U.PORTO

MESTRADO EM PSICOLOGIA
PSICOLOGIA DA JUSTIÇA E DA DESVIÂNCIA

“*Se o algoritmo decidir*”: Um estudo qualitativo das representações de jovens universitários residentes em Portugal sobre a influência algorítmica na formação das suas opiniões políticas

Francisca Costa Teixeira da Silva

M

2026

Universidade do Porto

Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

"*SE O ALGORITMO DECIDIR*": UM ESTUDO QUALITATIVO DAS REPRESENTAÇÕES DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS RESIDENTES EM PORTUGAL SOBRE A INFLUÊNCIA ALGORÍTMICA NA FORMAÇÃO DAS SUAS OPINIÕES POLÍTICAS

Francisca Costa Teixeira da Silva

Outubro 2026

Dissertação apresentada no Mestrado em Psicologia, na área de especialização de Psicologia da Justiça e da Desviância, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, orientada pela Professora Doutora ***Marta Pinto*** (FPCEUP).

Avisos Legais

O conteúdo desta dissertação reflete as perspetivas, o trabalho e as interpretações da autora no momento da sua entrega. Esta dissertação pode conter incorreções, tanto conceptuais como metodológicas, que podem ter sido identificadas em momento posterior ao da sua entrega. Por conseguinte, qualquer utilização dos seus conteúdos deve ser exercida com cautela.

Ao entregar esta dissertação, a autora declara que a mesma é resultante do seu próprio trabalho, contém contributos originais e são reconhecidas todas as fontes utilizadas, encontrando-se tais fontes devidamente citadas no corpo do texto e identificadas na secção de referências. A autora declara, ainda, que não divulga na presente dissertação quaisquer conteúdos cuja reprodução esteja vedada por direitos de autor ou de propriedade industrial.

Sem prejuízo do disposto anteriormente, a autora declara que recorreu a ferramentas de Inteligência Artificial durante o processo de elaboração deste trabalho. Em particular, utilizou-se o Claude para apoio na tradução, auxílio na reformulação pontual de alguns excertos e avaliação crítica. O recurso a estas ferramentas limitou-se aos usos descritos, mantendo-se as ideias, a análise, a interpretação dos resultados, a elaboração científica e a redação inicial da Dissertação integralmente da responsabilidade da autora.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, e com profundo apreço e admiração gostaria de agradecer à Professora Doutora Marta Pinto por se revelar como um suporte inigualável, fonte de conhecimento, mas não se limitando a este. A professora ao longo deste período revelou-se uma peça fundamental de apoio e resiliência, dando significado real e vivido ao papel de orientadora. Por isso, o meu mais sincero obrigada.

De seguida gostaria também de agradecer às minhas três companheiras de curso, Márcia, Carina e Ana. Obrigada por desde o primeiro dia partilharmos esta bonita, e por vezes dolorosa, jornada. Só faz sentido com vocês! Guardo também uma palavra de gratidão para todos com os quais me cruzei neste percurso, e que de alguma forma deixaram uma marca em mim.

Agradeço também aos meus amigos de sempre, por me aturarem vezes sem conta a falar de modo redundante deste trabalho, e continuarem mesmo assim a ser Casa. Em particular, agradeço à Pipa, minha companheira de biblioteca que me ajudou nos dias em que achava que não conseguia mais, à Alice, amiga de todas as horas que mesmo longe faz-se sentir perto, e à Meh que com a sua simples presença torna tudo mais leve.

Aos amigos novos que se foram fazendo neste bonito e intenso ano, obrigada por todos os ensinamentos, e por me fazerem crescer como profissional, e sobretudo como pessoa.

Não podia deixar de expressar o meu profundo agradecimento pela minha família, nada disto seria possível sem vocês. Obrigada por cada palavra, cada abraço e cada momento de escuta. Levo hoje e levarei para sempre comigo nesta caminhada que é a vida. Esta não é uma conquista minha, mas sim nossa. Um obrigada especial à minha Mãe, ao meu Pai, ao meu irmão Tomás e à minha madrinha Mito. Obrigada por serem colo quando mais precisei.

À Mia, a minha gata "*chalupa*", que me dá o suporte emocional que mais ninguém consegue.

Por último, mas nem por isso menos importante, obrigada Luís. Obrigada por todas as horas infindáveis que passaste comigo nesta etapa (e em todas as restantes da vida). Obrigada por acreditares em mim como ninguém, e, sobretudo, por me ensinares a olhar para mim mesma com um olhar mais gentil e benevolente. A vida é melhor partilhada contigo.

Resumo

A crescente utilização de sistemas algorítmicos no dia-a-dia, molda a forma como nos relacionamos, interagimos e pensamos. Desta forma, os algoritmos exercem influência social, cultural e política. Neste contexto, a presente investigação procura compreender como os jovens universitários representam os algoritmos, bem como analisar como estes percebem a influência dos mesmos no seu quotidiano, e em particular na sua opinião política. Para este efeito, foi desenvolvido um estudo de cariz exploratório com recurso a uma metodologia qualitativa. Foram realizadas 14 entrevistas individuais semiestruturadas de forma a ouvir diretamente os jovens. Paralelamente, recorreu-se ao método *walkthrough* e ao protocolo de pensar em voz alta, de modo a observar diretamente a interação dos participantes com os algoritmos. Os resultados obtidos foram analisados através de Análise de Conteúdo. Estes indicam que o algoritmo atravessa diversas esferas da vida dos participantes, ainda que os efeitos por eles descritos sejam, muitas vezes, considerados pouco relevantes. Em particular, veem a influência ao nível do posicionamento político como limitada, indireta ou como forma de reforçar uma posição preexistente. Somente para uma minoria dos participantes os algoritmos constituem uma ferramenta que fomenta o seu envolvimento político. Paralelamente, os participantes reconhecem, de forma geral, os efeitos no Outro e na sociedade, ao mesmo tempo que subestimam a influência exercida sobre si. Conclui-se, portanto, que é necessário adotar estratégias que promovam o debate e a reflexão sobre estas temáticas, de modo a desenvolver a literacia algorítmica e uma consciência crítica.

Palavras-Chave: Algoritmos; Jovens Universitários; Ecossistema Digital; Plataformas Online; Opinião Política.

Abstract

The increasing use of algorithmic systems in daily life shapes how we relate to one another, interact, and think. Consequently, algorithms exert social, cultural, and political influence. In this context, this study seeks to understand how college students conceptualize algorithms, and analyze their perceptions regarding the influence of these systems on their daily lives, particularly on their political opinions. To this end, an exploratory study employing a qualitative methodology was conducted. Fourteen semi-structured individual interviews were carried out to hear directly from the young people. Concurrently, the *walkthrough* method and the *think-aloud* protocol were used to directly observe participants' interactions with algorithms. The data were analyzed using Content Analysis. The results indicate that algorithms permeate various spheres of the participants' lives, even though the effects described are often considered of little relevance. In particular, participants view the influence on political stance as limited, indirect, or merely a means of reinforcing pre-existing positions. Only a minority of participants regard algorithms as tools that foster political engagement. Furthermore, while the young people acknowledge the effects of algorithms on others and on society at large, they tend to underestimate the influence on themselves. The study concludes that it is necessary to adopt strategies that promote debate and reflection on these issues in order to foster algorithmic literacy and critical awareness.

Keywords: Algorithms; College Students; Digital Ecosystem; Online Platforms; Political Opinion.

Índice

1. Enquadramento Teórico 1
1.1. Ecossistema digital: o papel do algoritmo 1
1.2. Algoritmização da vida: uma perspetiva social 3
1.3. O algoritmo e eu: possíveis influências a nível individual 5
1.4. Interação com o ecossistema digital: Literacia e consciência algorítmica 7
1.5. Justificação do estudo 9
2. Método 10
2.1. Caracterização do Estudo 10
2.2. Participantes 11
2.3. Procedimento de recolha de dados 13
2.4. Procedimento de análise e tratamento de dados 13
3. Resultados e Discussão 14
3.1. Crenças Algorítmicas 14
3.2. Vivências Algorítmicas 18
3.3. Formas de Agência face o Algoritmo 21
3.4. Perceção de Influência do Algoritmo 23
3.4.1. Perceção de Influência do Algoritmo sobre o self 23
3.4.2. Perceção de Influência do Algoritmo sobre o Outro 26
3.4.3. Perceção de Influência Social do Algoritmo 27
4. Conclusões, Limitações e Direções Futuras 31
Referências Bibliográficas 33
Apêndices 41
Apêndice A. Guião de Entrevista Individual Semiestruturada 41
Apêndice B. Caracterização Sociodemográfica dos participantes 46
Apêndice C. Caracterização Detalhada do uso online dos participantes 48
Apêndice D. Declaração de Consentimento Informado 49

Apêndice E. Sistema de Categorias 51

1. Enquadramento Teórico

1.1.Ecossistema digital: o papel do algoritmo

O presente momento caracteriza-se, social e politicamente, por múltiplos desafios que colocam em causa a legitimidade da democracia e das suas instituições (Emerique, 2023; Scholtz, 2024; Mendonça, 2025). Estes desafios contribuem, por sua vez, para processos de polarização e divisão social (Khan, 2024), através dos quais os indivíduos tendem a exacerbar as suas próprias ideias e posições, privilegiando o contacto com outros que pensam de modo semelhante (Smith & Thomas, 2025). Esta dinâmica pode traduzir-se num aumento da intolerância social e da proliferação de discursos de ódio, que aprofundam a fragmentação do tecido social (Mendonça, 2025).

Paralelamente, o desenvolvimento tecnológico provoca também alterações na forma de funcionamento das sociedades ocidentais contemporâneas. A presença quotidiana destas ferramentas levanta questionamentos éticos, sociais e políticos. Os ambientes digitais atuais revelam-se altamente complexos, imbuídos em ferramentas sofisticadas, lógicas algorítmicas opacas e mecanismos de recolha massiva de dados. Dada a primazia conferida, em particular, aos algoritmos neste trabalho, considera-se premente iniciar esta secção com o seu enquadramento e definição. Esta revela-se indispensável para compreender holisticamente as suas consequências e influência (Beer, 2017).

Os algoritmos constituem-se como um conceito nuclear da ciência da computação (Knuth, 1997). Este não é recente, remete para o matemático al-Khwarzimi que definiu uma forma clara para regras de cálculo (Mendonça et al., 2023). Nesta perspetiva, adotando uma formulação simplificada, de natureza matemática e computacional, um algoritmo pode ser definido como um conjunto sequencial de regras que definem como os dados são processados, com vista à resolução de um problema ou à obtenção de um resultado específico, podendo ser descrito como uma "*receita, processo, método, técnica, procedimento"* (Knuth, 1997, p. 4). Um dos exemplos mais popularizados da aplicação dos algoritmos, remonta o final dos anos 90, com o Google, o *PageRank*, constituindo uma forma determinística de classificar e ordenar os diferentes sites (Brin & Page, 1998; Lazer, 2015). Ou seja, perante o mesmo *input* o algoritmo produzia sempre um *output* igual (Domingos, 2015).

No presente momento, a lógica inerente já não é somente esta. Aquilo que aparece no meio digital, é também aquilo que o algoritmo sugere como melhor para cada indivíduo (Praiser, 2011). Ou seja, através da Aprendizagem Automática, os algoritmos aprendem

padrões com base em dados, e a partir destes realizam inferências (Domingos, 2015). Consequentemente, quanto maior o número de dados, melhores as previsões por eles efetuadas (Domingos, 2015), sem estes, os algoritmos são socialmente inertes (Gillespie, 2014). Os dados alimentam-nos de forma a personalizar e tornar mais envolvente a experiência *online* (Vallejos et al., 2021), por exemplo, através de métricas como cliques, tempo de visualização, *likes* e partilhas (Bucher, 2018). Assim, a personalização algorítmica pode ser caracterizada como a transação entre o indivíduo e o sistema, de forma a adaptar, disponibilizar e organizar o conteúdo tendo em consideração as suas preferências (Thurman & Schifferes, 2012). Esta pode ser explícita, resultando diretamente de informações fornecidas pelo utilizador, ou implícita, inferindo as preferências a partir dos dados recolhidos (Thurman & Schifferes, 2012).

A problemática associada não surge puramente deste mecanismo automático. Estas não são construções puramente técnicas, incorporam heurísticas e decisões, na medida em que são selecionados critérios, é definido aquilo que é otimizado e são incluídos determinados dados para treinar o sistema (Diakopoulos, 2016). Neste sentido, os algoritmos não são neutros, refletindo os interesses das plataformas que os desenvolvem e operam, nomeadamente, com fins comerciais, institucionais ou políticos (Gillespie, 2014). Estes tomam "*decisões atómicas*" (Diakopoulos, 2015, p.400) sobre o que priorizar, classificar, associar e filtrar. Assim, os algoritmos influenciam a esfera digital através dos motores de busca, dos sistemas de notícias personalizados, das redes sociais e das plataformas de *streaming* (Diakopoulos, 2015; Gillespie, 2014) constituindo, portanto, peças fundamentais daquilo que as pessoas encontram *online* (Gillespie, 2014; Hargittai et al., 2020).

No entanto, esta constitui somente uma das faces do fenómeno. O algoritmo ultrapassa o plano técnico, e revela também uma dimensão social (Bucher, 2018), estando presente nas mais diversas esferas da vida quotidiana, incluindo na administração pública, nos média, na saúde e na política (Gran et al., 2021). Por exemplo, os algoritmos podem facilitar a criação de programas de predição de reincidência criminal (Dressel & Farid, 2018). Contribuem também para moldar formas de policiamento que, com base nestes mecanismos, procuram identificar onde intervir para prevenir o crime (Perry et al., 2013). Ou seja, muito embora a internet e todo o ecossistema digital assentem em algoritmos (Rainie & Anderson, 2017), a verdade é que os seus efeitos parecem transcender estes espaços. Deste modo, o seu estudo revela-se multidisciplinar, suscitando o interesse de áreas do saber distintas (Mendonça et al., 2023).

Assim, face a este breve enquadramento do algoritmo, o presente estudo tem como cerne a visão social e psicológica do fenómeno.

1.2. Algoritmização da vida: uma perspetiva social

Num primeiro momento, analisando de modo sociológico os impactos dos algoritmos, é possível constatar como estes viabilizam a quantificação da vida. Vale ressalvar que este não é um processo que surge na era digital - desde os primórdios civilizacionais, o ser humano utiliza estratégias para medir e quantificar a realidade - no entanto, neste contexto, dado o recurso a algoritmos, o processo torna-se mais fácil e eficiente (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Segundo Mayer-Schönberger & Cukier (2013), a datificação pode ser definida como a transformação do mundo social em dados quantificáveis, facultando a análise e previsão do comportamento humano. Desse modo possibilita-se a compreensão de aspetos fundamentais da conduta social, nomeadamente, preferências individuais, conversas casuais, pesquisas informacionais e respostas emocionais (van Dijck, 2014). Por exemplo, plataformas como Google, Twitter e LinkedIn possuem uma enorme quantidade de informação, possibilitando a recolha de dados sobre as nossas relações, experiências e estados de espírito (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Assim, a datificação pode facilitar a compreensão e monitorização das interações sociais (van Dijck, 2014). Evidência empírica revela que determinadas características pessoais podem ser inferidas a partir de dados comportamentais recolhidos pelas plataformas, em particular, como os *likes* do Facebook podem predizer determinadas variáveis como género, etnia, opinião política e orientação sexual (Kosinski et al., 2013).

