

Plataformas digitais (conceito)

Escrito por: Jader Jaime Costa do Lago e Francisco Carlos Paletta.

Publicado em: 27/01/2026

Plataformas digitais são ambientes que conectam diferentes grupos de usuários em interações que envolvem entretenimento, transações comerciais e relações sociais. Essas plataformas moldam e são moldadas por práticas comportamentais e culturais contemporâneas, sendo estruturadas por algoritmos organizados em Sistemas de Recomendação (SR) criados por empresas de tecnologia e mídia com o objetivo de facilitar ou induzir o processo decisório, atuando na mediação da experiência social dos usuários. No campo da antropologia digital, as plataformas tornam-se espaços onde as atividades cotidianas podem ser coletadas, organizadas e analisadas, uma datificação que engloba questões éticas e de privacidade. Para o antropólogo estadunidense Nick Seaver (1985-), os criadores dos SR são atores bivalentes que buscam um caminho na suposta oposição entre algoritmos e humanos, computação e gosto. Nessa perspectiva, a navegação em sites, as preferências musicais, as coordenadas de geolocalização, os hábitos de consumo, as interações em redes sociais e outros dados comportamentais em ambiente digital estão à disposição de empresas ligadas à tecnologia da informação para fins econômicos. Para serem bem-sucedidas em meio à concorrência, estas empresas criam estruturas técnicas informacionais que sejam capazes de cativar o usuário para que ele permaneça na plataforma o maior tempo possível.

Ao mesmo tempo em que participam da construção de identidades e comunidades, as plataformas podem aumentar desigualdades ao limitar o acesso e a visibilidade de alguns grupos sociais. Trata-se da aplicação de uma técnica digital e, como definido pela filósofa [Donna Haraway \(1944-\)](#), “técnica envolve, necessariamente, dominação”. Segundo o sociólogo brasileiro João Martins Ladeira (1977-) os SR caracterizam-se pela constante observação das ações do usuário por parte das empresas de tecnologia, em monitoramentos voltados a identificar as ações de

repulsa e sedução. A averiguação destas ações retorna ao usuário na forma de recomendações. Assim, na chamada “era digital”, as ações humanas são convertidas em dados que podem ser utilizados por corporações informacionais para auxiliar o processo decisório sobre qual produto deve ser adquirido ou qual seria a melhor série, música ou filme a serem apreciados nas plataformas de *streaming*.

As plataformas digitais empregam variadas técnicas de Inteligência Artificial, incluindo aprendizado de máquina e modelagem de usuários, em casos de coerção para a satisfação. Essa coerção disfarçada de personalização pode induzir o usuário ao consumo dos mais variados tipos. Na visão das antropólogas britânicas Celia Lury (1959-) e Sophie Day (1956-) essa onipresença numérica na sociedade contemporânea deve ser analisada sob o ponto de vista das relações humanas estabelecidas a partir desses números. Neste sentido, segundo Dan Maurizio Kotliar, sociólogo da Universidade de Haifa, Israel, esses algoritmos não visam induzir escolhas específicas, mas são programados para, de forma geral, converter pessoas em agentes de escolha ou “sujeitos que escolhem”.

Para Nick Seaver é possível fazer uma analogia entre os sistemas algorítmicos e as armadilhas. São artefatos sofisticados e que funcionam psicologicamente, como infraestruturas epistêmicas e técnicas que se unem para produzir mundos culturais abrangentes e difíceis de escapar. Segundo a socióloga Angèle Christin (1983-), professora da Universidade Stanford, Califórnia, os algoritmos são poderosos e opacos. Eles extraem as nossas informações pessoais para fornecer conteúdos relevantes e que possam nos manter conectados na plataforma. Isso deve ser compreendido dentro da estrutura de “beta permanente” destes sistemas digitais, sempre em construção e aprimoramento constante – referindo-se à fase “beta” do desenvolvimento de softwares, quando são lançados para testes antes de sua versão final. Portanto, este ordenamento das plataformas atende ao que a economista e psicóloga social Shoshana Zuboff (1951-) denominou “capitalismo de vigilância”, um sistema em que os dados comportamentais preditivos servem para incentivar, persuadir e arrebanhar em busca de resultados lucrativos. Assim, como analisou Tarleton Gillespie (1973-), professor de comunicação da Universidade Cornell, essas

escolhas são a mercadoria destinada a atrair e reter usuários na plataforma. Seus dados pessoais servem de matéria-prima para esses sistemas produzirem um fluxo emocionalmente envolvente. Trata-se de um aparato de dominação digital que é fruto do aprimoramento da exploração capitalista.

Embora apresentem algumas diferenças pontuais, a estrutura e o funcionamento das plataformas são semelhantes, corroborando a afirmação dos filósofos e figuras centrais da Escola de Frankfurt, Theodor W. Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973), de que a indústria cultural emprega as fórmulas psicológicas mais recentes e que os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre a mesma coisa. Tal afirmação dialoga com o trabalho dos pesquisadores holandeses de mídia digital José van Dijck (1960-), Thomas Poell (1973-) e Martijn de Waal (1972-) sobre a interconectividade presente entre os *Big five* (Google, Amazon, Facebook/Meta, Apple e Microsoft), grandes empresas da área de tecnologia que trabalham conjuntamente, numa relação de concorrência e, ao mesmo tempo, de interdependência para a extração e compartilhamento de dados de bilhões de usuários ao redor do mundo. A concentração de poder nas empresas de mídia e tecnologia está intimamente ligada à integração de suas infraestruturas informacionais.

