes-diz-que-origem-de-atentado-esta-no-gabinete-do-odio> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Polícia faz ação contra influenciadores que divulgam Jogo do Tigrinho. 2025d, 7 ago. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-08/policia-faz-acao-contra-influenciadores-que-divulgam-jogo-do-tigrinho> Acesso em: 23 ago. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Polícia Federal diz que autor de atentado contra STF agiu sozinho. 2025e, 29 abr. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2025-04/policia-federal-diz-que-autor-de-atentado-contra-stf-agiu-sozinho> Acesso em: 23 ago. 2025.

AJUNWA, Ifeoma; CRAWFORD, Kate; SCHULTZ, Jason. Limitless worker surveillance. *California Law Review*, v. 105, p. 735-776, 2017. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.15779/Z38BR8MF94>

BADIOU, Alain. *Lógicas de los mundos: el ser y el acontecimiento*, 2. Vol. 2. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/L12965.htm. Acesso em: 12 ago. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 12 go. 2025.

BRASIL. Lei nº 15.123, de 24 de abril de 2025. Altera o art. 147-B do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), para estabelecer causa de aumento de pena no crime de violência psicológica contra a mulher quando praticado com o uso de inteligência artificial ou de qualquer outro recurso tecnológico que altere imagem ou som da vítima. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 25 abr. 2025. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/L15123.htm. Acesso em: 10 ago. 2025.

BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 16 jul. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 12 ago. 2025.

BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei nº 2.338, de 2023. Dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Autor: Senador Rodrigo Pacheco (PSD/MG). Brasília, DF, 2023. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>. Acesso em: 12 ago. 2025.

BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei nº 2.628, de 2022. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. Autor: Senador Alessandro Vieira (PSDB/SE). Brasília, DF, 2022. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/154901>. Acesso em: 12 ago. 2025.

BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei nº 2.630, de 2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Autor: Senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE). Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 12 ago. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024. Altera a Res.-TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, dispondo sobre a propaganda eleitoral. *Diário da Justiça Eletrônico do TSE*, Brasília, DF, 28 fev. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>. Acesso em: 12 ago. 2025.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006. v. 1.

CHEN, Lei; WU, Le; HONG, Richang; ZHANG, Kun; WANG, Meng. Revisiting graph based collaborative filtering: a linear residual graph convolutional network approach. In: AAAI Conference on Artificial Intelligence, 34., 2020. *Proceedings of the AAAI conference on artificial intelligence* [S. l.]: AAAI, 2020. v. 34, n. 1, p. 27-34.

CHENEY-LIPPOLD, John. A new algorithmic identity: soft biopolitics and the modulation of control. *Theory, Culture & Society*, v. 28, n. 6, p. 164-181, 2011. DOI:

<https://doi.org/10.1177/0263276411424420>

CHENEY-LIPPOLD, John. *We are data: algorithms and the making of our digital selves*. New York: New York University Press, 2017.

CHIEF EXECUTIVES COUNCIL. Strategic leadership for CEOs in the age of AI. Chief Executives Council, 2025. Disponível em: <https://chiefexecutivescouncil.org/strategic-leadership-for-ceos-in-the-age-of-ai/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

COVINGTON, Paul; ADAMS, Jay; SARGIN, Emre. Deep neural networks for YouTube recommendations. In: Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems. New York: ACM, 2016. p. 191-198.

CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David. Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley. New York: NYU Press, 2019.

D'AMICO, Alexander; DELTEIL, Bruce; HAZAN, Eric; TRICOLI, Andrea; MONTARD, Antoine. McKinsey & Company, 5 fev. 2025. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-ai-is-transforming-strategy-development>. Acesso em: 25 ago. 2025.

DAVIDSON, Elizabeth; WESSEL, Lauri; WINTER, Jenifer Sunrise; WINTER, Susan. Future directions for scholarship on data governance, digital innovation, and grand challenges. *Information and Organization*, v. 33, n. 1, 100454, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2023.100454>.

DUBAR, Claude. A crise das identidades: a interpretação de uma mutação. Porto: Afrontamento, 2006.

DUBAR, Claude; BOTELHO, Annette P. Rapenne; CORREIA, José Alberto; CAMELO, João; LAMAS, Estela Ribeiro. A socialização: construção das identidades sociais e profissionais. Porto: Porto Editora, 1997.

DURKHEIM, Emile. The division of labor in society. In: GRUSKY, David (org.). *Social stratification: class, race, and gender in sociological perspective*. 2. ed. New York: Routledge, 2019. p. 178-183.

DYNAMIC YIELD. GlassesUSA.com deploys a deep learning algorithm to adapt its recommendations to each shopper. [S.l.]: Dynamic Yield, [s.d.]. Disponível em: <https://www.dynamicyield.com/files/case-studies/glasses-usa-dy-case-study.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2025.

ESPAÑA. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Programa Nacional de Algoritmos Verdes (PNAV). Lanzamiento de la manifestación de interés: 15 out. 2021. Enmarcado en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, Agenda España Digital 2026 y Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial. Disponible en:

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/asuntos-economicos/paginas/2021/151021-algoritmos-verdes.aspx>. Acesso em: 10 ago. 2025.