Zuboff (2015) problematiza esta questão, e aponta para um "*capitalismo de vigilância*" - uma nova forma de capitalismo que, através da acumulação de quantidades massivas de dados, procura, não só conhecer e perceber o comportamento humano, como também prevê-lo e modificá-lo (Zuboff, 2015, 2019). Ao ser comercializado, este conhecimento preditivo torna-se o motor de difusão do capitalismo de vigilância pelo ecossistema digital (Zuboff, 2019). Esta expansão deve, contudo, ser compreendida à luz do contexto político-económico em que surge, o neoliberalismo e as regulamentações políticas existentes. Por exemplo, Mager (2012) revela como os motores de busca utilizam mecanismos de publicidade personalizada, i.e., como a publicidade é moldada de acordo com os interesses individuais, baseando-se em dados como o histórico de navegação, termos de pesquisa e localização. Segundo a autora, estes refletem um contexto tecnológico amplamente marcado por políticas neoliberais e uma insuficiência regulamentar (Mager, 2012).

Ao mesmo tempo que o algoritmo parece reforçar lógicas socioeconómicas vigentes (van Djick, 2017), suscita, paralelamente, a proliferação de visões que anteriormente se

encontravam ausentes do discurso público. A internet facilita o encontro de pessoas que pensam de modo semelhante e que, de outra forma, nunca se encontrariam (Shirky, 2008). Um estudo realizado por Cinelli e colabores (2021), revela que plataformas como o Facebook e o Twitter, parecem favorecer um maior contacto entre indivíduos que partilham as mesmas opiniões. Este resultado pode ser analisado recorrendo ao conceito de *câmaras de eco*, ou seja, a existência de ambientes digitais que possibilitam a interação entre indivíduos que pensam de modo similar (Sunstein, 2017). Adicionalmente, as plataformas digitais algorítmicas, assentes no envolvimento e maximização da atenção dos seus utilizadores, parecem favorecer a disseminação de conteúdo emotivo, simplista e polarizado (Zanetti et al., 2025). Assim, algumas subculturas *online* utilizam este sistema como ferramenta para propagar as suas ideias, com recurso a estratégias que captam a atenção, como por exemplo através de memes e/ou conteúdo emocionalmente apelativo (Marwick & Lewis, 2017). Evidência encontrada numa revisão sistemática revela que plataformas, como o YouTube, parecem potenciar a difusão de conteúdo progressivamente mais sensacionalista e radical (Ahmmad et al., 2025).

De modo complementar, importa refletir sobre como os algoritmos podem atuar enquanto mecanismos de opressão, reforçando ideias preconcebidas, preconceitos e estereótipos (Noble, 2018). Concomitantemente, à luz da Teoria da Rotulagem (Becker, 1963) é possível inferir que os algoritmos, ao classificarem, ordenarem e excluírem certos pontos de vista, criam e reforçam certos rótulos, pelo que agem como ferramentas perpetuadoras de estigma.

Numa linha de pensamento foucaultiana, é possível, assim, constatar como os algoritmos podem surgir nos dias de hoje como um mecanismo de perpetuação de poder. Para Foucault (1999a) a vigilância surge como indispensável ao seu exercício, permitindo conhecimento sobre o indivíduo vigiado, revelando-se omnipresente e, simultaneamente, invisível (Moreira & Barrichello, 2015). Analisando estes conceitos numa ótica transversal, a presença discreta da vigilância digital, favorece uma monitorização constante dos indivíduos, recolhendo de forma permanente dados sobre os mesmos (Moreira & Barrichelo, 2015), o que permite facilitar, por sua vez, o "*capitalismo de vigilância*" (Zuboff, 2015, 2019). Ademais, Foucault (1999b) conceptualiza o biopoder como um modo de governar a vida, cujos mecanismos de normalização operam como formas de segregação e hierarquização social, reproduzindo relações de poder existentes. Este poder exerce-se, em larga medida, através de discursos, que têm a capacidade de estruturar a visão da sociedade (Carrabine et al., 2009). Neste âmbito, os algoritmos potenciam a circulação destes discursos, contribuindo para moldar a vida social e política (Gillespie, 2014) e, simultaneamente, facilitar formas de perpetuação de

iniquidades estruturais (Gran et al., 2021). Ou seja, tal como Noble (2018) aponta os algoritmos podem surgir como uma forma de opressão.

Concorrentemente, os algoritmos revelam alguma preponderância em processos de tomada de decisão mais amplos (Mendonça et al., 2023; Filgueiras et al., 2025). Por exemplo, estes sistemas aplicam-se a avaliações educativas, a campanhas políticas eleitorais, ao desenho de espaços urbanos e até mesmo a processos de gestão social (Diakopoulos, 2015). Deste modo, são percetíveis os impactos que estes mecanismos podem produzir a nível educacional, financeiro, político e governamental (Diakopoulos, 2015; Poleac, 2024; Vicente, 2023). Aneesh (2002) propõe o conceito de "*Algocracy*" que pode ser traduzido para português como *Algocracia* (Vicente, 2023; Poleac, 2024) ou *Algoritmocracia*, mais frequentemente adotado pelos meios de comunicação. O presente estudo opta pelo termo *Algocracia* dada a maior proximidade semântica com a palavra de origem. Assim, *Algocracia* pode ser descrita como o "*governo do algoritmo*" (Annesh, 2002, p.1). Danaher (2016) aprofunda este conceito. O autor descreve a emergência de um novo sistema de governação, organizado com base em algoritmos, que por sua vez condiciona a forma como os indivíduos interagem com o sistema, com os dados e com a comunidade (Danaher, 2016). Desta forma, entende-se que os algoritmos configuram parte da governação das sociedades (Poleac, 2024), pelo que podem constituir formas de limitar a participação humana (Danaher, 2016). Não obstante, o seu impacto global ainda suscita debate (Poleac, 2024).

1.3. O algoritmo e *eu*: possíveis influências a nível individual

As transformações sociais mais amplas tendem a refletir-se no panorama individual. Assim, numa perspetiva centrada no indivíduo, a incorporação de mecanismos algorítmicos no dia-a-dia permite auxiliar a tomada de decisões, organizar e gerir grandes quantidades de informação (Bucher, 2018), pelo que podem constituir-se como ferramentas úteis para a execução de determinadas tarefas (Rainie & Anderson, 2017). Contudo, os algoritmos parecem possuir um papel na seleção e organização da informação que é mais relevante para o indivíduo (Gillespie, 2014).

Por outras palavras, os algoritmos podem limitar o acesso à informação de modo diverso, impedindo a construção de uma opinião crítica e fundamentada (Groot et al., 2023). Isto, por sua vez, pode favorecer a exposição seletiva, i.e., uma maior tendência para consumir conteúdo pró-atitudinal, congruente com as suas ideias, e menor para conteúdo contra-atitudinal (Dylko et al., 2018; Kubin & Sikorski, 2021). Este fenómeno pode ser explicado com base na

Teoria da Dissonância Cognitiva proposta por Festinger (1957), segundo a qual os indivíduos procuram manter consistência cognitiva, dado que a inconsistência pode ser produtora de desconforto psicológico.

Neste sentido, a personalização algorítmica surge como forma de criar um ambiente digital confortável e imersivo para o indivíduo. Contudo, pode nem sempre ser benéfico (Lazer, 2015). À medida que a pessoa interage com o meio *online*, a personalização vai progredindo, possibilitando a criação daquilo a que se pode chamar *bolhas de filtro* (Praiser, 2011). Estas podem ser descritas como recomendações personalizadas do algoritmo, que fomentam o contacto com conteúdo alinhado às próprias crenças e ideias, o que pode resultar na segregação e marginalização de visões distintas (Praiser, 2011).

Numa revisão sistemática, Ahmmad e colaboradores (2025) constataram que os sistemas de recomendação facilitam o contacto com conteúdo homogéneo, o que reforça o viés de confirmação e limita o contacto com perspetivas distintas. Em particular, relativamente ao contacto com conteúdo político *online*, Dylko e colaboradores (2018), num estudo experimental, defendem que a personalização algorítmica pode aumentar o risco de polarização política, via exposição seletiva. No entanto, os autores assumem, simultaneamente, que este mecanismo não determina de forma absoluta o comportamento humano, reiterando a capacidade de agência (Dylko et al., 2018). Por outro lado, uma investigação realizada por Feezell e colaboradores (2020) revelou que a obtenção de notícias a partir de fontes que utilizam algoritmos pode, inclusivamente, aumentar algumas formas de participação política, como a participação *online* e o envolvimento cívico, mas não contribui para o aumento da polarização política.

Desta forma, não existe consenso científico em relação à exposição a conteúdo digital e aos efeitos dos algoritmos. Kubin e Sikorski (2021) demonstraram, numa revisão sistemática, esta diversidade a propósito da navegação nas redes sociais - alguns estudos indicam uma possível exacerbação da polarização veiculada por essas plataformas, enquanto outros apontam para uma ausência de efeito, ou até mesmo para um efeito inverso (Kubin & Sikorski, 2021). Não obstante, os resultados indicam que, quando se trata especificamente da exposição a conteúdo pró-atitudinal, a polarização é exacerbada (Kubin & Sikorski, 2021). Gauthier e colaboradores (2026), num estudo experimental, reportaram que o algoritmo do Twitter altera substancialmente atitudes perante políticos e notícias relacionadas no sentido da adoção de posições mais conservadoras, sem necessariamente afetar a polarização política e o partidarismo. Numa investigação experimental realizada no YouTube, identificou-se um padrão geral de reforço de opiniões preexistentes e polarização, após a exposição a conteúdo

recomendado pelo algoritmo, em particular quando as recomendações se baseavam nos termos de pesquisa dos utilizadores (Cho et al., 2020).

Assim, apesar da evidência científica disponível se revelar ainda ambígua, difusa e não consolidada, reconhece-se que as recomendações algorítmicas podem solidificar convicções políticas prévias ou até possibilitar a polarização de opiniões (Cho et al., 2020), particularmente, aquando da exposição a conteúdo pró-atitudinal (Kubin & Sikorski, 2021). Como tal o ambiente digital algorítmico pode ter algum grau de influência na opinião política dos indivíduos.

Afigura-se, portanto, a possibilidade das pessoas se encontrarem cada vez mais suscetíveis à curadoria algorítmica da informação, i.e., à forma como o algoritmo organiza, seleciona e apresenta a informação (Rader & Gray, 2015). Deste modo, os algoritmos podem influenciar a forma como as pessoas constroem as suas visões e narrativas sobre o mundo (Swart, 2021). Embora o indivíduo possua algum grau de agência, a verdade é que estas estruturas podem limitá-la, influenciando de forma subreptícia decisões sobre aquilo que a pessoa vê ou deixa de ver (Diakopoulos, 2015).

Por conseguinte, pode considerar-se que os algoritmos possuem poder intrínseco de moldar as sociedades e os seus indivíduos, exercendo-o aos níveis económico, político e social (Bucher, 2018).

1.4. Interação com o ecossistema digital: Literacia e consciência algorítmica

Face ao exposto, é crucial compreender a perspetiva das pessoas perante os algoritmos, principalmente, junto daqueles que interagem de forma assídua com os mesmos. A literatura aponta para os jovens como um dos grupos mais ativos em plataformas baseadas na lógica algorítmica (Ahmmad et al., 2025). Como tal, o meio digital, e em particular, as redes sociais, constituem espaços centrais na vida destes, transcendendo a vertente de entretenimento. Constituindo também lugares de socialização, obtenção de informação, e de construção de visões sobre si e sobre o mundo (Ahmmad et al., 2025; Brites et al., 2024; Groot et al., 2023; Oliveira et al., 2024). Assim, para alguns autores, as redes sociais constituem-se como ferramentas que propiciam a interação com outros que têm perspetivas distintas, favorecendo a partilha, a discussão e a participação na esfera pública (Semaan et al., 2014). No entanto, outros especialistas acreditam que estas plataformas favorecem uma exposição seletiva, reforçando vieses preexistentes (Liu & Webber, 2014), pelo que fatores como a recomendação e/ou a curadoria algorítmica podem ter um impacto significativo. Neste sentido, segundo Swart (2021), é crucial perceber como os algoritmos são compreendidos, explorando as experiências

individuais das pessoas e não partindo de uma conceção criada *a priori*.

Esta experiência pode ser moldada por diversos fatores, inclusive pela *literacia algorítmica*. Este conceito tem sido usado como um termo "*guarda-chuva*" que combina várias dimensões: a consciência algorítmica, o conhecimento sobre o funcionamento dos algoritmos, os imaginários elaborados sobre estes e as estratégias que as pessoas desenvolvem para lidar com eles (Swart, 2021). Consequentemente, a literacia algorítmica enquadra-se como um conhecimento que não é meramente racional, mas simultaneamente "*tácito, intuitivo, situado e vivido*" (Swart, 2021, p.3). Desta forma, a *consciência algorítmica* é central para uma melhor compreensão da literacia algorítmica. Esta pode ser definida como a compreensão da existência de um sistema dinâmico capaz de personalizar a informação com que o indivíduo contacta (Hargittai et al., 2020). No entanto, esta consciência não é estática, varia entre os diferentes indivíduos, o que por sua vez leva a um envolvimento discrepante com a infraestrutura *online* (Gran et al., 2021). Estudos recentes revelam que variáveis sociodemográficas como o género, a idade e o nível educacional podem estar relacionadas com a consciência algorítmica (Eder & Sjovaag, 2024; Espinoza-Rojas et al., 2023). No entanto, o poder explicativo destas é apenas parcial. A literatura aponta para a possibilidade da frequência e da diversidade da experiência algorítmica constituírem-se como fatores preditores mais fortes (Swart, 2021). Espinoza-Rojas e colaboradores (2023) num estudo misto concluíram que os indivíduos que utilizam mais do que uma plataforma, estão mais conscientes dos algoritmos do que aqueles que só usam uma. Deste modo, sugere-se que a consciência algorítmica é essencialmente um fenómeno contextual e experiencial (Groot et al., 2023; Swart, 2021).

Para além deste reconhecimento do funcionamento algorítmico, Bucher (2017) foca-se na dimensão afetiva dos algoritmos no quotidiano, recorrendo ao conceito de *imaginário algorítmico*, procurando compreender como as pessoas constroem significados sobre estes. Estes imaginários correspondem à forma como os algoritmos são percecionados e experienciados, influenciando o modo como agem sobre os mesmos (Bucher, 2017).

Tal aspeto permite, por sua vez, refletir sobre mais um conceito central para esta análise, o *poder algorítmico*. Este pode ser caracterizado como a influência ativa que os indivíduos realizam sobre os algoritmos, de modo consciente e/ou instrumental (Cotter, 2019). Conforme supramencionado, os algoritmos perpetuam relações de poder, no entanto, os sujeitos que interagem com estas estruturas não são meramente recetores passivos (Swart, 2021), evidenciando-se uma transação entre o indivíduo e o algoritmo (Cho et al., 2020).

No contexto nacional, investigação empírica de natureza qualitativa, realizada neste âmbito, com jovens entre os 15 e os 24 anos, identificou cinco perfis distintos de compreensão

dos algoritmos (Brites et al., 2024). No perfil mágico, o seu funcionamento é visto como misterioso; no ambivalente, constata-se a dúvida e a dificuldade percebida na sua compreensão; no desconhecimento, os jovens não reconhecem a existência dos algoritmos ou reconhecem-na apenas vagamente; no negativo, são entendidos como uma possível ameaça para a sociedade; e no positivo, são vistos principalmente como úteis (Brites et al., 2024).