Para o antropólogo britânico Daniel Miller (1954-) é importante situar as tecnologias digitais em um contexto cultural e social mais amplo, avaliando suas contradições e complexidades que emergem a partir de estudos mais abrangentes de seu uso e consequências. Miller fundou o programa de antropologia digital da University College London, sendo responsável pelo projeto *Why we post* (Por que postamos?) que reúne pesquisas etnográficas sobre meios digitais realizadas em nove regiões ao redor do planeta. Através da colaboração entre antropólogos, o projeto disponibiliza gratuitamente cursos online e diversos livros sobre alguns dos temas abordados nas pesquisas de campo. Dentre as várias descobertas do projeto destaca-se o conceito de “polimídia”, sobre a utilização de diferentes plataformas para organizar relacionamentos e tipos de conteúdo, e como essas escolhas se tornam uma questão social e moral. Além disso, os estudos questionam estereótipos sobre a utilização dos

meios digitais. Neste sentido, estas pesquisas indicam que as redes sociais não são apenas um meio de entretenimento ou comunicação, mas se converteram em um lugar onde as pessoas vivem. Assim, em vez de tornarem o mundo mais homogêneo, as mídias sociais representam uma nova forma de expressar diferenças culturais. Nessa perspectiva, a plataforma é um artefato digital e cultural, uma ferramenta criada, desenvolvida e modificada pela ação humana.

COMO CITAR ESTE VERBETE

LAGO, Jader Jaime Costa do; PALETTA, Francisco Carlos. “Plataformas digitais”. In: *Enciclopédia de Antropologia*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia, 2026. Disponível em: <https://ea.fflch.usp.br/conceito/plataformas-digitais>

PALAVRAS-CHAVE

antropologia digital; capitalismo; etnografia virtual; mídia; tecnologia

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max, “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas” In: *Dialektik der Aufklärung*, Amsterdã, Querido Verlag, 1947 (Trad. Bras. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1985).

CHRISTIN, Angèle, “The ethnographer and the algorithm: beyond the black box”, *Theory and Society*, n. 49 (5-6), Nova York, Springer Science, 2020, p. 897-918

DIJCK, José van, POELL, Thomas & WAAL, Martijn de, *The platform society: public values in a connective world*, Oxford, Oxford University Press, 2018

GILLESPIE, Tarleton, “The myth of the neutral platform” In: *Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*, New Haven, Yale University Press, 2018

LAGO, Jader Jaime Costa do; PALETTA, Francisco Carlos. “Plataformas digitais”. In: *Enciclopédia de Antropologia*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia, 2026. Disponível em: <https://ea.fflch.usp.br/conceito/plataformas-digitais>
ISSN: 2676-038X.

HARAWAY, Donna J., “A cyborg manifesto: science, technology, and socialist-feminism in the late twentieth century”, In: *Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature*, Nova York, Routledge, 1991

KOTLIAR, Dan M., “Who gets to choose? On the socio-algorithmic construction of choice”, *Science, technology, & human values*, n. 46 (2), Thousand Oaks: SAGE Publications, 2021, p. 346-75.

MILLER, Daniel, “Digital anthropology” In: *The open encyclopedia of anthropology*, Cambridge, The Cambridge encyclopedia of anthropology, 2018

MILLER, Daniel, COSTA, Elisabetta, HAYNES, Nell, MCDONALD, Tom, NICOLESCU, Razvan, SINANAN, Jolynna, SPYER, Julian, VENKATRAMAN, Shriram, WANG, Xinyuan, HAAPIO-KIRK, Laura & MOHAMMID, Sheba, *Why we post*, UCL Social & Historical Science, Londres: University College London, 2016

LADEIRA, João Damasceno Martins, “O algoritmo e o fluxo: Netflix, aprendizado de máquina e algoritmos de recomendações”, *Intertexto*, n. 47, Porto Alegre, PPGCMO/UFRS, 2019, p. 166-184

LURY, Celia & DAY, Sophie, “Algorithmic personalization as a mode of individuation”, *Theory, culture & society*, n. 36 (2), Thousand Oaks, SAGE Publications, 2019, p. 17- 37

SEEVER, Nick, *Computing taste: algorithms and the makers of music recommendation*, Chicago, The University of Chicago Press, 2022

SEEVER, Nick, “Captivating algorithms: recommender systems as traps”, *Journal of material culture*, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2018, p. 1-16

ZUBOFF, Shoshana, *The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*, Croydon, Profile Books, 2019

LAGO, Jader Jaime Costa do; PALETTA, Francisco Carlos. “Plataformas digitais”. In: Enciclopédia de Antropologia. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia, 2026. Disponível em: <https://ea.fflch.usp.br/conceito/plataformas-digitais>
ISSN: 2676-038X.