FELCA. Adultização. [Vídeo]. YouTube, ago. 2025. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=FpsCzFGL1LE>. Acesso em: 23 ago. 2025.

FLORIDI, Luciano. *The fourth revolution: how the infosphere is reshaping human reality*. Oxford: Oxford University Press, 2014.

GOFFMAN, Erving. *The presentation of the self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday, 1959.

GOLDHABER, Michael H. The attention economy and the net. 1997. Disponível em:

http://www.firstmonday.org/issues/issue2_4/goldhaber/. Acesso em: 25 ago. 2025.

GUPTA, Tarun.; BANSAL, Supriya. Biometric Data usage in Personalized Marketing: Balancing Innovation and Privacy. *Journal of Marketing & Supply Chain Management*, v. 2, n. 136, p. 2-7, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.47363/JMSCM/2023>

HEITMAYER, Maxi. The second wave of attention economics: attention as a universal symbolic currency on social media and beyond. *Interacting with Computers*, v. 37, n. 1, p. 18-29, 2025.

<https://doi.org/10.1093/iwc/iwae035>

KIRON, David; SCHRAGE, Michael. Strategy for and with AI. *MIT Sloan Management Review*, v. 60, n. 4, p. 30-35, 2019. Disponível em: <https://sloanreview.mit.edu/article/strategy-for-and-with-ai/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

LARANJEIRA, Ronaldo Ramos (Coord.). MADRUGA, Clarice Sandi (Coord. Exec.). Caderno Temático LENAD III: jogos de aposta na população brasileira – resultados 2023. São Paulo: UNIFESP, 2025. Disponível em: <https://lenad.uniad.org.br/cadernos-lenad/Caderno-Jogos-de-Aposta-LENAD-III.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2025.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. Bauru: Edusc, 2012.

MARX, Karl. *Capital: critique of political economy, volume 1*. In: *Capital*. Princeton: Princeton University Press, 2024.

MEARS, Ashley. Bringing Bourdieu to a content farm: Social media production fields and the cultural economy of attention. *Social Media + Society*, v. 9, n. 1, p. 1–12, 2023.

NARRAGON, Ryan. How executives can bridge the strategy-execution gap for tech-driven organizations. *Atlassian Blog*, 7 ago. 2025. Disponível em:

<https://www.atlassian.com/blog/enterprise/how-atlassian-executives-bridge-strategy-and-execution>. Acesso em: 25 ago. 2025.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, v. 20, n. 11, p. 4275–4292, 2018.

PORTUGAL. INCoDe.2030 (Iniciativa Nacional de Competências Digitais). *AI Portugal 2030 – Estratégia Nacional para a Inteligência Artificial*. INCoDe.2030, 2019. Elaborada em colaboração com a Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), Agência Nacional de Inovação (ANI), Ciência Viva e Agência para a Modernização Administrativa (AMA). Disponível em:

<https://www.incode2030.gov.pt/aip-2030/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PORTUGAL. Presidência do Conselho de Ministros. Resolução do Conselho de Ministros n.º 30/2020, de 21 de abril. Aprova o Plano de Ação para a Transição Digital. *Diário da República: Série I*, n.º 78, p. 6–32, 21 abr. 2020. Disponível em: <https://portal.oa.pt/publicacoes/informacao-juridica/direito-nacional/tipo-de-informacao/planos/plano-de-acao-para-a-transicao-digital/>.

Acesso em: 2 set. 2025.

REVTECH NEWSROOM. Why biometrics are the future of personalized customer experiences.

RevTech Newsroom, 2024. Disponível em: <https://www.revtechnewsroom.com/blogs/why-biometrics-are-the-future-of-personalized-customer-experiences/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

SALESFORCE. Salesforce Einstein now delivers 80+ billion AI-powered predictions every day. San Francisco, 24 nov. 2020. Disponível em: <https://www.salesforce.com/news/press-releases/2020/11/24/einstein-now-delivers-80bn-predictions/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

SENNETT, Richard. *The corrosion of character: the personal consequences of work in the new capitalism*. New York: W. W. Norton & Company, 1998.

SRNICEK, Nick. *Platform capitalism*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2017.

STRATEGY INSTITUTE. The role of AI in business strategies for 2025 and beyond. *The Strategy Institute Blog*, 13 jan. 2025. Disponível em: <https://www.thestrategyinstitute.org/insights/the-role-of-ai-in-business-strategies-for-2025-and-beyond>. Acesso em: 25 ago. 2025.

TENE, Omer; POLONETSKY, Jules. Big data for all: Privacy and user control in the age of analytics. *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, v. 11, n. 5, p. 239-273,

2013. Disponível em: <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/njtip/vol11/iss5/1>. Acesso em: 25 ago. 2025.

TERREN, Ludovic; BERGE-BRAVO, Rosa. Echo chambers on social media: a systematic review of the literature. *Review of Communication Research*, v. 9, p. 99-118, 2021. DOI: <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028>.

TV BRASIL. Saiba quem era Tiu França, autor do atentado ao STF. Repórter Brasil, 14 nov. 2024. Disponível em: <https://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil/2024/11/saiba-quem-era-tiu-franca-autor-do-atentado-ao-stf>. Acesso em: 23 ago. 2025.