1.5. Justificação do estudo

Os algoritmos adquirem um papel central nas dinâmicas sociais, podendo inclusive influenciar opiniões políticas. Segundo o *Digital News Report 2026,* em Portugal o ecossistema digital revela uma elevada preponderância, sobretudo entre os mais jovens (Paisana et al., 2026). Consequentemente, ressalva-se a pertinência de estudar junto destes a influência destas tecnologias que recorrem a algoritmos (Poleac, 2024). Paralelamente, a adultez emergente constitui um período de exploração identitária (Arnett, 2000), pelo que se considera relevante a compreensão do processo de formação de opiniões políticas nesta faixa etária. Por exemplo, Rekker (2022) revela que este grupo adota tendências eleitorais, pelo que partidos com elevada popularidade tendem a obter o seu apoio.

Adicionalmente, existe um número reduzido de estudos sobre a consciência algorítmica e as experiências com o algoritmo, sob a perspetiva dos próprios indivíduos (Swart, 2021). Groot e colaboradores (2023) destacam ainda a falta de investigação no que concerne às estratégias utilizadas para influenciar o algoritmo. Assim, considera-se pertinente o envolvimento da ciência psicológica no estudo da ligação entre a literacia algorítmica e a sua eventual relação com a formação de opiniões políticas nos jovens.

A relevância do estudo justifica-se também devido à escassez de investigação no panorama nacional sobre esta temática (Brites et al., 2024), em particular, que procure simultaneamente analisar a nível político. Feio e Oliveira (2024) salientam esta necessidade no contexto português, apelando para o estudo destes mecanismos junto dos jovens. Posto isto, procura-se tentar colmatar esta lacuna.

2. Método

2.1. Caracterização do Estudo

O presente estudo tem como principal objetivo explorar como os jovens universitários, com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos, percebem a influência dos algoritmos das plataformas, sites e ferramentas *online* no seu quotidiano, em particular, na sua opinião política. Desta forma, foram elaboradas as seguintes questões de investigação:

(QI 1) Como pensam os jovens sobre o funcionamento algorítmico?

(QI 2) Como vivenciam os jovens universitários os algoritmos?

(QI 3) Quais são as formas de agência que jovens universitários residentes em Portugal descrevem perante o algoritmo?

(QI 4) Qual a perceção de jovens universitários residentes em Portugal sobre o papel que os algoritmos possuem no seu quotidiano e na formação da sua opinião política?

(QI 5) Qual a perceção de jovens universitários residentes em Portugal sobre os eventuais impactos sociais dos algoritmos?

Neste sentido, optou-se por uma abordagem qualitativa e exploratória, de forma a facilitar a compreensão do fenómeno, permitindo a exploração das narrativas elaboradas pelos participantes. A metodologia qualitativa é uma ferramenta indispensável para aceder com profundidade às representações e experiências dos indivíduos (Lim, 2025). Consequentemente, tal como Denzin e Lincoln (2006) apontam procura capturar "*como a experiência social é criada e adquire significado*" (p.23).

A pesquisa qualitativa envolve o uso de diversos materiais empíricos (Denzin & Lincoln, 2006). Neste caso, o método de recolha de dados privilegiado foi a entrevista semiestruturada. Esta técnica permite aceder de forma espontânea ao discurso do participante, uma vez que possibilita algum grau de flexibilidade, com a manutenção do foco nos tópicos de interesse (Lombardi et al., 2021). Para além do mais, Hargittai e colaboradores (2020) afirmam que as entrevistas individuais podem ser uma mais-valia para estudar temáticas relacionadas com as competências algorítmicas.

As entrevistas foram orientadas por um guião constituído por quatro partes (Apêndice A). A primeira visa explorar como os participantes encaram a política e a pertinência desta na sua vida; a segunda procura compreender os padrões de uso e interação com o ecossistema digital; a terceira tem como finalidade compreender como os participantes percebem, interagem e imaginam o algoritmo; por último, procura-se aceder à sua perceção dos eventuais efeitos dos

algoritmos aos níveis individual e social. Deste modo, as perguntas que constituem o guião são maioritariamente abertas e de cariz não-diretivo. Foram também elaboradas definições de alguns conceitos estruturais (e.g., política, algoritmo), de forma a serem co-construídas com o participante. Este procedimento permite aceder à representação do participante, e ao mesmo tempo, manter enquadrada a discussão com os objetivos do estudo. Paralelamente, fez-se recurso ao método *walkthrough* (Light et al., 2018). Este consiste num momento em que a investigadora e o participante mergulham em conjunto na interface tecnológica (Light et al., 2018). Assim, foi solicitada ao participante a entrada numa plataforma digital da sua preferência e a navegação espontânea enquanto pensava em voz alta e partilhava a experiência com a investigadora (Charters, 2003). Esta tarefa tem como objetivo compreender como a pessoa interage ativamente com o algoritmo, acedendo a processos psicossociais subjacentes. Por conseguinte, permite observar como a literacia e a consciência algorítmica são manejadas na prática e em tempo real. Esta estratégia possibilita aos participantes, não somente a verbalização da sua experiência com os algoritmos, como a demonstração da sua utilização (Swart, 2021), fomentando assim processos de reflexão imersiva (Groot et al., 2023).

Para além do mais, o acesso à narrativa dos participantes sobre o algoritmo, torna possível inferir sobre como este molda o discurso, reforça vieses e limita o contacto com perspetivas diversas (Serttas et al., 2025).

De modo complementar, para garantir o rigor da descrição do estudo, foram seguidas as orientações da *checklist* Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research composta por 32 itens (Tong et al., 2007).

2.2.Participantes

Foram definidos critérios de inclusão de forma a executar a recolha de dados, tendo sido considerados os participantes que tivessem entre 18 e 35 anos de idade, se encontrassem a frequentar o Ensino Superior, residissem em Portugal e tivessem em contacto diariamente com o ambiente digital. Em primeiro lugar, a delimitação da faixa etária justifica-se pelo facto de a definição do período da juventude não ser consensual, estando dependente de variáveis socioculturais e económicas (Brandão et al., 2012). Como tal, considerou-se o limite superior de 35 anos de modo a ter essa variação em consideração. Particularmente, em contexto nacional, o enquadramento legal utiliza habitualmente como limite esta idade (e.g., Decreto-Lei nº44/2024, 2024). Por forma a delimitar um universo de participantes circunscrito, optou-se por estudantes do ensino superior, minimizando o efeito da variável "nível educacional",

contextualizando, portanto, o fenómeno. Adicionalmente, revelou-se crucial um contacto frequente, neste caso, diário com o um ambiente digital. Esta opção assenta no entendimento da literacia e consciência algorítmica serem decorrentes da experiência e frequência da utilização (Groot et al., 2023; Swart, 2021). Assim, a adoção deste critério garante que os participantes tenham uma exposição regular aos ambientes com curadoria algorítmica.

A amostra foi definida de forma não probabilística e por conveniência, fazendo recurso adicional da estratégia bola de neve, solicitando aos participantes que indicassem pessoas que se encontravam dentro dos critérios definidos (Sampieri et al., 2013). Por forma a assegurar a confidencialidade e anonimato, foi atribuído um código alfanumérico (Px).

A amostra incluiu 14 entrevistas com jovens universitários, com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos (M= 22.93; DP=2.56), sendo que 6 são do género feminino e 8 do masculino (Apêndice B).

Os participantes revelaram-se heterogéneos relativamente ao seu posicionamento político: quatro identificaram-se como de direita; três como de esquerda; e os restantes definiram-se como neutros ou não o explicitaram. De forma a caracterizar a sua relação com a política, foi-lhes solicitada uma definição. Verificou-se uma convergência na forma como definem política. A maioria (n=10) descreve-a como um "*conjunto de ideias*", "*diretrizes*", "*decisões*" ou "*ações*" sobre como a sociedade deve funcionar, cuja finalidade é de algum modo organizar a vida coletiva. No entanto, surgiram algumas conceções distintas. P10 associa a política a uma forma de "*controlar*", destacando a dimensão de poder sobre os outros; P4, descreve-a como uma ferramenta para "*captar a atenção*", relacionando-a com o fenómeno do populismo; P14 define como algo que "*era para ser certo, mas acaba sendo errado*", reiterando falhas a nível político e institucional; e por último P11 sublinha a "*influência em tudo na nossa vida*", salientando a presença política em distintas esferas do quotidiano. Adicionalmente, e embora os participantes reconheçam na sua maioria a importância da política na sua vida, estes percecionam o seu envolvimento político como diminuto, restringindo-o à participação política convencional, i.e., a participação eleitoral. Não obstante, de forma mais indireta mencionam uma participação latente, como o interesse pessoal e a atenção conferida a assuntos relacionados. Somente um dos participantes menciona vinculação a uma Juventude Partidária

Constatou-se uma utilização diária e consistente do meio digital por parte dos participantes, sendo que alguns destes reconhecem inclusive um grau de dependência da internet (n=5) *("(...) eu dependo da internet para poder sobreviver."*, P14). A atividade digital dos participantes demonstrou-se diversificada. O Instagram foi a plataforma mais recorrente (n=14), seguida do WhatsApp (n=10), TikTok (n=8) e Youtube (n=8), pelo que é notória a

presença das redes sociais no seu quotidiano. Contudo, a sua atividade não se resume a estas, alguns mencionam a utilização de plataformas de *streaming* como Spotify, Netflix e PrimeVideo (n=10), o recurso a motores de busca (n=3) e a ferramentas de Inteligência Artificial (n=2) (Apêndice C). As principais finalidades prendem-se, essencialmente, ao entretenimento (n=14), à comunicação (n=13) e ao acesso a informação (n=9).

No que concerne ao contacto com a política no meio digital, três dos participantes descrevem-no como mínimo ou até mesmo inexistente. Porventura, dos restantes, seis parecem procurar de alguma forma evitar ativamente o contacto com conteúdo político *online* ou limitar a sua interação com o mesmo.

2.3.Procedimento de recolha de dados

De forma a assegurar a clareza e adequação do guião elaborado foi realizada uma entrevista piloto no dia 6 de Julho de 2026 e foram feitos os devidos ajustes. Não obstante, a primeira entrevista realizada, e incluída para análise, suscitou ainda reflexões adicionais, culminando em novas modificações. Assim, somente após esta foi elaborada uma versão final (Apêndice A).

Consequentemente, para a realização das entrevistas procedeu-se à divulgação do estudo em diferentes grupos nas redes sociais e na rede pessoal da investigadora. Face a isto, à medida que surgiam pessoas com interesse, procedeu-se ao seu agendamento.

As entrevistas realizaram-se *online*, via *Microsoft Teams*, por ser uma modalidade mais conveniente e acessível para os participantes. Importa ainda salientar que durante as mesmas se procurou estabelecer uma relação de confiança, ao mesmo tempo que se assegurou anonimato e confidencialidade. Estas decorreram entre dia 7 de Julho e dia 3 de Agosto de 2026, com uma duração média de 1 hora e 20 minutos. No início de cada entrevista, foi feita uma explicação adicional sobre o estudo, assim como foi assegurada a leitura e assinatura do Consentimento Informado (Apêndice D). A par disto foi também solicitada a sua gravação para garantir o discurso integral dos participantes. Procedimento fundamental, pois, reflete o discurso direto do participante, contextualizando os dados recolhidos (Samperi et al., 2013).

2.4.Procedimento de análise e tratamento de dados

Após a realização das entrevistas, e posterior transcrição integral, procedeu-se à análise dos dados por recurso à Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2016). Esta, por sua vez,

organiza-se em três fases cronológicas: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material; (3) o tratamento de resultados, a inferência e a interpretação (Bardin, 2016).

Desta forma, num primeiro momento de pré-análise realizou-se uma leitura flutuante que consiste no *"(...) contacto com os documentos a analisar e em conhecer o texto, deixando-se invadir por impressões e orientações*." (Bardin, 2016, p.126). Neste contexto, foi estabelecido um contacto inicial com as entrevistas que constituem o *corpus*.

Posteriormente, na fase de exploração do material, efetuou-se o recorte em unidades de registro e a codificação, culminando na construção do sistema de categorias (Bardin, 2016). Este foi elaborado de forma dedutiva e indutiva, respetivamente, partindo da literatura existente sobre literacia e consciência algorítmica, e resultando daquilo que emergia dos próprios dados.

Por último, procedeu-se à inferência e interpretação dos resultados, que possibilitou a compreensão com base nas questões de investigação inicialmente formuladas.

3. Resultados e Discussão

Obteve-se um sistema composto por um total de 32 categorias (Apêndice E). Estas subdividem-se em 4 categorias de 1º nível, 14 de 2º nível, 10 de 3º nível, e 4 de 4º nível.A apresentação dos resultados e a discussão revela-se orientada com as questões de investigação anteriormente mencionadas.

3.1. Crenças Algorítmicas

Esta categoria procura responder à primeira questão de investigação (QI 1), como tal consideram-se todas as respostas em que os participantes descrevem e imaginam o funcionamento algorítmico.

Da codificação efetuada emergiram quatro subcategorias principais: influência do *eu* no algoritmo; influência do coletivo no algoritmo; influências externas no algoritmo; aleatoriedade (Tabela 1).

Tabela 1.

Crenças algorítmicas

		Fontes	Referências (%)	
Crenças Algorítmicas	Influência do *eu n*o algoritmo	14	110 (61%)	181 (100%)
	Influência do coletivo no algoritmo	12	32 (18%)	
	Influências Externas no algoritmo	8	20 (11%)	
	Aleatoriedade	11	19 (10%)	

Os resultados obtidos indicam que os participantes, quando pensam sobre o algoritmo, focam-se essencialmente na sua influência individual sobre o mesmo (n=14). Relacionando-o maioritariamente com os seus interesses pessoais, os seus dados sociodemográficos e a sua interação com o meio digital (e.g., pesquisa, tempo de visualização, frequência da utilização). Veja-se o exemplo de P2 durante o *walkthrough*: "*Porque como eu ando à procura de bancos e de certas e determinadas situações idênticas, aparece o Santander como anúncio (...)",* indicando como participante acredita que o seu comportamento digital influencia aquilo que está a ver. No mesmo sentido, P7 reforça: *"(...) plataforma é moldada de acordo com os nossos gostos, portanto, a nossa interação é importante para nos aparecer os vídeos que nós gostamos (...)"*. Consequentemente, parece que os participantes, de modo geral, possuem um conhecimento sobre como os algoritmos são desenhados para filtrar, classificar e sugerir conteúdo com base nas suas preferências individuais e nos seus comportamentos (Ahmmad et al., 2025). Neste ponto, identificam sobretudo fatores individuais que contribuem para o funcionamento algorítmico, sem se referirem às formas como procuram intencionalmente moldá-lo.

Em particular, 5 dos participantes (8 referências) mencionam a "*hipótese do microfone*", uma forma de recolha de dados através da captação de áudio, com o intuito de influenciar aquilo que lhes é mostrado, à semelhança do reportado por Head e colaboradores (2020) e Swart (2021). Atente ao exemplo de P6: "*(...) é eu falo alguma coisa e o TikTok ouve, parece.... Porque manda-me um vídeo passado tipo dois minutos da mesma coisa e eu fico assim um*

bocado tipo a pensar, estavas a usar o microfone?". Investigação empírica com diversas aplicações, revelou que nenhuma delas extraía áudio (Pan et al., 2018). No entanto, os autores apontam para a possibilidade de falhas metodológicas como a extração para um formato diferente daquele detetado (Pan et al., 2018). Consequentemente, constata-se uma certa opacidade algorítmica, que pode ser encarada como uma forma de monitorização, podendo influenciar o comportamento dos indivíduos (Strycharz & Segijn, 2022).

Ademais, refletem ainda sobre a dimensão coletiva do funcionamento algorítmico (n=12), reconhecendo que os conteúdos visualizados por outros indivíduos, assim como as suas interações, influenciam aquilo que lhes é apresentado. Tal inclui, por exemplo, a influência daquilo que é mais visualizado pelo outro ("t*rends*", P8), e da sua própria rede pessoal ("*Se calhar porque algum amigo meu deu like porque isso também mexe o algoritmo (...)*", P10). Inclusive uma das participantes, P8, desenvolve a ideia de filtragem colaborativa:

> *"(...) isto agrada aquela pessoa, depois vem a pessoa a seguir e também agrada (...) e a pessoa a seguir também, ou seja, vai haver um número de pessoas que vai ter uma coisa em comum. Essa coisa em comum vai ser partilhada para mais gente, porque é uma coisa que todos nós partilhamos, portanto, ao dar o meu input eu posso estar a conseguir com mais pessoas também deem o input delas (...)"*

O conceito de filtragem coletiva pode ser definido como o processo de filtragem realizado através das opiniões de outras pessoas, permitindo consequentemente, a aproximação de comunidades interconectadas *online* (Schafer et al., 2007). De forma complementar, três participantes refletem sobre a possibilidade das recomendações algorítmicas que recebem serem igualmente apresentadas a outros com interesses em comum. Tome-se como exemplo P11: "*Mas, por exemplo, o vídeo até pode ser algo que eu não concordo, mas depois quando eu abro os comentários é tudo coisas que eu concordo (...) e, então, percebo que o vídeo foi tipo propositado tipo para o meu público (...).".* Esta constatação durante o *walkthrough*, permite refletir sobre a possível existência de um conceito teórico denominado câmaras de eco (Sunstein, 2017), i.e., a criação de ambientes *online*, onde os indivíduos interagem essencialmente com outros que pensam de modo semelhante, o que por sua vez pode levar à amplificação das suas perspetivas e à marginalização de outras distintas (Bucher, 2017). Não obstante, esta reflexão não confirma nem infirma a existência destas, somente levanta a sua possibilidade.

Adicionalmente, embora em menor número (n=8), racionalizam sobre como fatores externos, nomeadamente, localização geográfica (n=3), interesses publicitários e/ ou comerciais (n=6), e interesses geopolíticos (n=1), podem contribuir para o funcionamento algorítmico. Por

exemplo, P8 aborda a influência da localização no algoritmo: "*Eu tenho a ideia que geograficamente há algum tipo de ligação. Porque às vezes, por exemplo, eu estou no trabalho e uma colega de trabalho também está no telemóvel, e em termos de minutos aparece-nos o mesmo vídeo.".* Embora não diretamente elaborado pelos participantes, parece remeter para uma "*vigilância de dados*", em que dados recolhidos de forma automática e contínua (e.g., sobre a localização), parecem facilitar formas de monitorização do comportamento humano (Strycharz & Segijn, 2022).

Por outro lado, P10 menciona a influência dos fatores comerciais:

> *"O algoritmo também se baseia naquilo que eles querem que eu aprenda. Ou seja, se eu sou uma marca de (...) por exemplo, estimulantes como Viagra (...) Se eu quero que isso seja patrocinado, se eu pagar à empresa para ela começar a apresentar (...) ela vai começar a apresentar. E agora é a parte que para mim fica mais complexa, mas acho interessante, que é o algoritmo deixou de ser apenas um contacto de computador para ser também algo de humano para humano."*

Numa linha semelhante de pensamento, P3 reitera: "*Obviamente, eles têm um conjunto de heurísticas por trás de negócio (...) Dependendo das heurísticas que colocar, das regras e lógica por trás, depende do tecido, literalmente."* Uma possível leitura, face ao exposto, é de como os algoritmos podem transpor interesses económicos (Zuboff, 2015, 2019). Adicionalmente, ambos os participantes refletem criticamente sobre a dupla dimensão relacional do algoritmo, que além de configurar a relação humano-máquina, medeia interações humano-humano. Esta perceção vai ao encontro de Baeza-Yates (2018) que racionaliza sobre a presença de vieses no ecossistema digital.

Ainda na mesma subcategoria, é possível identificar como P4 acredita que os interesses geopolíticos podem influenciar o seu algoritmo: *"(...) é que desde que o TikTok foi comprado pelos Estados Unidos, acho que eles mexeram no algoritmo e então agora acaba por haver uma tendência."*. Desta forma, os resultados sugerem que é percebida uma influência de diversos fatores externos naquilo com que têm contacto no meio digital.

Refira-se, ainda, a presença da aleatoriedade nas explicações face ao funcionamento algorítmico. O algoritmo é pensado pelos participantes, por vezes, como algo que ocorre sem critério. Alguns apenas percebem uma certa aleatoriedade, mas não identificam uma lógica inerente (n=6), referindo-se como "*aleatório*" ou relatando desconhecimento perante determinadas especificidades, tal como P11 retrata: "*(...) só apareceram, até hoje não sei como, mas…"*. Esta constatação permite refletir sobre como participantes capazes de pensar sobre o funcionamento do algoritmo, reconhecem momentos que ultrapassam a sua capacidade

explicativa. Isto, por sua vez, sugere que a opacidade algorítmica não é antagónica da consciência algorítmica, podendo coexistir de modo concomitantemente.

Os restantes, embora reconheçam também, por vezes, uma ausência de critério do funcionamento algorítmico, concebem-no como um fator contributivo para o mesmo (n=3). Ou seja, como P4: *"(...) Tem que atirar também um bocadinho o barro à parede a ver se o que é que cola e o que é que não cola, não é?"*.

Desta forma, os resultados parecem sugerir que os participantes são na sua maioria capazes de elaborar racionalizações e explicações sobre o funcionamento dos algoritmos. Antes mesmo de lhes ser solicitada a definição de algoritmo, já 11 o haviam mencionado *a priori*. Quando questionados, somente uma das participantes revelou alguma dificuldade em definir o que é um algoritmo. Não obstante, consegue pensar e imaginar, destacando que o conhecimento algorítmico, não se limita ao conhecimento técnico, mas revela-se essencialmente vivido e experiencial (Swart, 2021).

3.2. Vivências Algorítmicas

De forma a capturar como os jovens universitários experienciam diariamente na sua vida os algoritmos, e a responder amplamente à segunda questão de investigação (QI 2), surge a categoria vivências algorítmicas, com particular ênfase na dimensão afetiva.

Embora os participantes, quando questionados diretamente sobre a sua vivência afetiva com o algoritmo, o encarem maioritariamente como algo "*normal*", "*uma equação*", "*uma coisa*", a verdade é que parecem vivenciá-lo de forma bastante complexa e idiossincrática.

Neste âmbito, surgiram três subcategorias: vivência geral de personalização; vivência como algo útil; vivência como algo potencialmente disruptivo (Tabela 2).

Tabela 2.

Vivências Algorítmicas

		Fontes	Referências	
Vivências Algorítmicas	Vivência geral de personalização	14	65 (48%)	136 (100%)
	Vivência como algo útil	14	45 (33%)	
	Vivência como algo potencialmente disruptivo	11	26 (19%)	

Todos vivenciam de forma geral a personalização algorítmica (n=14). De acordo com P8, "*Eu diria que é bastante personalizado, ou seja, o algoritmo é bastante fidedigno.*". Por vezes, o nível de personalização é tão elevado que é experienciado pelos participantes como algo idiossincrático, sobre o qual existe uma perceção de pertença, tal como P13 indica: *"(...) o conteúdo que nós consumimos faz tão parte de nós(...)*". Isto porventura poderá tornar suscetível o aparecimento das denominadas bolhas de filtro (Praiser, 2011), fomentando o contacto com conteúdo progressivamente mais personalizado para o indivíduo.

No entanto, embora a personalização algorítmica seja experienciada de modo transversal, alguns relatam o contacto com conteúdos que percecionam como contrários às suas convicções pessoais e ideias (n=4), e até mesmo o vivenciam durante o *walkthrough* (n=2). Os participantes descrevem o conteúdo como sendo da "*direita extremista*" ou "*redpill*". Trata-se, portanto, de conteúdos que pela forma com que são descritos se podem associar a perspetivas antifeministas e a uma visão mais conservadora da sociedade. Tal pode ser constatado na seguinte passagem de P10:

> *"Tem aparecido com alguma frequência, coisas um bocado estranhas nos reels, mesmo que eu não as acompanhe, como por exemplo, sei lá, pessoas a bater em imigrantes ou pessoas a manifestar o seu descontentamento com o Estado de Portugal, que por acaso eu nem pesquiso, porque estou a ver memes, mas de alguma forma eles chegam a mim (...) aparecem os vídeos da direita extremista e uma pessoa fica um bocado chocada quando vê alguns takes que são dados, são estranhos."*

Neste sentido, pode levar a uma possível reflexão sobre como o algoritmo prioriza, além das preferências individuais, conteúdo mais sensacionalista e radical (Ahmmad et al., 2025).

Dois dos participantes mencionam a presença deste conteúdo como algo "*chocante*" (P8, P10). E noutros dois este parece suscitar emoções fortes como o nojo ("*Tipo isto é mesmo… acho nojento.*", P13) ou a irritação, conforme pode ser percetível na passagem de P11 durante o *walkthrough*: *"(...) um desserviço nacional, mundial, tudo. Ela só diz porcaria. (...) Nossa senhora, o que é que o cú tem a ver com a cara? Desculpa, exaltei-me."*. Assim, a lógica algorítmica das plataformas digitais parece priorizar conteúdo com maior probabilidade de envolvimento e, como tal, tende a favorecer a divulgação daquele que se revela altamente emotivo, simplista e até mesmo polarizado (Zanetti et al., 2025).

Para além do mais, os resultados indicam experiências ambivalentes com o algoritmo, ora favoráveis, ora adversas.

Por um lado, todos experienciam o algoritmo (n=14), e inclusive as suas recomendações, como algo útil, i.e., algo que lhes permite auxiliar, prever e até mesmo aprender. Consequentemente, adquirindo uma função instrumental na vida diária, facilitando o contacto com informação do seu interesse e, paralelamente, auxiliando pequenas decisões quotidianas. Congruente com a literatura, dada a elevada proliferação de informação (Cho et al., 2020), a personalização algorítmica surge como um modo mais diretivo e personalizado de lidar com a informação (Beam, 2014). Tal como P8 afirma: *"(...) algoritmo também tem a ver com a simplicidade. Ou seja, aquilo ajuda-nos a pegar uma série de informações (...) e afunilar e tirar um ponto central daquilo. (....)."* P2 reforça também como face a uma pressão temporal constante, os mecanismos de recomendação algorítmica podem ser particularmente úteis: "*Ou seja, podemos poupar tempo, podemos ter uma vida mais eficiente ou pode tudo acontecer de forma mais natural, engrenagens mais oleadas (...)"*.

Portanto, em concordância com os resultados obtidos por Swart (2021), os participantes enfatizam a utilidade dos algoritmos, na medida em que os sistemas de recomendação permitem poupar tempo e aceder a conteúdo inacessível de outro modo.

Por outro lado, vivenciam esta realidade digital como potencialmente disruptiva (n=11), podendo levar a uma perceção alterada do tempo, gerar um prazer fugaz, e até ser experienciada como adictiva. Tal como P5 relata: *"(...) às vezes estou vinte minutos, meia hora seguida a olhar para o telemóvel, quando dou por mim "ei, já é tarde, já devia ter feito não sei o quê"."* Na mesma linha P11 afirma:

> *"(...) porque quanto mais confortável tu estás digitalmente, mais tempo passas, não é? É o meu caso, eu admito, eu estou a falar de mim, (...). Tipo é um facto que as redes sociais se tornam cada vez mais tipo viciantes, porque aí está esses vídeos novos, essas coisas interessantes, passas e não sei o quê, depois vais a ver e estás 5 horas no TikTok*

seguidas."

Os resultados permitem inferir uma gestão algorítmica da atenção (Bentes, 2019). Estes trechos suscitam a reflexão sobre a possibilidade de no ambiente digital os algoritmos, para além de procurarem prever e alterar o comportamento (Zuboff, 2015, 2019), capturam a atenção do indivíduo (Bentes, 2019) e mantêm a pessoa "*agarrada*" (P9) a estes espaços.

Observou-se também, no discurso dos participantes, uma perceção da presença dos algoritmos sobretudo nas redes sociais ("*Nas redes sociais estão certamente presentes.*", P8), o que revela congruência com a atividade *online*, reportada inicialmente. Esta correspondência sugere que a consciência algorítmica pode ser influenciada pela frequência de utilização (Swart, 2021). Ainda assim, alguns reconhecem a presença noutras esferas como plataformas de *streaming*, motores de busca e aplicações de *download*.

3.3. Formas de Agência face o Algoritmo

Com o objetivo de responder à terceira questão de investigação (QI 3), a presente categoria visa compreender as estratégias adotadas pelos jovens universitários perante o algoritmo, bem como a perceção que têm da sua eficácia (Tabela 3).

Tabela 3.

Formas de Agência face o Algoritmo

		Fontes	Referências	
Formas de Agência face o Algoritmo	Explícitas	14	54 (65%)	83 (100%)
	Implícitas	1	2 (2%)	
	Perceção de Controlo Ausente	7	16 (19%)	
	Perceção de Controlo Presente	7	11 (13%)	

No decorrer da entrevista e inclusive durante a observação efetuada através do método

walkthrough ficou claro que os participantes fazem recurso a estratégias explícitas de interação com o algoritmo. Segundo Haim e colaboradores (2017), estas podem ser definidas como estratégias utilizadas pelos indivíduos de forma a demonstrar as suas preferências. Os indivíduos fazem recurso destas quando pretendem amplificar o seu contacto com determinado conteúdo ("(...) *o like não é uma coisa que costumo colocar muito, só mesmo se for mesmo cativante e gostar mesmo muito*.", P5) utilizando ferramentas como o *like*, a *partilha* e/ou *seguir*. Recorrem a estas, simultaneamente, de forma a evitar o contacto com determinados conteúdos utilizando as funções *não interesse*, *denunciar* ou simplesmente *passar à frente* ("*Meto não interessado, se eu não gosto é não interessado e tchau*.", P11).

As estratégias implícitas, ou como denominadas por Cotter (2019) "*gaming the system*", permitem alterar as suposições efetuadas pelo algoritmo sobre as ações do indivíduo. Podendo consistir, por exemplo, na utilização de uma Rede Privada Virtual (VPN) ou de firewalls, tal como mencionado por P3: "*Eu próprio utilizo firewalls dentro da minha casa, onde, por exemplo (...) conteúdos adultos desde sexuais até imagens de dark web, (...) é tudo bloqueado*." Embora só tenham sido elaboradas por um participante, estas constituem ferramentas úteis de agência face ao algoritmo, uma vez que permitem alterar parcialmente a informação recolhida pelos sistemas algorítmicos.

Face a isto é possível constatar que a adoção destas estratégias não implica necessariamente que percecionem a sua ação sobre o algoritmo como influente, inclusive estas revelam-se difusas e ambíguas. Metade dos participantes (n=7) parece encarar a sua agência sobre o algoritmo como limitada, à semelhança da investigação de Swart (2021). Estes reconhecem a sua agência, essencialmente, como restrita às suas preferências ou interações *online* ("*não sei se tenho influência sobre o algoritmo (...) a única influência que tenho são as minhas preferências, acho ...Mas lá está, isso é indireto"*, P2).