TWITTER. Twitter's recommendation algorithm. X Engineering, 31 mar. 2023. Disponível em: https://blog.x.com/engineering/en_us/topics/open-source/2023/twitter-recommendation-algorithm. Acesso em: 27 ago. 2025.

UNESCO, C. (2013). Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016. Relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados – RGPD). *Jornal Oficial da União Europeia*, L 119, p. 1-88, 4 maio 2016. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>. Acesso em: 2 set. 2025.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2024/1689 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de junho de 2024. Relativo às regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial e que altera determinados atos legislativos da União (AI Act). *Jornal Oficial da União Europeia*, L 168, p. 1-151, 12 jul. 2024. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689>. Acesso em: 2 set. 2025.

UR REHMAN, Ikhlaq. Facebook-Cambridge Analytica data harvesting: what you need to know. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, n. 2497, p. 1-11, 2019. Disponível em: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2497/> Acesso em: 13 ago. 2025.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society: public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VUJICIC, Jelena. Global AI regulation and its impact on technology business: a comparative legal framework analysis. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, v. 24, n. 3, p. 3457–3463, 2024. DOI: <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.3.3911>

WANJALA, E. Glovo to integrate AI into customer service operations. Capital Business, Nairobi, 21 fev. 2025. Disponível em: <https://www.capitalfm.co.ke/business/2025/02/glovo-to-integrate-ai-into-customer-service-operations/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

WEBER, Max. Science as a Vocation. In: WEBER, Max. The Vocation Lectures. Translated by Rodney Livingstone. Edited by David Owen and Tracy B. Strong. Indianapolis: Hackett Publishing Company, 2004.

X CORP. Terms of Service. [S. l.], [202-?]. Disponível em: <https://x.com/en/tos>. Acesso em: 27 ago. 2025.

X DEVELOPER PLATFORM. Three approaches to topic discovery with X data. 30 nov. 2021. Disponível em: <https://developer.x.com/en/blog/product-news/2021/three-approaches-to-topic-discovery-with-x-data>. Acesso em: 27 ago. 2025.

XIONG, Ying; CHEN, Shuai; QIN, Haoming; CAO, He; SHEN, Yedan; WANG, Xiaolong; CHEN, Qingcai; YAN, Jun; TANG, Buzhou. Distributed representation and one-hot representation fusion with gated network for clinical semantic textual similarity. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, v. 20, supl. 1, p. 72, 2020

YU, Jing; LI, Yanxiang; SHI, Jingjing; LIU, Wenhai; LIU, Xinlong; ZHOU, Mingxing; CHEN, Yunwen; SAI, Na. Personalized recommendation algorithm based on graph embedding and temporal context representation learning. In: 2025 IEEE 17th International Conference on Computer Research and Development (ICCRD), 17., 2025. IEEE, 2025. p. 310-315..

ZUBOFF, Shoshana. The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. Nova Iorque: PublicAffairs, 2019.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA: Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

FINANCIAMENTO:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT - Portugal) e com apoio do Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA), Universidade NOVA de Lisboa, Portugal. Códigos de financiamento das bolsas doutorais: 2022.14807.BD (Autor 1) e UI/BD/153755/2022 (Autor 2). Este estudo faz parte do projeto **Digital Narratives and Artificial Intelligence: Comparative Analysis of Audiovisual Content and Transparency in Algorithmic Categorization** (2024.07707.IACDC) financiado pela Fundação para a Ciência e a

Tecnologia (FCT/Portugal) sob o identificador DOI:

<https://doi.org/10.54499/2024.07707.IACDC> .

CONTRIBUIÇÃO DAS/DOS AUTORES/AS:

Ferreira, Allan: Conceptualization, Methodology, Validation, Formal analysis, Investigation, Writing - Original Draft, Writing - Review & Editing, Visualization, Project administration, Supervision, Funding acquisition.

Trevisan, Ana Carolina: Investigation, Writing - Original Draft, Writing - Review & Editing, Visualization.

DECLARAÇÃO DE USO ASSISTIVO E RESPONSÁVEL DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA):

Os autores declaram que utilizaram recursos assistivos de inteligência artificial para revisão de texto, estrutura, realização de testes, formatação e ajustes de estilos com ferramentas especializadas com total supervisão e controle dos autores.

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE:

Os autores declaram que não há conflito de interesses.

MINIBIOGRAFIAS DOS/DAS AUTORAS DO PAPER

Allan Herison Ferreira é doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade NOVA de Lisboa, com mestrado em Sociologia pela USP e bacharelado em Ciências Sociais pela USP. Bolsista da FCT afiliado ao ICNOVA, pesquisa "Estratégias identitárias em filmes digitais amadores".

Ana Carolina Trevisan é doutoranda em Ciências da Comunicação na NOVA de Lisboa, mestra em Sociologia pela USP e bacharel em Sociologia e Psicologia. Bolsista da FCT pelo IFILNOVA, pesquisa "Estratégias argumentativas nas redes sociais da extrema direita no Brasil e Portugal".

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.