Pelo contrário, os restantes (n=7) revelam alguma eficácia percebida face ao algoritmo, por exemplo P14 afirma: "(...) *no meu caso, posso falar que o meu algoritmo tá na palma da minha mão, eu domo ele como um cachorro*.". Em consonância com os dados de Groot e colaboradores (2023), alguns dos entrevistados revelaram sentir-se no controlo do algoritmo. Num estudo realizado por Serttas e colaboradores (2025) verifica-se um padrão semelhante, uns encaram o seu controlo sobre este como passivo, enquanto outros revelam uma resistência ativa face ao algoritmo.

3.4. Perceção de Influência do Algoritmo

Nas secções anteriores foi possível compreender como os jovens universitários pensam, vivem e agem com e para o algoritmo. No entanto, é fundamental compreender como é que estes percebem a sua influência, como forma a responder à quarta e quinta questões de investigação (QI 4; QI 5). Para tal a presente categoria subdivide-se em três: perceção de influência do algoritmo sobre o self; perceção de influência do algoritmo sobre o outro; perceção de influência do algoritmo sobre a sociedade.

3.4.1. Perceção de Influência do Algoritmo sobre o *self*

Dada a elevada prevalência do algoritmo no quotidiano dos participantes, revela-se crucial compreender como estes percebem a influência do mesmo em si próprios. Como tal, a presente categoria organiza-se em dois eixos: a influência sobre o *self* político e sobre o *self* em geral (Tabela 4).

Tabela 4.

Perceção de Influência do Algoritmo sobre o Self

				Fontes	Referências	
Perceção de Influência do Algoritmo	Sobre o *self*	Político	Ausente	4	7 (11%)	61 (100%)
			Presente	10	25 (41%)	
		Geral	Ausente	1	1 (2%)	
			Presente	13	28 (46%)	

Os resultados parecem revelar que, a nível político, 4 dos participantes não reconhecem nenhum tipo de influência dos algoritmos, nem do ecossistema digital, na forma como definem a sua opinião e posicionamento político, tal como descrito por P2: *"(...) a minha opinião política já não ... já não conseguem formatar"*. No entanto, ao longo das entrevistas, foi possível identificar algumas nuances. Um dos participantes referiu inicialmente que o algoritmo não tinha influencia na sua opinião política, contudo, durante o *walkthrough* constata uma situação específica em que percebe a existência do seu efeito. Tome-se o seguinte exemplo de P2:

> *"(...) foi no Facebook que vi, (...) foi uma coisa que passei algumas horas a ler as opiniões das pessoas (...) não fui ao centro daquilo que teria sido a lei laboral (...) creio*

que foi se calhar uma situação destas com que tive mais ou que tive alguma influência por parte da opinião pública."

Isto permite refletir sobre como estes efeitos, por vezes, não são consciencializados. No entanto, aquando da existência de reflexão sobre os mesmos existe possibilidade para o reconhecimento, revelando, portanto, a importância da conscientização destes processos.

Em contrapartida, a grande maioria reconhece de algum modo a influência dos algoritmos ao nível do seu posicionamento político (n=10). Muito embora, esta perceção de influência parece ser vista como limitada tal como evidenciado por P6: *"(...) e em mim pode não ter tanta influência, mas mesmo assim vai acabar por ter alguma.";* ou até mesmo indireta como mencionado por P4: "*Eu penso que não tem muita influência, apesar de tudo que acaba por decidir um pouco do que é que eu vejo, não é? (...)"*. Adicionalmente, um dos participantes retratou também uma situação particular onde sentiu esta influência:

> *"(...) lembro-me que quando começaram a entrar muitos, muitos, muitos imigrantes em massa em Portugal, (...), eu lembro-me de ficar com algum receio na altura especialmente das pessoas indostânicas, (...). E eu lembro-me que na altura apareciam muitos vídeos que me davam a entender que eles entrarem cá era só mau. Então, eu não tinha aquele ódio, mas também estava um bocado tipo 'será que entrarem aqui é bom?'(...) Mas mesmo assim eu considero uma pessoa que não sou tipo não ligo muito a movimentos extremistas, na altura com o medo das coisas novas aparecerem eu próprio fiquei um bocadinho mais reticente (...)",* P10.

A passagem anterior permite retratar, novamente, como o algoritmo pode funcionar com base em preconceitos sociais, influenciando, posteriormente, como o indivíduo encara o mundo, e em particular certos grupos mais vulneráveis (Noble, 2018). Desta forma, mostrando como o meio digital perpetua julgamentos morais da sociedade, rotulando determinadas franjas sociais (Becker, 1963).

Adicionalmente, para estes participantes o contacto com o algoritmo surge como influente na medida em que reforça a sua conceção sobre o mundo, inclusive a sua visão política, P14 retrata exatamente isto: "*Sim, porque o meu algoritmo me passa conteúdos que demonstram com bastante precisão o que eu penso que é certo, né, enfim*.". Logo, a exposição seletiva favorecida pelos algoritmos parece contribuir para a confirmação de vieses individuais (Liu & Webber, 2014), o que poderá propiciar processos de polarização política (Dylko et al., 2016).

Numa outra ótica, os algoritmos surgem para os indivíduos como forma de potenciar o

interesse e envolvimento político. Como descrito por P11: "*É influente. Por exemplo, aí tá, eu sinto que o meu algoritmo até torna-me uma pessoa ainda mais interessada na política (...)"*. Feezell e colaboradores (2020) corroboram com esta constatação, revelando que o algorítmico pode favorecer algumas formas de participação política.

A nível de influência geral percebida somente um participante não percebe a influência do algoritmo no *self*. Neste sentido, de forma mais ou menos consciente, foram constatando a influência do algoritmo em si, nomeadamente, na tomada de decisões quotidianas, por exemplo como referido por P2: **"***Pode moldar se calhar em certas e em pequenas situações, não sei, como um distinto de uma viagem."*.

Reconhecem também um contributo dos algoritmos para o reforço das suas preferências, novamente numa lógica de viés confirmatório. O algoritmo surge como uma forma de "*aprofundar uma identidade*", um "*reforço positivo*". Para além do mais, é possível constatar a emergência de uma "*cultura algorítmica*" (Striphas, 2015), em que os participantes revelam como plataformas de *streaming* e outras modalidades *online* modificam como a cultura é experienciada e compreendida. Por exemplo, P2 retrata a influência destas mesmas: *"(...) Spotify, se calhar moldou-me alguma personalidade, de certa forma, não é, de me ter apresentado artistas e podcasts, se calhar são de certa forma interessantes, não é? (...) plataformas de streaming como a Netflix, a Amazon Prime também."*.

Reportam também uma influência destes sistemas matemáticos no seu comportamento de compra, tal como P4 afirma: *"(...) Ou seja, por exemplo, se vir uma camisola que eu gosto, ou essas coisas assim, principalmente de compras. Acaba por me influenciar um bocado (...)"*. Nesta interface particular é possível constatar a relação proximal entre a tecnologia e a sociedade capitalista, revelando como esta lógica se inscreve por trás dos algoritmos. Desta forma, permitindo constatar como estas plataformas utilizam estes métodos de exploração digital (Mager, 2012). Adicionalmente, durante o *walkthrough* verificou-se uma exposição massiva a conteúdo publicitário, por vezes, extremamente personalizado como forma de apelar ao consumo desenfreado. Demonstrando na prática como o "*capitalismo de vigilância*" procura prever e modificar o comportamento humano (Zuboff, 2015, 2019).

Por último, ainda na dimensão do *self* numa ótica geral, alguns participantes veem o algoritmo como influente a nível afetivo, reconhecendo sua influência no estado de espírito, na forma de agir e de relacionar com o outro. P8 exemplifica: *"Se nós vemos vídeos tipo muito mais edgy ou engraçados, provavelmente, no dia a dia vamos ver piadas dessa forma, vamos ter um tipo de humor também relacionado com aquilo (...)"*. Um estudo experimental realizado por Kramer e colaboradores (2014) mostrou como as emoções apresentadas *online*, neste caso

no Facebook, influenciam as emoções experienciadas pelos indivíduos.

De modo geral, os resultados sugerem que os participantes possuem ideias e crenças mais vincadas sobre a sua orientação, posicionamento e opinião política do que as restantes dimensões do *self*. A orientação política reflete aquilo que são os valores centrais do indivíduo (Caprara et al., 2006). Assim, para os participantes o algoritmo possui nenhuma ou uma limitada influência sobre a sua opinião política. Enquanto, de forma geral, percecionam a influência destes como mais abrangente, ainda que, na sua maioria, se cinjam principalmente aos interesses, preferências e pequenas decisões quotidianas.

3.4.2. Perceção de Influência do Algoritmo sobre o Outro

Ao longo das entrevistas, verificou-se que, por vezes, os participantes procuravam distanciar-se discursivamente sobre a influência em si mesmos, perspetivando mais facilmente esta influência sobre o outro, tanto a nível político como nas restantes áreas. Tal pode indicar a presença do Efeito Terceira Pessoa (Davison, 1983). Por conseguinte, a presente categoria organiza-se em três subcategorias: diferenças geracionais; ausência de pensamento crítico, e outros fatores (Tabela 5).

Tabela 5.

Perceção de Influência do Algoritmo sobre o outro

			Fontes	Referências	
Perceção de Influência do Algoritmo	Sobre o outro	Diferenças geracionais	6	10 (38%)	26 (100%)
		Ausência de pensamento crítico	6	8 (31%)	
		Outros fatores	4	8 (31%)	

Os participantes apontam para diversos fatores catalisadores da influência do algoritmo sobre o Outro, nomeadamente, vulnerabilidades individuais, maior grau de sugestionabilidade, menor diversidade de experiências individuais e maior exposição a determinados tipos de conteúdos (e.g., maior prevalência de conteúdo político como mais influente) (n=4). Tal como

P10 reporta: "*(..) se eu for uma pessoa que até gosto de ver coisas sobre política, vão-me (...) mandar manipulação política*".

Assim como percecionam diferenças geracionais (n=6), sendo que faixas etárias mais precoces são mais suscetíveis à influência daquilo que o algoritmo veicula ("*Agora conseguem formatar da juventude e dos adolescentes que neste momento estão com os seus 14/13 anos. Naturalmente que formata, não é? Formata-lhes as cabeças*.", P2), e as mais velhas são vistas como com menor nível de literacia digital, sendo mais suscetíveis aos seus efeitos ("*O Facebook é uma plataforma que tem muitas pessoas agora mais idosas e fáceis de ludibriar",* P5*)*. Paralelamente, encaram o outro como alguém com menor nível de sentido crítico e instigador sobre aquilo que lhe é apresentado (n=6), conforme é possível verificar na passagem seguinte de P2: *"(...) a partir do momento em que se consome tudo e um par de botas, e não se presta atenção e não se tem sentido crítico (...) o algoritmo poderá complicar a vida a muita gente e gerar muito stress (...)".*

Estes resultados são congruentes com a investigação desenvolvida por Dogruel e colaboradores (2020) que indicam também que os entrevistados possuem uma perceção discrepante da influência do algoritmo em si e no outro. Corroborando com a ideia de que os outros são menos reflexivos sobre o algoritmo, e como tal mais suscetíveis à possível manipulação (Dogruel et al., 2020).

3.4.3. Perceção de Influência Social do Algoritmo

Conforme previamente mencionado os jovens universitários vivenciam os algoritmos como algo útil, e simultaneamente como algo disruptivo, a certos níveis. No entanto, é crucial compreender em que medida avaliam os impactos sociais destes mecanismos. Neste sentido a presente categoria encontra-se subdividida em: propagação de desinformação; forma de limitar o contacto com informação divergente; propagação de discurso de ódio; isolamento social; mecanismo de controlo social (Tabela 6).

Tabela 6.

Perceção de Influência Social do Algoritmo

			Fontes	Referências	
Perceção de Influência do Algoritmo	Social	Propagação de desinformação	8	9 (23%)	39 (100%)
		Forma de limitar contacto com informação divergente	7	15 (38%)	
		Propagação de Discurso de Ódio	2	5 (13%)	
		Isolamento social	2	3 (8%)	
		Mecanismo de Controlo Social	3	7 (18%)	

Contrariamente ao encontrado por Groot e colaboradores (2023) que revelou que os participantes não refletem de forma crítica sobre os impactos sociais dos algoritmos, a presente investigação mostra que estes elaboram alguns possíveis impactos do algoritmo. Esta constatação também se pode dever às disparidades de idade apresentadas, a amostra de Groot e colaboradores (2023) foca-se em estudantes com idades compreendidas entre os 12 e os 16 anos, enquanto este estudo se foca em estudantes universitários com mais de 18 anos.

Desta forma, os participantes encaram maioritariamente os algoritmos como possíveis veículos de propagação de informação falaciosa ou não fidedigna (n=8) que produz impactos sociais profundos, como por exemplo, a divisão social. Tal como P2 descreve:

> *"(...) por causa do algoritmo (...)os nossos agentes políticos estão cada vez mais apurados a lançar informação não fidedigna. (...) e essa informação dissipa-se (...) replica-se de uma forma que pode ser destrutiva muitas vezes e pode gerar discordância entre a população, e que gera, que cria divisão."*

Os participantes encaram também um possível impacto do algoritmo na limitação da informação encontrada *online* (n=7), inclusive desenvolvendo, por suas palavras, o conceito de bolhas de filtro, previamente definido. No estudo de Dogruel e colaboradores (2020), os participantes mencionam o surgimento destas em contextos mais específicos como as eleições, no entanto, no estudo em causa os participantes mencionam de forma geral, no contacto com a informação. Tal pode ser evidenciado na passagem de P5:

> *"(...) bolhas de informação (...) que há muita gente que só vive ali nas opiniões deles e seguindo apenas pessoas que partilham a mesma opinião. E vendo apenas conteúdo de gente que partilha a mesma opinião, depois pode ser um pouco perigoso..."*

De modo mais residual, preveem um impacto ao nível da difusão de discursos de ódio (n=2) *("(...) principalmente o espalhar o ódio (...)*", P7). Adicionalmente, encaram o isolamento social como possível consequência do algoritmo (n=2). P12 menciona *"(...) isola mais as pessoas*". Tal como Serttas e colaboradores (2025) apontam as pessoas passam a vivenciar uma conexão artificial, moldada por mecanismos algorítmicos, ao invés do estabelecimento de laços relacionais genuínos. Não obstante, três participantes encaram o algoritmo de modo paradoxal, i.e., como uma forma de aproximação social. Constate-se no seguinte trecho de P9:

> *"A nível de sociedade permite um encontro de pessoas que acreditam no mesmo ou que procuram o mesmo, e que estão sem relações, e isso é bastante importante o ser humano é um ser social, e permite arranjar assim meios para haver conexão (...)."*

Por último, percecionam o algoritmo como uma forma de controlo social (n=3). O algoritmo já não é só algo meramente técnico, neste panorama emerge como uma forma de moldar a realidade, vigiando-a e controlando-a. Por exemplo, para P10 o algoritmo surge como uma "*manipulação*", P11 sente que "*estamos um bocado numa trela*", e P13 reporta uma sensação de socialmente estarmos "*monitorizados constantemente*". Observe-se a passagem de P11 onde expressa como a curadoria algorítmica controla aquilo que o indivíduo vê:

> *"(...) um bocado aquilo eles querem que tu vejas (...) querem que tu vejas aquilo que eles querem que tu vejas e não tudo. Então eu sinto que também o algoritmo é um bocado para filtrar, (...) aquela informação que eles não querem que tu vejas (...)."*

Consequentemente, os algoritmos parecem alterar o indivíduo, as suas relações e, por conseguinte, a sociedade. Através de mecanismos como o "*filtrar*" tomam decisões sobre aquilo que a pessoa vê (Diakopoulos, 2015). À semelhança do que Fernandes e Ribeiro (2002) descrevem para o fenómeno da droga, o campo *online* também se revela "*repleto de infiltrações ideológicas, de intervenções políticas e de interesses corporativos*" (p.57).

No entanto, vale ressalvar que este conhecimento não faz com que os participantes deixem de usar estas tecnologias, tal como referido por P13 *"(...), mas é uma coisa que não abdicamos mesmo assim*."

Por último, ao longo do discurso dos participantes, aliado a todos estes fatores, o isolamento, os discursos de ódio, a propagação de desinformação e de informação limitada, assim como outras evidências mencionadas nas restantes categorias, verifica-se como a estrutura tecnológica atual pode condicionar o comportamento individual, incluindo político, ressoando os seus impactos a nível social. O enquadramento neoliberal das sociedades ocidentais contemporâneas que enfatiza e prioriza o individualismo é refletido neste ecossistema digital, podendo inclusive potenciar "*argumentos dogmáticos, sentimento de divisão social, rutura de laços sociais (...)"* (Gontijo & Bicalho, 2020, p.156). Isto, por sua vez, pode produzir sentimentos de apatia social, reconhecido por alguns participantes como ficar "*numb*" ou mesmo como P12 relata: "*Talvez não queremos tanto saber, se calhar (...) até ficamos um bocadinho apáticos(...)*.". Serttas e colaboradores (2025), propõe o conceito de alienação social sintética, com base na teoria Marxista. Este consiste numa forma de alienação executada através da captação, personalização e ilusão de agência nos espaços digitais, combinando fatores como a fragmentação epistémica, a manipulação e a opacidade estrutural. No entanto, tal como foi possível constatar ao longo do trabalho, os indivíduos possuem formas de agência, pelo que para compreender a alienação é crucial a adoção de uma postura dialética (Serttas et al., 2025).

Numa nota final desta discussão, pretende-se estabelecer um paralelo entre os presentes resultados e os obtidos por Brites e colaboradores (2024). Os entrevistados não se enquadram num único perfil. Por um lado, aproximam-se do perfil ambivalente, uma vez que reconhecem momentos em que não conseguem explicar o funcionamento algorítmico. Por outro, partilham características com o perfil que destaca as potencialidades, nomeadamente, a utilidade do algoritmo, como com o que destaca as suas implicações, refletindo sobre os seus possíveis efeitos sociais. Não se identificou, porém, uma perceção do algoritmo como algo mágico nem um total desconhecimento perante o mesmo. Estas diferenças podem residir, devido ao facto de o estudo de Brites e colaboradores (2024) abranger um leque etário distinto (15-24 anos) assim como possuir um maior número participantes (n=42).

4. Conclusões, Limitações e Direções Futuras

O presente estudo propôs-se explorar como os jovens universitários compreendem o papel dos algoritmos no seu quotidiano, em particular, na sua opinião política. Os resultados obtidos permitem concluir que o algoritmo é transversal à vida dos participantes, ainda que os efeitos sentidos por estes sejam encarados como diminutos. Ao nível da formação de opiniões políticas, os participantes parecem percecionar a influência dos algoritmos como ausente, limitada e/ou indireta. Sugerem também uma possibilidade destes mecanismos contribuírem para um reforço das suas posições prévias. Ademais, alguns reiteram a possibilidade destes mecanismos poderem potenciar o envolvimento político.

Verificou-se, portanto, que os jovens possuem um conhecimento de como funciona o algoritmo, revelando alguma mestria sobre os mecanismos técnicos subjacentes.

Adicionalmente, os algoritmos revelam-se mecanismos úteis no dia-a-dia dos jovens entrevistados, constituindo ferramentas de auxílio, previsão e aprendizagem. No entanto, são também reconhecidos como potencialmente disruptivos, nomeadamente, capitalizando a atenção dos participantes de modo ímpar. Sendo, particularmente, experienciados de forma mais intensa nas redes sociais. Reiterando o funcionamento algorítmico como algo experiencial e contextual.

Em paralelo, o presente estudo demonstra que os participantes não são meramente recetores passivos, possuindo estratégias ativas de interação com o algoritmo. Não obstante, não significa necessariamente que as percecionem como efetivas.

Conclui-se, portanto, que os algoritmos são pensados e vividos pelos participantes de modo amplo e diverso. Os impactos no quotidiano são visíveis aos níveis cultural, político e económico, muito embora esta influência seja percebida como limitada ou até mesmo ausente. Neste sentido, importa sublinhar a importância da adoção de uma perspetiva integradora que realiza uma análise estrutural dos fenómenos subjacentes. Isto significa ir além da sua dimensão técnica e analisá-los à luz das estruturas económicas, sociais e culturais em que se encontram inseridos. Os algoritmos não são instrumentos neutros, estes refletem interesses econômicos e políticos. Assim, afigura-se que operam enquanto formas de poder, veiculando a lógica hegemónica das sociedades ocidentais contemporâneas. Por outras palavras, parece reforçar: um capitalismo de vigilância, em que os dados pessoais são utilizados para fins comerciais; uma algoritmização da cultura, em que os sistemas de recomendação condicionam aquilo que é visto pelo indivíduo; uma gestão algorítmica da atenção, em que as plataformas são desenhadas para capturar maximizar a atenção dos seus utilizadores.

Não obstante, o meio digital ocupa, nos dias de hoje, um lugar central para grande parte da população, em particular, para os mais jovens, influenciando comportamentos, formas de pensar e de interagir com o outro, por vezes de forma impercetível. Como tal, considera-se fundamental efetuar alterações que favoreçam uma maior transparência do ecossistema *online*, a par de uma maior regulamentação destes processos.

Ademais, o estudo reforça a importância de estimular junto dos jovens o debate e a reflexão sobre esta temática, reconhecida pelos mesmos como algo em que pouco pensam. Só assim é possível desenvolver uma verdadeira literacia algorítmica e consciência crítica. Posto isto, é importante desenvolver ações de sensibilização junto de contexto-chave como as escolas, universidades e as famílias.

Neste cenário, torna-se crucial refletir sobre as eventuais limitações do estudo. Primeiramente, no que concerne o método de recolha de dados, optou-se essencialmente pelo recurso à entrevista individual e ao *walkthrough*, pelo que futuros estudos poderão adotar uma maior triangulação de dados, nomeadamente, realizar uma observação em diferentes momentos temporais, por forma a compreender de modo mais holístico a interação do indivíduo com o algoritmo. A realização de um estudo de caso também pode constituir uma possibilidade nesse sentido.

Para além do mais, a adoção do critério de inclusão "jovem universitário", permitiu o estudo de um universo em particular. No entanto, estudos futuros poderão alargar o leque investigativo através do estudo de outros grupos, como por exemplo, jovens não-universitários. Em particular, os participantes envolvidos podem apresentar um conhecimento técnico superior do funcionamento algorítmico, dado o elevado nível educacional, somente três se encontram no início do ensino superior.

Importa também ressaltar que os participantes expressaram, de forma geral, uma certa anedonia política *online*, isto é, uma falta de energia para lidar com esta temática no espaço digital. Investigação futura poderá analisar em que medida a perceção de influência sobre a opinião política difere entre indivíduos com maior contacto com conteúdo político *online* e com menor. Na mesma linha, considera-se crucial que estudos futuros procurem compreender de modo mais aprofundado o fenómeno de alienação social sintética.

Por último, mesmo perante as limitações, o estudo de cariz exploratório pode constituir-se como útil no campo investigativo e interventivo nacional, na medida em que poderá auxiliar no desenho de medidas e programas que promovam uma reflexão crítica, por parte dos jovens, sobre o funcionamento algorítmico. Por exemplo, estes programas podem incentivar práticas como a introspeção sobre estes mecanismos.

Referências Bibliográficas

Ahmmad, M., Shahzad, K., Iqbal, A., & Latif, M. (2025). Trap of Social Media Algorithms: A Systematic Review of Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth. *Societies*, *15*(11), 301. https://doi.org/10.3390/soc15110301

Aneesh, A. (2002). Technologically Coded Authority: The Post-Industrial Decline in Bureaucratic Hierarchies. *7th International Summer Academy on Technology Studies, Deutschlandsberg, Austria*. https://web.stanford.edu/class/sts175/NewFiles/Algocratic%20Governance.pdf

Arnett, J. (2000). Emerging Adulthood: A theory of development form late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*(5), 469-480. https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469

Baeza-Yates, R. (2018). Bias on the Web. *Communications of the ACM, 61*(6), 54-61. http://dx.doi.org/10.1145/3209581

Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. Almedina Brasil. (Obra original publicada em 1977).

Beam, M. A. (2014). Automating the News: How Personalized News Recommender System Design Choices Impact News Reception: How Personalized News Recommender System Design Choices Impact News Reception. *Communication Research, 41*(8), 1019-1041. https://doi.org/10.1177/0093650213497979

Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the sociology of deviance*. Free Press of Glencoe.

Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 1–13. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147

Bentes, A. (2019). A gestão algorítmica da atenção: Enganchar, conhecer e persuadir. In F. Polido, L. Anjos, & L. Brandão (Eds.), *Políticas, internet e sociedade* (pp. 222-234). Instituo de Referência em Internet e Sociedade.

Brandão, T., Saraiva, L., & Matos, P. M. (2012). O prolongamento da transição para a idade adulta e o conceito de adultez emergente: Especificidades do contexto português e brasileiro. *Análise Psicológica, 30*(3), 301-313. https://doi.org/10.14417/ap.568

Brin, S., & Page, L. (1998). The anatomy of a large-scale hypertextual Web search engine. Computer Networks and ISDN Systems, *30,* 107-117. https://doi.org/10.1016/S0169-7552(98)00110-X

Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 30–44. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086

Bucher, T. (2018). *If...Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001

Brites, M. J., Castro, T. S., Müller, M. S., & Maneta, M. (2024). Young People Learning About Algorithms: Five Profiles Spanning From Ineptitude to Enchantment. *Media and Communication, 12*, 1-18. https://doi.org/10.17645/mac.8272

Caprara, G.V., Schwartz, S., Capanna, C., Vecchione, M. and Barbaranelli, C. (2006), Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice. *Political Psychology, 27*, 1-28. https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2006.00447.x

Carrabine, E., Cox, P., Lee, M., Plummer, K., & South, N. (2009). Criminology: A sociological introduction (2.ª ed.). Routledge.

Charters, E. (2003). The Use of Think-aloud methods in qualitative research: An introduction to Think-aloud methods. *Brock Education Journal, 12*(2). https://doi.org/10.26522/brocked.v12i2.38

Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 118*(9), 1-8. https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118

Cho, J., Ahmed, S., Hilbert, M., Liu, B., & Luu, J. (2020). Do Search Algorithms Endanger Democracy? An Experimental Investigation of Algorithm Effects on Political Polarization. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 64*(2), 150–172. https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1757365

Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society, 21*(4), 895-913. https://doi.org/10.1177/1461444818815684

Danaher, J. (2016). The threat of Algocracy: Reality, resistance and accomodation. *Philosophy & Technology, 29,* 245-268. https://doi.org/10.1007/s13347-015-0211-1

Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly, 47*(1), 1–15. https://doi.org/10.1086/268763

Decreto-Lei n.º 44/2024. (2024). Diário da República nº 132/2024, Série I de 10-07-2024. https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/44-2024-871466267

de Groot, T., de Haan, M., & van Dijken, M. (2023). Learning in and about a filtered universe: young people's awareness and control of algorithms in social media. Learning, *Media and Technology, 48*(4), 701–713. https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2253730

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. (2006). *O planejamento da pesquisa qualitativa: Teorias e abordagens* (2.ª ed.). Artmed.

Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic Accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism, 3*(3), 398–415. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976411

Diakopoulos, N. (2016). Accountability in algorithimic decision making. *Communications of the ACM, 59*(2), 56-62. https://doi.org/10.1145/2844110

Domingos, P. (2015). *The Master algorithm: How the quest for the ultimate learning machine will remake our world.* Basic Books.

Dressel, J., & Farid, H. (2018). The accuracy, fairness and limits of predicting recidivism. *Science Advances, 4*. https://doi.org/10.1126/sciadv.aao5580

Dylko, I., Dolgov, I., Hoffman, W., Eckhart, N., Molina, M., & Aaziz, O. (2018). Impacto f customizability technology on political polarization. *Journal of Information Technology & Politics, 15*(1), 19-33. https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1354243

Eder, M., & Sjøvaag, H. (2024). Artificial intelligence and the dawn of an algorithmic divide. *Frontiers in Communication, 9*. https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1453251

Emerique, L. M. B. (2023). Os (des)caminhos da democracia contemporânea: A democracia corre perigo? *Themis: Revista de Direito*, *21–22*(36–37), 145–184.

Espinoza-Rojas, J., Siles, I., & Castelain, T. (2023). How using various platforms shapes awareness of algorithms. *Behaviour & Information Technology, 42*(9), 1422–1433. https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2078224

Feio, C., & Oliveira, L. (2024). Entre câmaras de eco, polarização política e intolerâncias: O reverso nocivo do consumo e mobilização política de jovens nas redes sociais. *Estudos em comunicação*, *38*(1), 179-192. https://doi.org/10.25768/1646-4974n38a10

Fernandes, L., & Ribeiro, C. (2002). Redução de riscos, estilo de vida junkie e controlo social. Sociologia, 39, 57-68.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.

Feezell, J. T., Wagner, J. K., & Conroy, M. (2021). Exploring the effects of algorithm-driven news sources on political behavior and polarization. *Computers in Human Behavior, 116*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106626

Filgueiras, F., Mendonça, R. F., & Almeida, V. (2025). Inteligência Artificial e democracia: humanos, máquinas e instituições algorítmicas. *Estudos Avançados, 39*(113). https://doi.org/10.1590/s0103-4014.202539113.005

Foucault, M. (1999a). Vigiar e punir: Nascimento da prisão (20.ª ed.). Vozes (Obra original publicada em 1975)

Foucault, M. (1999b). *História da sexualidade I: A vontade de saber* (13.ª ed.). Graal. (Original publicado em 1976)

Gauthier, G., Hodler, R., Widmer, P., & Zhuravskaya, E. (2026). The political effects of X's feed algorithm. *Nature, 652*, 416–423. https://doi.org/10.1038/s41586-026-10098-2

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society* (pp. 167-194). MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.001.0001

Gontijo, L. B., M. (2020). Rupturas da Ordem Neoliberal: Crítica ao individualismo, à atomização política e à polarização identitária. *Revista Brasileira de Sociologia do Direito, 7*(3), 141–159. https://doi.org/ https://doi.org/10.21910/rbsd.v7i3.384

Gran, A. B., Booth, P., & Bucher, T. (2021). To be or not to be algorithm aware: a question of a new digital divide? *Information, Communication & Society, 24*(12), 1779–1796. https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736124

Haim, M., Graefe, A., & Brousius, H. (2017). Burst of the filter bubble? Effects of personalization on the diversity of Google news. *Digital Journalism, 6*(3), 1-19. https://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145

Hargittai, E., Gruber, J., Djukaric, T., Fuchs, J., & Brombach, L. (2020). Black box measures? How to study people's algorithm skills. *Information, Communication & Society, 23*(5), 764–775. https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1713846

Head, A.J., Fister, B., & MacMillan, M. (2020). Information literacy in the age of algorithms: Student experiences with news and information, and the need for change. *Bibliothèque et Archives nationales du Québec (Québec government).*

Khan, S. (2024). *Threats to Social Cohesion And Democratic Resilience: A New Strategic Approach*.

Knuth, D. E. (1997). *The art of computer programming: I Fundamental algorithms* (3.ª ed.). Addison-Wesley.

Kosinski, M., Stillwell, D., & Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digitais records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 110*(15), 5802–5805. https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110

Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through sociais networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 111*(24), 8788–8790. https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111

Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association, 45*(3), 188–206. https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070

Lazer, D. (2015). The rise of social algorithm.. *Science, 348* (6239), 1090-1091. https://doi.org/10.1126/science.aab1422

Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New media & Society, 20*(3), 881-900. https://doi.org/10.1177/1461444816675438

Lim, W. M. (2025). What is Qualitative Research? An overview and guidline. *Australasian Marketing Journal, 33*(2), 199-229. https://doi.org/10.1177/14413582241264619

Liu, Z., & Weber, I. (2014). Is Twitter a Public Sphere for Online Conflicts? A Cross-Ideological and Cross-Hierarchical Look. In L. M. Aiello, & D. McFarland (Eds.), *Social Informatics* (pp. 336–347). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-13734-6_25

Lombardi, M., Ávila, M., & Paula, M. (2021). *O prazer da entrevista em pesquisas qualitativas*. CRV.

Mager, A. (2012). Algorithmic Ideology: How capitalist society shapes search engines. *Information, Communication & Society, 15*(5), 769–787. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.676056

Marwick, A. E., & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online.* Data & Society. https://doi.org/10.69985/QPAF6919

Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think.* Houghton Mifflin Harcourt.

Mendonça, R. F., Filgueiras, F., & Almeida, V. (2023). Algorithms as Institutions. In *Algorithmic institutionalism: The changing rules of social and political Life* (pp. 5- 25). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780192870070.003.0002

Mendonça, R. F. (2025). Erosão democrática e mobilização política na atualidade. *Lua Nova, 124*. http://dx.doi.org/10.1590/0102-031rf/124

Moreira, E. H., & Barichello, E. M. M. da R. (2015). A análise da vigilância de Foucault e sua aplicação na sociedade contemporânea: Estudo de aspectos da vigilância e sua relação com as novas tecnologias de comunicação. *Intexto,* (33), 64–75. https://doi.org/10.19132/1807-8583201533.64-75

Noble, S. (2018). *Algorithms of Oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press. https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5

Oliveira, A., Carvalho, M., & Sousa, C. (2024). Young people's diversity and digital media: A systematic review (2010-2022). *Media and Communication, 12*(8237). https://doi.org/10.17645/mac.8237

Paisana, M., Pinto-Martinho, A., & Cardoso, G. (2026). *Digital News Report Portugal 2026*. OberCom- Observatório da Comunicação. https://doi.org/10.5281/zenodo.19692630

Pan, E., Ren, J., Lindorfer, M., Wilson, C., & Choffnees, D. (2018). Panoptispy: Characterizing audio and video exfiltration from android applications. *Proceedings on Privacy Ennhancing Technologies, 4,* 33-50. https://doi.org/10.1515/popets-2018-0030

Perry, W. L., McInnis, B., Price, C. C., Smith, S. C., & Hollywood, J. S. (2013). *Predictive policing: The role of crime forecasting in law enforcement operations*. RAND Corporation. https://doi.org/10.7249/RR233

Poleac, G. (2024). Governação algorítmica. In A. M. Flores, & E. Atunes (Coords.), *Apps e jovens adultos: Contributos para um mapeamento de práticas mediadas* (pp. 67-78). UMinho Editora. https://doi.org/10.21814/uminho.ed.82.6

Praiser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin.

Rader, E., & Gray, R. (2015). Understanding user beliefs about algorithmic curation in the Facebook news feed. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 173–182). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2702123.2702174

Rainie, L., & Anderson, J. (2017). *Code-dependent: Pros and cons of the algorithm age*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2017/02/PI_2017.02.08_Algorithms_FINAL.pdf

Rekker, R. (2022). Young trendsetters: How young voters fuel electoral volatility. *Electoral Studies, 75*. https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102425

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2013). *Metodologia de Pesquisa*. (5.ª ed.). McGraw-Hill.

Schafer, J.B., Frankowski, D., Herlocker, J., & Sen, S. (2007). Collaborative Filtering Recommender Systems. In P. Brusilovsky, A. Kobsa, & W. Nejdl. (Eds.), *The Adaptive Web* (pp. 291-324). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-72079-9_9

Scholtz, H. (2024). Global polycrisis can be tackled by institutional innovation towards democratic efficacy. *Discover Global Society, 2*(107). https://doi.org/10.1007/s44282-024-00134-9

Semaan, B. C., Robertson, S. P., Douglas, S., & Maruyama, M. (2014). Social media supporting political deliberation across multiple public spheres: Towards depolarization. In *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing* (1409-1421). Baltimore, Maryland, USA. https://doi.org/10.1145/2531602.2531605

Serttas, A., Gürkan, H., & Dere, G. (2025). Synthetic Social Alienation: The Role of Algorithm-Driven Content in Shaping Digital Discourse and User Perspectives. *Journalism and Media, 6*(3), 149. https://doi.org/10.3390/journalmedia6030149

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Press.

Smith, L. G. E., & Thomas, E. F. (2025). A primer on politicization, polarization, radicalization, and activation and their implications for democracy in times of rapid technological change. *British Journal of Social Psychology, 64*. https://doi.org/10.1111/bjso.12903

Swart, J. (2021). Experiencing algorithms: How young people understand, feel about, and engage with algorithmic news selection on social media. *Social Media + Society, 7*. https://doi.org/10.1177/20563051211008828

Striphas, T. (2015). Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies, 18*(4-5), 395-412. https://doi.org/10.1177/1367549415577392

Strycharz, J., & Segijn, C. M. (2022). The Future of Dataveillance in Advertising Theory and Practice. *Journal of Advertising, 51*(5), 574–591. https://doi.org/10.1080/00913367.2022.2109781

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press. https://doi.org/10.1515/9781400884711

Thurman, N., & Schifferes, S. (2012). The future of personalization at news websites: Lessons from a longitudinal study. *Journalism Studies, 13*(5–6), 775–790. https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.664341

Tong, A., Sainsbury, P., & Craig, J. (2007). Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): A 32-item checklist for interviews and focus groups. *International Journal for Quality in Health Care*, *19*(6), 349–357. https://doi.org/10.1093/intqhc/mzm042

Vallejos, P. E., Dowthwaite, L., Creswich, H., Portillo, V., Koene, A., Jirotka, M., McCarthy, A., & McAuley, D. (2021). The impact of algorithmic decision-making processes on young people's well-being. *Health informatics journal, 27*(1), 1460458220972750. https://doi.org/10.1177/1460458220972750

van Dijck, J. (2014). Datification, dataism and dataveillance: Big data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society, 12*(2), 197-208. https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776

van Dijck, J. (2017). Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. *MATRIZes, 11*(1), 39-59. http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11i1p39-59

Vicente, P. (2023). *Os algoritmos e nós*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Zanetti, L. A., Cogo, D., & Camargo, J. F. (2025). Polarização política, (des)informação e narrativas anti-imigração em plataformas digitais. *Relações Internacionais*, (88), 101-114. https://doi.org/10.23906/ri2025.88a07

Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology, 30*(1), 75-89. https://doi.org/10.1057/jit.2015.5

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.

Apêndices

Apêndice A. Guião de Entrevista Individual Semiestruturada

Breve Apresentação

Fala-me um pouco sobre ti: género com o qual te identificas? quantos anos tens? De onde és? Qual a tua habilitação académica? Que curso frequentas e onde?

1. Opinião Política / Posicionamento

- Como defines a política?

Definição conceptual:

O conceito de política é amplo, e constitui-se no seio das relações humanas. Como tal é um processo de tomada de decisão coletiva que se expressa em ações de cooperação, negociação e de acesso a recursos. Não se limitando, portanto, a assuntos estritamente formais como o governo e as restantes instituições. A política é um ato transversal aos diferentes cidadãos e sociedades (Cunha, 2021). A conjuntura portuguesa atual pressupõe a existência de um regime democrático, onde o exercício de poder está dependente do povo, isto é, do coletivo.

- Face a isto, qual é a importância que a política tem na tua vida?
- Como descreves o teu envolvimento político?
- Como experiencias o presente ambiente político em Portugal?
- Gostaria que descrevesses, por palavras tuas, qual o grau de representação política que sentes atualmente.
- Como é que isso se reflete nas tuas prioridades, necessidades e preocupações individuais?

2. Ecossistema digital

O meio digital online é diverso, constituindo-se como uma ferramenta útil para múltiplas funções.

- Como descreves a tua atividade online?
- Como descreves a presença/pertinência do universo online no teu quotidiano?
- Quais são os principais sites, plataformas e/ou aplicações que utilizas?
- Quais são as principais finalidades do seu uso?
- Descreve, por palavras tuas, o tipo de conteúdo que procuras ativamente.
- Em relação ao conteúdo que te surge espontaneamente, qual é a tua perspetiva sobre o

mesmo?

- Como interages com esse conteúdo?
- Comparativamente ao conteúdo que te surge e ao que procuras ativamente, qual é o grau de confiança que atribuís a cada um deles?
- *Se não for mencionado previamente*: Utilizas alguma destas ferramentas para obter informação? De que forma? E para formar a tua opinião e posicionamento político?

2.1. Redes sociais (só abordado caso não mencionado pelo participante)

Definição conceptual:

As redes sociais fazem parte do vasto universo online. E estas constituem-se como espaços digitais que permitem a partilha de ideias, valores e crenças, nos quais as pessoas podem interagir entre si. Como tal, estas podem ser utilizadas com diversas finalidades, e instauram-se, na atualidade, como uma ferramenta de uso quotidiano para algumas pessoas.

- No teu dia-a-dia, quando e como utilizas as redes sociais (principais contextos, situações e frequência)?
- Com que finalidades? (e.g., busca de informação, socialização…)
- Quais são as redes sociais que mais utilizas? E com que propósito utilizas cada uma delas?
- Que tipo de conteúdo costumas ver mais? Com que frequência?
- Há pouco falamos sobre o teu envolvimento político. Vês alguma relação entre a formação da tua opinião política e o teu uso de redes sociais? E em relação ao teu envolvimento político, vês alguma relação com as redes sociais?
- De forma geral, qual o grau de confiança que atribuis ao que vês nestas plataformas?
- Que estratégias utilizas para compreender se a informação que estás a receber é verdadeira?

3. Consciência Algorítmica (Imaginário algorítmico e poder algorítmico)

- Como descreverias o grau de autonomia e de autodeterminação que tens quando consomes material online? Como classificarias o grau de personalização do conteúdo que consomes?
- Consegues partilhar algum momento em particular em que percebeste isso?
- Como te sentes em relação aos conteúdos que as redes sociais ou outras plataformas te sugerem ou recomendam? Como avalias essas recomendações? Quais as vantagens e desvantagens associadas?

- Alguma vez sentiste dificuldade em encontrar opiniões diferentes da tua?
- Porque achas que essas recomendações surgem?
- Utilizas alguma(s) estratégia(s) para alterar o conteúdo que te é mostrado nas redes sociais?

Agora, gostaria de te propor um seguinte **exercício** (método walkthrough):

Antes de iniciarmos peço que protejas a privacidade e se preferires desativar as notificações por forma a assegurá-la. Escolhe uma rede social da tua preferência (e.g., Instagram; TikTok; Facebook). Podes abrir. Agora interage normalmente com o teu feed, como se estivesses sozinho a ver o que te está apresentado. Face ao que estás a ver consegue descrever em voz alta aquilo em que estás a pensar e sentir. (Executar a tarefa pelo tempo necessário à compreensão da interação do participante com o seu feed)

- Perante esse post, em que estás a pensar?
- Como interages, normalmente, com o conteúdo que te surge (e.g., comentas, partilhas, colocas 'like')?
- Porque achas que isso te está a aparecer?
- Em que medida esse conteúdo se reflete nas tuas preferências e interesses?
- Em que medida a ordem em que os conteúdos estão a aparecer coincide com a prioridade dada aos assuntos?
- Aparecem-te conteúdos que não te interessam de todo ou que contrariam claramente a tua visão do mundo? Se sim, qual a proporção relativa em relação ao conteúdo que são concordantes com as tuas preferências e preocupações?
- Estes conteúdos, por esta ordem, eram assim sugeridos no passado (por exemplo, há 5 anos)? Se sim, como?
- Face a isto, existe alguma relação entre o que te é mostrado e a tua visão sobre o mundo, sobre a política?

Após esta fase:

Agora, nessa mesma rede social ou noutra plataforma, gostaria que procurasses um tópico ou tema que consideres socialmente relevante e que, na tua opinião, seja gerador de opiniões distintas entre diferentes grupos sociais e/ou políticos. *(Analisar com o participante aquilo que aparece)*

Escolhe um ou mais do que dos conteúdos que te aparecem.

- Qual o motivo de teres escolhido esse tema e esse(s) conteúdo(s) em específico?
- Como te sentes em relação ao que estás a ver?
- Concordas ou discordas com esse ponto de vista? Por que motivo?
- Em que medida o que estamos a ver aqui reflete os teus interesses e preferências? E noutros contextos (e.g., noutros sites, plataformas, diferentes períodos temporais)?
- Como descreves o contacto com perspetivas distintas à tua no meio digital?
- Qual o grau de similitude que consideras existir entre aquilo que vês e o que os outros veem? O que te leva a pensar isso? (e.g., se um amigo teu procurasse o mesmo, achas que aparecia algo semelhante ou diferente?)

Solicitar o fecho da aplicação. Fim da tarefa.

- Estás familiarizado com o conceito de algoritmo? Se sim, consegues explicar-me o que é para ti um algoritmo?
- Onde estão, na tua opinião, presentes os algoritmos? De que forma?

Definição conceptual:

Matematicamente, um algoritmo constitui um conjunto de regras ou instruções que definem como os dados são processados, de forma a originar uma resolução de um problema ou um resultado específico (Knuth, 1997). Desta forma, os algoritmos são adotados no dia-a-dia, para tomar decisões, organizar e gerir informação (Bucher, 2018).

Em particular, nas redes sociais, estes são utilizados para filtrar, classificar e sugerir conteúdo com base nas preferências individuais e nos comportamentos dos seus utilizadores (Ahmmad et al., 2025). Exigindo, desta forma, a interação contínua do algoritmo com o ser humano, constituindo um processo contextual, situado no tempo e no espaço (Vicente, 2023). Assim, os algoritmos adquirem um significado social, influenciando aquilo que chega até à pessoa e como.

- Qual a tua perspetiva face a esta definição? Consideras que acrescenta algo à tua perspetiva inicial? Se sim, o quê?
- Do teu ponto de vista, como descreves então a presença do algoritmo na tua vida? Quais são para ti as principais vantagens? E desvantagens?
- Como se sente quando pensa ou fala sobre o algoritmo?
- Assim como mencionado anteriormente, os algoritmos permitem facilitar processos de

tomada de decisão. O que pensas sobre isto? (neutralidade / vieses destes sistemas)

- Tal como referi o algoritmo interage prementemente com o ser humano, desta forma, como descreves a tua influência sobre os algoritmos?

Algoritmos e Opinião Política

- Que papel atribuis aos algoritmos na formação da tua identidade, isto é, de que forma é aquilo que te surge online contribui para a formação da pessoa que és?
- Como percecionas a influência dos algoritmos no teu comportamento político?
- E como descreves o impacto destes algoritmos na forma como te envolves politicamente?
- De que forma o que vês online influencia a tua forma de ver o sistema democrático? E a confiança que apresentas neste?
- Na tua perspetiva, Portugal encontra-se atualmente mais dividido a nível político?
- Qual acreditas ser o papel que as redes sociais ou outros meios digitais podem ter nesse fenómeno?
- Discutes temas políticos com alguém? Se sim, como se desenrolam? Quais consideras serem as maiores potencialidades e desafios?
- E as redes sociais ou outras plataformas têm algum papel nessas interações?
- Por último, face ao que fomos conversando, quais acreditas serem os principais efeitos dos algoritmos a nível individual? E na sociedade?

Encerramento

- Como foi para ti esta conversa?
- Para terminar, existe algo que queiras acrescentar (dúvidas, questões)?

Obrigada pela participação!

Referências utilizadas nas definições:

Bucher, T. (2018). *If...Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001

Cunha, R. P. (2021). Afinal, o que é política? Estudos sob a perspetiva da ciência política para estudantes de direito. *Revista de Ciências Sociais e Jurídicas, 3* (2), 102-117.

Knuth, D. E. (1997). *The art of computer programming: I Fundamental algorithms* (3.ª ed.). Addison-Wesley.

Apêndice B. Caracterização Sociodemográfica dos participantes

P	Género	Idade	Curso Superior	Ano	Local de Residência
P1	F	24	Mestrado em Gerontologia Social	2	Viana do Castelo
P2	M	21	Licenciatura em Economia	3	Évora
P3	M	26	Mestrado em Inteligência Artificial	1	Guimarães
P4	M	23	Mestrado em Cibersegurança	1	Porto
P5	M	27	Mestrado em Gestão Financeira	1	Braga
P6	M	19	Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas	1	Porto
P7	F	23	Mestrado em Integrado em Medicina	5	Madeira
P8	F	25	Mestrado em Gestão Financeira	1	Guimarães
P9	M	25	Mestrado em Psicologia da Justiça	1	Porto
P10	M	24	Mestrado em Neuropsicologia Clínica	2	Porto
P11	F	18	Licenciatura em Relações Internacionais	1	Porto

P12	F	23	Mestrado em Engenharia Mecânica Gestão da Produção	2	Coimbra
P13	F	21	Mestrado em Inteligência Artificial	1	Porto
P14	M	22	Licenciatura em Desenvolvimento de Jogos Digitais	1	Porto

Nota. M=Masculino; F= Feminino

P1 e P14 residem em Portugal, no entanto, são naturais do Brasil.

Apêndice C. Caracterização Detalhada do uso *online* dos participantes

Gráfico 1.
Número de participantes por plataforma online.

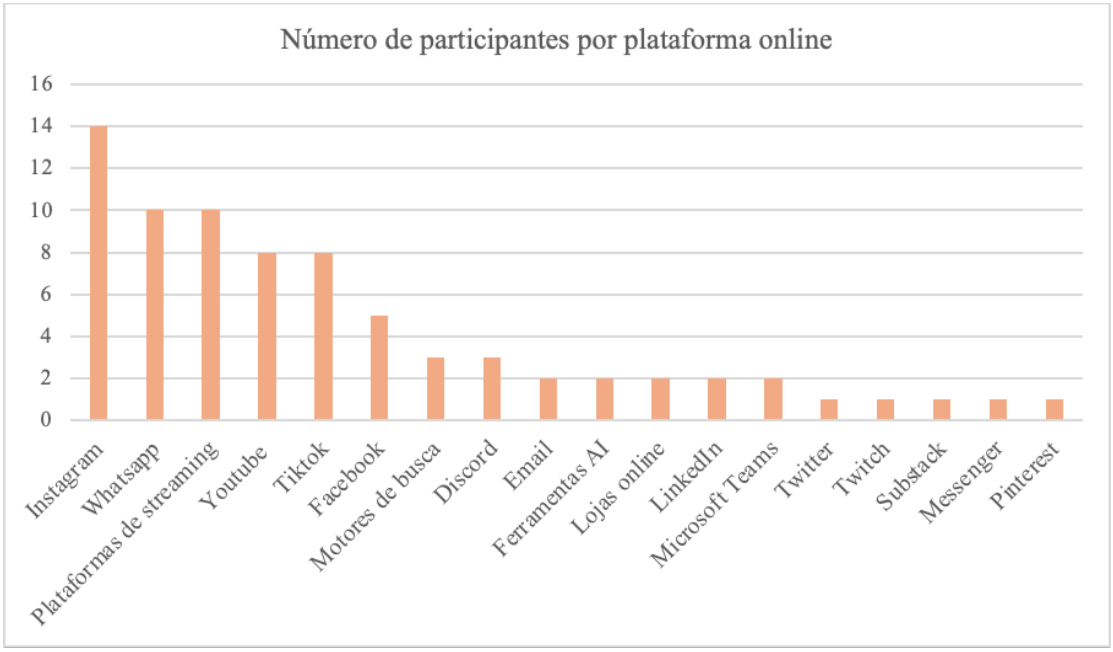
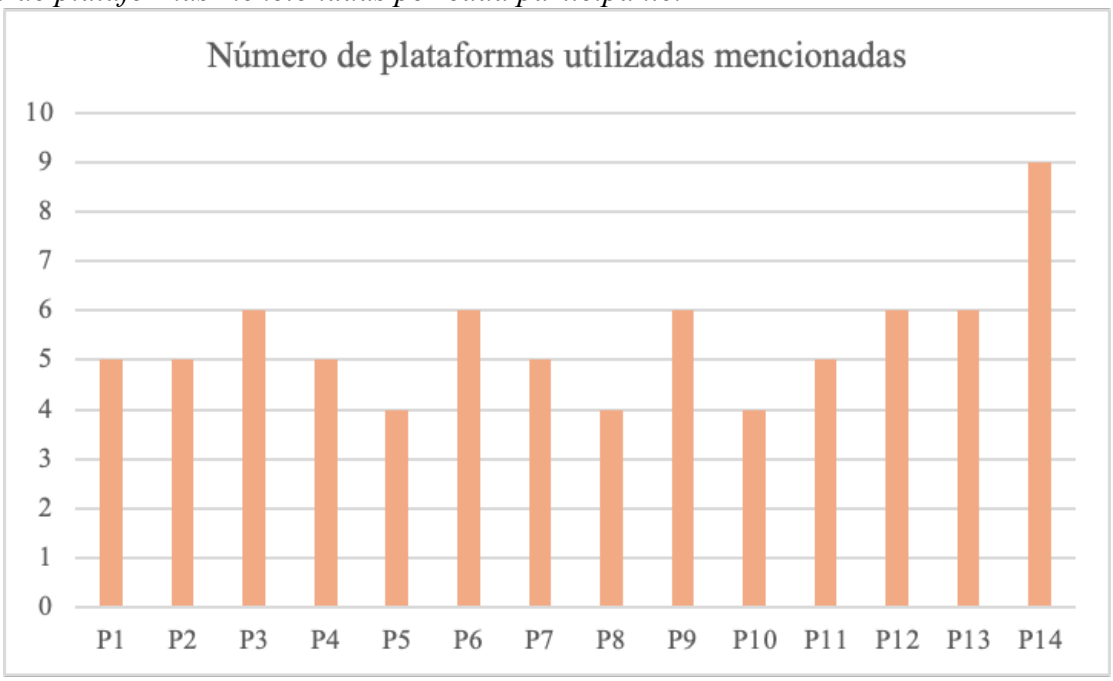


Gráfico 2.
Número de plataformas mencionadas por cada participante.



Apêndice D. Declaração de Consentimento Informado

No âmbito da minha Dissertação de Mestrado em Psicologia da Justiça e Desviância, na Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, sob a orientação da Professora Doutora Marta Pinto, propomo-nos a investigar a interação de jovens universitários com o ambiente digital, em particular com as redes sociais, e como este influencia o seu dia-a-dia, e em particular, o seu comportamento político.

A participação neste estudo pressupõe a realização de uma entrevista individual, com uma duração entre 60 a 90 minutos, na qual serão colocadas questões sobre o seu envolvimento com o meio digital, bem como alguns dados pessoais relevantes para a investigação. Esta realizar-se-á num espaço à escolha do participante, podendo ser presencial ou online.

A sua participação é completamente voluntária e pode fazer as perguntas que considerar importantes para uma melhor compreensão do estudo. Se decidir participar, pode desistir em qualquer momento e/ou interromper sempre que achar pertinente, sem qualquer prejuízo para si.

Elegibilidade: Poderá participar neste estudo se for um estudante universitário, com idade compreendida entre os 18 e os 35 anos, residir em Portugal e utilizar pelo menos uma rede social diariamente.

Confidencialidade: O presente estudo respeita o Regulamento Geral da Proteção de Dados. A entrevista será gravada em áudio de forma a facilitar a recolha e, posteriormente, a análise dos dados. Será também solicitada a partilha de tela, de forma, a compreender a interação direta com as redes sociais. No entanto, todas as informações fornecidas são confidenciais e todos os dados serão tratados de forma anónima, sendo-lhe atribuído um código alfanumérico durante o estudo.
Todos os dados serão mantidos estritamente pelo tempo necessário à concretização do estudo e serão armazenados de forma segura, seguindo as normas em vigor de proteção de dados pessoais. As gravações serão destruídas definitivamente após a conclusão da sua transcrição. Toda a informação recolhida neste estudo será utilizada única e exclusivamente para fins científicos e académicos.

Para o esclarecimento de eventuais dúvidas ou para o acesso à devolução de resultados, poderá entrar em contacto com Francisca Silva através do seguinte contacto:
up202107199@up.pt
Agradecemos desde já pela sua participação!

Eu, _____
com base nas informações que me foram transmitidas, declaro que:

- Li e compreendi a informação anteriormente apresentada;
- Tive a oportunidade de esclarecer eventuais dúvidas sobre o presente estudo;

- Compreendo que posso desistir em qualquer momento, sem que isso acarrete nenhum tipo de prejuízo para mim;
- Sei que todas as minhas respostas são confidenciais, serão devidamente anonimizadas e utilizadas apenas para fins académicos e científicos;
- Autorizo a gravação da entrevista;
- Compreendo que a minha participação é totalmente livre e voluntária.

Participante:

_____

Investigadora:

_____.

Apêndice E. Sistema de Categorias

Crenças Algorítmicas	Nesta categoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes às crenças, teorias e a racionalizações dos jovens universitários sobre o algoritmo. Assemelhando-se à dimensão cognitiva definida por Swart (2021).	
	Influência do *eu* no algoritmo	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes a pensamentos, ideias e inferências sobre a influência individual no algoritmo, nomeadamente, interesses pessoais, dados sociodemográficos e a sua interação com o meio digital.
	Influência do coletivo no algoritmo	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes a pensamentos, ideias e inferências do outro no algoritmo, nomeadamente, aquilo que é mais visualizado pelo outro, a interação do outro no meio digital, entre outras.
	Influências externas no algoritmo	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes a pensamentos, ideias e inferências de fatores externos no algoritmo, nomeadamente, fatores como a localização, interesses publicitários, entre outros.
	Aleatoriedade	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes a pensamentos, ideias e inferências atribuídas à aleatoriedade inerente ao algoritmo, i.e, algo que ocorre sem critério ou lógica evidente.
Vivências Algorítmicas	Nesta categoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes à dimensão experiencial e vivida dos jovens universitários com o algoritmo. Assemelhando-se à dimensão afetiva definida por Swart (2021)	
	Vivência geral personalização	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram experienciar uma personalização do meio digital.
	Vivência como algo útil	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram experienciar o algoritmo como algo útil, nomeadamente, como uma ferramenta de auxílio, aprendizagem, entre outras.
	Vivência como algo potencialmente disruptivo	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram experienciar o algoritmo como algo potencialmente disruptivo, nomeadamente, como algo

			aditivo, que altera a perceção do tempo, entre outros.	
Formas de agência face o algoritmo	Nesta categoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondes às estratégias de ação dos jovens face ao algoritmo, e a perceção de eficácia sobre as mesmas. Assemelhando-se à dimensão comportamental definida por Swart (2021).			
	Explícitas	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que reportem estratégias de ação explicitas face o algoritmo, nomeadamente, recurso a ferramentas das plataformas (e.g., like, partilhar, entre outras).		
	Implícitas	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que reportem estratégias de ação implícitas face o algoritmo, nomeadamente, recurso a estratégias como firewalls, Rede Virtual Privada, entre outras.		
	Perceção de Autodeterminação Ausente	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que retratem uma perceção de agência e autodeterminação diminuta por parte dos jovens universitários.		
	Perceção de Autodeterminação Presente	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que retratem uma perceção de agência e autodeterminação moderada a elevada por parte dos jovens universitários.		
Perceção de influência do algoritmo	Nesta categoria foram incluídas todas as unidades de registo correspondentes à perceção dos jovens universitários da influência do algoritmo a diversos níveis			
	Perceção de influência do algoritmo sobre o self	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que retratem como os participantes percebem a influência do algoritmo em si.		
		Político	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes abordaram a influência do algoritmo na sua opinião e/ou posicionamento político	
			Ausente	Nesta categoria de 4º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram não sentir a influência do algoritmo na sua opinião e/ou posicionamento político

			Presente	Nesta categoria de 4º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram sentir a influência do algoritmo na sua opinião e/ou posicionamento político, nomeadamente, podendo ser parcial ou limitada.
		Geral	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes abordaram a influência do algoritmo em si de uma forma geral, nomeadamente, no que concerne a preferências individuais, a tomada de decisões quotidianas, entre outras.	
			Ausente	Nesta categoria de 4º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram não sentir a influência do algoritmo em si mesmos de forma geral.
			Presente	Nesta categoria de 4º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes revelaram sentir a, de algum modo, a influência do algoritmo em si mesmos de forma geral.

	Perceção de influência do algoritmo sobre o outro	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que retratem como os participantes percebem a influência do algoritmo no outro.	
		Diferenças geracionais	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes abordaram como o algoritmo influência de forma diferencial franjas geracionais distintas.
		Ausência de pensamento crítico	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes abordaram como o algoritmo influência as outras pessoas perante a ausência de pensamento crítico.
		Outros fatores	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes abordaram como o algoritmo influência o outro, devido a outros fatores como vulnerabilidade individual, maior exposição a certo tipo de conteúdo, entre outros.
	Perceção de influência social do algoritmo	Nesta subcategoria foram incluídas todas as unidades de registo que retratem como os participantes percebem a influência do algoritmo a nível social.	
		Propagação de desinformação	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes consideram os algoritmos como possíveis veículos difusores de desinformação.
		Forma de limitar o contacto com informação divergente	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes consideram os algoritmos como possíveis mecanismos de limitação de informação, em particular, com perspetivas divergentes
		Propagação de discursos de ódio	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes consideram os algoritmos como possíveis facilitadores da proliferação de discursos de ódio
		Isolamento social	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes consideram

			os algoritmos como possíveis formas de isolamento social, i.e., formas de minimizar a interação com o outro.
		Mecanismo de controlo social	Nesta categoria de 3º nível foram incluídas todas as referências em que os participantes consideram os algoritmos como possíveis formas de controlo social, nomeadamente, o algoritmo como uma forma de controlar aquilo que é visto, forma de monitorizar, entre outros.

FACULDADE DE **PSICOLOGIA E DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO**