
**A alegoria da caverna e sua relação com a ação dos algoritmos
nas plataformas de mídias sociais**

**The allegory of the cave and the relationship with the action of algorithms
on social media platforms**

Ana Clara Avancini Valdo LEMOS¹⁸

Rafael Cláudio SIMÕES¹⁹

Marcela Tessarolo BASTOS²⁰

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar as configurações das plataformas digitais em paralelo a sua relação com a alegoria da caverna de Platão como reflexão filosófica, tratando a associação entre a comunicação que se perpetua no digital e a filosofia clássica. Embora o fenômeno das redes tenha menos de um século de existência, já se tornou um meio informativo muito presente no cotidiano, propagando estas informações de maneira rápida. Metodologicamente, o artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre o mito da caverna de Platão (1999) e o funcionamento das plataformas de mídias sociais (LÉVY, 2017; D'ANDREA, 2020; LEMOS, 2003). As ideias de Platão presentes neste diálogo socrático podem se amalgamar as críticas das bolhas informativas geradas por meio das ações dos algoritmos nas plataformas.

PALAVRAS-CHAVE

Algoritmo; Comunicação; Mito da Caverna.

ABSTRACT

This article aims to analyze the configurations of digital platforms in parallel to their relationship with the allegory of Plato's cave as a philosophical reflection, dealing with the association between communication that are perpetuated in digital and classical philosophy. Although the network phenomenon has less than a century of existence, it has already become an informative medium very present in everyday life, distributing this information quickly. Methodologically, the article presents a literature review of Plato's cave myth (1999) and the functioning of social media platforms (LÉVY, 2017; D'ANDREA, 2020; LEMOS, 2003). Plato's Ideas present in this Socratic dialogue can amalgamate the criticism of the informative bubbles generated through the actions of the algorithms on the platforms.

KEYWORDS: Algorithm; Communication; Allegory of the Cave.

¹⁸ Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda pela Universidade Vila Velha (UVV); e-mail: avanciniana@gmail.com

¹⁹ Orientador do trabalho. Professor da Universidade Vila Velha (UVV); doutor e mestre em História pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES); e-mail: rcshist@uvv.br

²⁰ Orientadora do trabalho. Professora da Universidade Vila Velha (UVV); mestra em Comunicação pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); e-mail: marcela.bastos@uvv.br

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo compreender como as plataformas de mídias sociais direcionam conteúdo para seus usuários, correlacionando essa governança com o mito da Caverna, de Platão. A partir da pesquisa e reflexão dos objetivos com vista ao trabalho de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda, geramos uma percepção acerca dos principais interesses voltados ao mundo acadêmico, desta forma definindo um viés que amalgamasse aspectos filosóficos e modernos, com o condão de construir críticas relevantes retiradas a partir do período clássico da filosofia grega e inseridas na atualidade. Não apenas sob o prisma de análise meramente teórica, mas também com o fulcro em vivências, ou seja, que foi naturalmente (ou cientificamente) decorrida mediante a evolução das civilizações.

Nosso mote principal remonta a referência filosófica contida no texto *Alegoria da caverna*, escrita por Platão (1999), em um de seus diálogos que se encontra na obra *A República*, em que utiliza Sócrates e Glauco como peças centrais do debate. A parábola da caverna baseia-se na narrativa em que prisioneiros estão à mercê da visão de sombras que são projetadas na parede da caverna onde se encontram. Eles apenas conseguem ver as projeções sem, no entanto, se mover ou redirecionar o olhar, sempre visando para frente, crendo que aquelas seriam as sombras da realidade. A crença permanece inalterada até que se libertem da caverna.

A caverna de Platão, nos dias atuais, pode sugerir o comodismo de pertencer a uma rede de facilitadores de informação direcionada, pois estaríamos presos na caverna e o exterior seria desconhecido e por muitas vezes considerado um limbo de conceitos e crenças não fundadas. A pessoa que sai da caverna e enxerga a verdade das sombras que ali estavam, precisa decidir entre relutar ao que é real e voltar à caverna, ou seguir em frente e explorar uma visão ampla, tendo em mente as críticas e ataques dos que permanecem ainda presos na caverna.

Para correlacionar o mito da caverna com os dias atuais, usamos a virada computacional dos estudos de comunicação, que diz respeito à mudança na maneira estrutural dos meios digitais e marca o início dos estudos de plataformas (D'ANDREA, 2020). “É nesta virada crítica dos estudos de internet e cibercultura que se localizam os chamados Estudos de Plataformas, que buscam uma refinada articulação entre as dimensões técnicas, políticas e econômicas que constituem as populares redes sociais online” (*ibid.*, 2020, p. 14). É o início do uso de dados, automatizando a forma com que circulam os conteúdos, trazendo, conseqüentemente dentre

outras coisas, os algoritmos. Estes, no meio digital, são ações executáveis que geram os passos necessários para concluir uma operação, atualmente utilizados com frequência no direcionamento de conteúdo em plataformas online.

O ambiente digital vem ganhando cada vez mais espaço nas diversas áreas da vivência humana. Idealmente, a internet construiu uma comunidade onde a informação tem acesso livre para circular entre estas tribos informativas, podendo ajudar a formular opiniões e visões de mundo a partir destas consciências. Mas, esbarramos na qualidade de acesso à internet, na rentabilização dos nossos dados pelas plataformas, nos algoritmos e nos acessos pagos para informações do jornalismo profissional, para citar algumas problemáticas. Em diversos momentos de impacto a internet, colaborou para impulsionar ou eludir situações decisivas, demonstrando todo o seu caráter sugestivo e persuasivo, gerando o questionamento sobre o quanto nossas opiniões são construídas por nossas vivências online e sugestões das plataformas, e o quanto elas verdadeiramente pertencem a nós.

Nessa ambiência, o artigo pretende compreender a ação dos algoritmos e os conectar as ideias da antiga Grécia, considerando sua atemporalidade e sua aplicação em pleno século XXI. Para tanto, lançamos mão de obras de autores como Pierre Levy (2017), Carlos D'Andrea (2020), Melvin L. DeFleur (2011), Sandra Ball-Rockeach (2011), André Lemos (2003), e é claro, de Platão (1999), leituras reflexivas que visam solucionar o problema ao responder à pergunta: Como o mito da caverna se relaciona com os estudos de comunicação no meio digital? Neste sentido, buscaremos transcender a ideia assertiva e corrente da crítica moderna, empenhando-se em entender o peso do pensamento da filosofia ocidental no hodierno processo organizacional das plataformas e as tessituras de suas teias de informação, explorando um viés mais teórico da comunicação no plano digital, expandindo a observação de teorias que surgiram bem antes do próprio conceito de comunicação, com o fito de ampliar nossa visão básica sobre a internet.

As plataformas de mídias sociais digitais fazem parte da vida cotidiana e alteraram as regras da sociabilidade, desde as interações informais entre as pessoas, à comunicação institucional e às rotinas de trabalho. Plataformas de mídias sociais, as empresas de comunicação tradicional, usuários e instituições estão imbricados em complexa dinâmica, sustentada pela lógica de funcionamento das plataformas (VAN DIJCK; POELL, 2013). As

plataformas são onipresentes na vida das pessoas e penetra todos os aspectos da sociabilidade e da criatividade (VAN DIJCK, 2013), performando um cotidiano midiaticizado na sociedade da plataforma.

Na versão atualizada do Mito da Caverna, não estamos presos a correntes, temos livre arbítrio e interpretamos as mensagens na nossa linha do tempo a partir de nossas vivências e crenças, mas, muitas vezes, aceitamos a facilidade como ponto crucial de nossa sobrevivência e não queremos enfrentar a perda do comodismo estrutural das mídias sociais.

A metodologia de pesquisa referente a este projeto é a pesquisa bibliográfica, tendo como objetivo trazer à tona a crítica voltada a nova “caverna digital” tornando mais claro o pensamento abordado neste artigo. A escolha da pesquisa bibliográfica se dá pelo acesso a artigos e livros já publicados como material de apoio para discorrer sobre a filosofia de Platão e a virtualização da vida na atualidade, com o objetivo de analisar posições e conteúdos que possam auxiliar no desenvolvimento do tema proposto.

MITO DA CAVERNA

Platão foi um filósofo e matemático de destaque no período da Grécia clássica. Nascido em Atenas, foi discípulo de Sócrates e ficou conhecido por suas teorias de dualidade entre corpo e alma. Escreveu diversas obras, dentre elas se encontra o livro *A república*, um diálogo socrático dividido em dez partes. E é no intitulado livro VII que encontraremos o objeto de nossa reflexão: em um diálogo entre Sócrates e Glauco é apresentada a teoria da alegoria da caverna, um marco do pensamento platônico (PLATÃO, 1999).

Em uma caverna, se encontram homens acorrentados desde a infância por grilhões nas pernas e no pescoço, os obrigando a ficar imóveis e manter a visão dos agrilhoados em apenas um ângulo fixo. Nesta mesma caverna há uma abertura que permite a entrada de luz que reflete em uma parede, e por trás dos prisioneiros há uma chama, ocasionando a projeção de sombras a sua frente. Onde homens carregam diversos objetos, alguns emitindo sons, tornando-se a falar e outros em completo silêncio, essa movimentação e os objetos criando formas nas sombras da parede da caverna. O ambiente dos prisioneiros logo se torna sua verdade absoluta, é o que conhecem e o que assemelham a sua própria realidade, as sombras refletidas na parede (PLATÃO, 1999).

Na visão de Nunes (2016), a caverna pode ser interpretada como uma periferia, por ser distante do centro e atua em jogo de luz e sombra, que possibilita o real, mas também tem poder de iludir e dissimular. “Esse jogo de luz e sombra gera nos prisioneiros a morada em um ambiente caracterizado como a não-verdade, podendo assim considerar que o mundo da caverna não é falso, é uma parte da realidade (NUNES, 2016, p.37).

Considerando esta sua atual realidade, partimos do pressuposto de que um dos prisioneiros se liberta das correntes e sai da caverna. Ele teria dificuldade de se adaptar a luz, já que tudo que conhece são as sombras projetadas. É neste momento que o prisioneiro reluta entre se adaptar ao que está vendo, mesmo incapaz de discernir que o está sendo mostrado seria a realidade, ou voltar a caverna e cair no conformismo de sua ignorância, já que agora consegue ver as coisas como realmente são em sua plena forma. “Acho que por fim, haveria de contemplar o sol, não sua imagem refletida na água ou em qualquer outra superfície, mas em sua realidade, assim como realmente é, em seu próprio lugar” (PLATÃO, 1999, p. 239).

Platão (1999) faz uma analogia à diferenciação do mundo sensível e do mundo inteligível. O mundo sensível é o mundo em que vivemos, imperfeito, é o mundo material, onde nos encontramos aprisionados, vivendo por sombras de imagens manipuladas. E o mundo inteligível é o mundo das ideias ou das formas propriamente ditas, é nele que encontramos a verdade absoluta, a essência, o imutável e o belo. Platão considera que a partir do contato com o mundo das ideias, não se consegue mais voltar a escuridão por completo.

O prisioneiro, agora compreendendo o mundo exterior, volta à caverna para então tentar libertar os ainda agrilhoados, sentindo as consequências de retomar a escuridão depois de estar em plena luz. Podendo facilmente ser considerado louco aos que ainda estão aprisionados na caverna, questionado se valia a pena enfrentar a subida para o mundo exterior, se aquela realidade não o havia custado as vistas. E muitos escolheriam se manter atados as correntes e em suas crenças, a *doxa* de sua realidade (PLATÃO, 1999).

Esta alegoria transmite a ideia de nossas visões deturpadas perante a vida. Platão considera a saída da caverna ao encontro do mundo inteligível, mas devemos considerar que esta teoria possui mais de 2 mil anos. Hoje, há uma rede inteira do que consideraríamos ser os sofistas modernos. Na visão de Platão, os sofistas detinham conhecimento, mas alteravam a realidade e dificultavam o entendimento da essência das coisas. Agora com um discurso não

mais limitado a Atenas, uma mensagem pode percorrer o globo terrestre. A nova caverna digital pode gerar desinformação, dependência dos algoritmos e suas sugestões, grilhões invisíveis podem nos prender a este vasto mundo virtual, e por vezes podemos optar por nos mantermos nesta caverna.

A COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

O virtual pode ser considerado a evolução da comunicação (LÉVY, 2017). O mundo aderiu aos princípios da interação entre humanos e sistemas informativos, passamos a modificar a maneira que vivemos e lidamos com as sistemáticas do dia a dia. É dentro deste ambiente que construímos outras formas de ter contínua presença e criamos conteúdos e informações. A comunicação passou a ser sistematizada dentro do ambiente virtual, em uma constante informacional, foi necessário filtrar essa imensidão de conteúdos a partir de dados obtidos em favor da singularidade do usuário, mesmo que pensado coletivamente.

Para Lemos (2003), o virtual nos fez transcender a uma nova estrutura midiática, na qual o indivíduo pode emitir e receber informações de maneira instantânea, alterando nosso senso de tempo, distância e lugar. “Estamos mais uma vez diante da liberação do polo de emissão, do surgimento de uma nova comunicação bidirecional sem controle de conteúdo” (LEMOS, 2003, p.5). Nesse ambiente, é importante entender as características da comunicação na contemporaneidade.

Devido à amplitude dos aspectos comunicacionais ao longo da história, da criação dos símbolos a evolução da comunicação de massa, analisaremos acerca da digitalização das relações de intercomunicação humana. Depois da criação da mídia impressa, do rádio, cinema e TV, adentramos na era digital. Segundo Dupas (2001, p.16), “no cotidiano da pós-modernidade, a máquina passa a ser mediada pela informação e o contato entre as pessoas passa a ser mediado pela tela eletrônica. O mundo social se desmaterializa, transforma-se em signo e simulacro”.

é o domínio crescente dos sistemas de comunicação usados para armazenagem, troca e difusão que representa os pontos de mudança críticos da história humana e até da pré-história. Foi a crescente capacidade para

comunicar-se cabal e perfeitamente que levou ao desenvolvimento crescente de complexa tecnologia, e a mitos, lendas, explicações, lógica, hábitos, e às regras complexas para o comportamento que possibilitaram as civilizações (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 11).

Subentende-se a evolução entre os veículos de massa e as sociedades. As plataformas de mídias sociais transformaram o papel do usuário presente em ambientes virtuais e o elevou a posições de autoridade e de não apenas consumidor e telespectador, os direcionou a papéis de produção e interação, obtendo a capacidade de criar conteúdos e emitir opiniões que se perpetuam na internet sem fronteiras geográficas e sem prazo determinado de repercussão (PINHEIROS, 2021).

E é nesta perspectiva em que o individualismo pode ter um poder de impacto no coletivo que começamos a perceber as rupturas das ilusões das mídias sociais, onde torna o reconhecimento do limite entre a informação e a desinformação desenfreada em forma de temática nas redes online. Para Pinheiro (2021) são três as ilusões da comunicação na era digital: a onisciência, quando consideramos a internet como autossuficiente; a hiperconectividade, que nos prende a necessidade de estar sempre logados em nossas redes; e a identidade virtual, forjando uma imagem que não necessariamente precisa ser verdadeira. É nesta via de raciocínio que podemos considerar que a evolução da presença digital pode ser um caminho lento e imperceptível para o que consideramos a caverna digital.

Nosso acesso às inúmeras fontes de informação facilitaram a evolução de aspectos positivos na sociedade, democratizando a maior porcentagem possível de anexação do público presente nestas novas mídias eletrônicas, mas por outra perspectiva, esta acessibilidade configura uma série de aspectos negativos. As polaridades inseridas na internet podem tornar-se extremas quando a comunicação se faz tão presente e com um processo de acesso simplista.

PLATAFORMAS E ALGORITMOS

A mudança da era digital ocasionou um fenômeno que iremos chamar de plataformização do social. Uma característica deste processo é o uso da organização computacional baseada na conectividade e no intercâmbio de dados, gerando grandes fluxos informacionais e retendo dados de seus usuários (D'ANDREA, 2020).

As plataformas revolucionaram a maneira de compreender rapidamente os anseios e necessidades do usuário a partir de fontes computadorizadas, onde o utilizador e as materialidades se constituem mutuamente. Abrindo espaço para a transformação de aspectos comuns do cotidiano, criando uma infraestrutura técnica para o ambiente virtual, com um vasto alcance. As plataformas online “moldam as práticas e as percepções dos usuários, quanto as apropriações criativas, táticas e coletivas que recriam, cotidianamente, as plataformas” (D’ANDREA, 2020, p. 15).

As plataformas de mídias sociais compreendem os gostos e temas de interesse, por exemplo, a partir das curtidas, comentários, compartilhamentos e pesquisas. O ato de compartilhar ou pesquisar sobre determinado assunto gera uma série de dados e pode provocar interligações para que o fluxo computacional seja gerado e de certa maneira, personalizado. É necessário reconhecer que estas plataformas de uso diário podem incentivar o modo como compreendemos e gerimos nossas relações. Mas, para que isto ocorra, precisamos falar sobre uma ferramenta de organização das plataformas: os algoritmos. “Em termos funcionais, um algoritmo é muitas vezes definido como uma sequência de instruções de programação escrita para cumprir tarefas pré-determinadas, ou seja, para transformar dados em resultados” (D’ANDREA, 2020, p. 31).

Para discussão do tema precisamos ter em mente que as plataformas têm seu funcionamento a partir das lógicas de programabilidade, o que sugere que toda ação feita dentro destas será computada para que ocorra o entendimento do perfil de determinado usuário a partir de padrões informativos. O compartilhamento destes dados, através de processos cotidianos, faz parte das diligências das mediações algorítmicas para desencadear um histórico útil aos programas e serviços disponíveis no mundo digital, gerando diversas teias informativas que ocorrem pela padronização, logo, personalização dos conteúdos que serão direcionados (D’ANDREA, 2020). Por exemplo, as plataformas fazem a “recomendação de conteúdos de modo personalizado, a oferta, para anunciantes, de perfis bastante segmentados de potenciais clientes, e o constante aperfeiçoamento das aplicações” (D’ANDREA, 2020, p. 26).

Segundo D’Andrea (2020, p. 26), “plataformas não apenas facilitam práticas *online*, mas também trocam dados entre si para melhor conhecer seus usuários e, assim, oferecer serviços mais personalizados e com maior valor comercial”, sendo assim, o uso destes dados

podem nos colocar em posições específicas dentre as bolhas informativas do ambiente digital. O digital não anula as consequências do mundo físico e real, a influência dos dados e fluxos informativos do mundo digital impacta nas decisões e conflitos do dia a dia. “Influências em processos eleitorais, uso irrestrito de dados pessoais para fins comerciais e uso de algoritmos e base de dados para perpetuar preconceitos e desigualdades são algumas questões que, cada vez mais, preocupam governos, empresas e sociedade civil” (D’ANDREA, 2020, p. 13).

Estes dados podem fazer grande papel no entendimento da constituição do social, e também no que se considera o desentendimento, as formas de conhecimento incorporadas ao digital podem trazer uma sucessão de fatores que causam a entrada do usuário na caverna digital e que o eleva a opiniões voltadas a uma única vertente.

Van Dijck e Poell (2013) apontam quatro elementos da lógica das mídias sociais, que estão emaranhados com a mídia de massa. São elas: programabilidade, popularidade, conectividade e datificação. Por programabilidade, entendem-se códigos, dados, algoritmos, protocolos e o agenciamento dos usuários, que podem direcionar a programabilidade por meio de sua participação, mas também podem resistir e desafiar códigos e protocolos.

Por popularidade, Van Dijck; Poell (2013) se referem à visibilidade, gerada por meio de curtidas, rankings e algoritmos. Já a conectividade permite a personalização de conteúdos, uma vez que se trata de uma formação mútua entre os atores envolvidos (plataformas, usuários, anunciantes etc.). Os três elementos descritos até aqui são baseados na datificação, última das quatro especificidades elencadas por Van Dijck; Poell (2013) e possibilita a criação de técnicas de previsões e análises em tempo real.

Toda essa nova economia compartilhada, engendrada pela tecnologia, modelo econômico e usuários, fez surgir novos negócios e a ascensão das plataformas digitais é tida como o motor do progresso econômico e inovação tecnológica (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018)

Uma das consequências é a “plataformização da web” (HELMOND, 2015), ascensão da plataforma como modelo econômico e de infraestrutura para o restante da web (HELMOND, 2015, p. 1). Facebook e Google oferecem “modelo de funcionamento computacional” para sites, blogs e portais, por exemplo, que precisam se adequar aos termos das plataformas (D’ANDREA, 2020, p. 21).

Juntas, Alphabet – Google e Facebook, hoje Meta, controlam 80% dos serviços de redes sociais, com alcance mundial de mais de dois bilhões de usuários mensais. As duas empresas também dominam 60% da publicidade digital mundial e são predominantes nos serviços de identificação on-line (login do Facebook, por exemplo) como porta de entrada para outros serviços (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018).

MITO DA CAVERNA NA SOCIEDADE DE PLATAFORMA

A sociedade de plataforma fez emergir uma nova versão da alegoria da caverna, a chamada caverna digital ou caverna virtual (PINHEIROS, 2001), uma dimensão informativa onde as vias algorítmicas nos direcionam aos grilhões da caverna, o conteúdo de complacência aos desejos da mente por trás de um usufrutuário geram a mesmice que se assemelham as sombras da caverna, direcionam nossa visão ou visualização para a verdade de uma coletividade baseado em inteligências individuais que podem corromper as massas.

De acordo com as ideias de Lemos (2003), devemos estar abertos às potencialidades que este ambiente virtual e multifacetado nos oferece, mas atentar-nos as negatividades dele, utilizando dos meios sociotécnicos da cibercultura sem perder a veracidade e entendimento da vida não virtualizada. “Dessa forma, o indivíduo se isola nas suas prisões ou cavernas modernas, vive no mundo da ilusão e do individualismo, reproduz padrões de comportamento, assim como, mantém a sensação constante de vazio e não pertencimento” (SANTOS; BRAMBILLA, 2017, p. 21).

Analisemos de outra maneira, é possível pertencermos a uma realidade onde os prisioneiros da caverna não possuem grilhões, mas *smartphones* que os conectam às plataformas de mídias sociais, onde o prisioneiro pode escolher as suas facetas para utilizar dentro da caverna. O mundo das sombras passa a ser uma grande rede informativa e a verdade é relativa à individualidade do prisioneiro, uma prisão determinada pelo aprisionado e as sombras projetadas por uma rede completa de fluxos informativos. Para Santos e Brambilla (2017, p.16), “em alguns casos, as novas tecnologias transformaram-se em verdadeiras extensões do corpo humano, já que há quem não consiga sair de casa sem seu celular ou não

consiga dormir sem antes de checar seus e-mails”, o ser humano passa a ser bombardeado de informações, onde nem sempre é possível discernir a verdade das ilusões da internet.

A caverna virtual faz com que o usuário veja sempre as mesmas sombras na caverna, ou seja, mantendo o comodismo de conteúdos já direcionados pelos algoritmos, prendendo o ser em sua bolha informativa. Onde não é mais possível diferenciar o que Platão (1999) consideraria o mundo empírico e real, as verdades das plataformas podem ser relativas e coordenadas para que o prisioneiro não se liberte desta caverna digital. É necessário questionarmos o poder da consciência coletiva sob a perspectiva da nova virtualização dos processos sociais, como podemos compreender a complexidade das coisas se vemos sempre pela mesma necessidade e perspectiva dentro de nossa realidade digital. Ao interpretar dados, os algoritmos instituem lógicas de seleção, hierarquização e controle informativo (D'ANDREA, 2020).

Ao longo do tempo, a alegoria da caverna tomou analogias proporcionais ao ser humano e sua relação com o ambiente digital. “As prisões ou cavernas modernas são os elementos que impedem o homem de estar no momento presente, ter capacidade de ação e senso crítico, por isso, passa a viver no mundo da ilusão, sem questionamentos, com a sensação de vazio e não pertencimento (SANTOS; BRAMBILLA, 2017, p.1).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na sociedade da plataforma, a configuração comunicacional passou a reter dados informativos sobre diversos aspectos do cotidiano, evidenciando a influência da tecnologia e mídias de massa. Unindo a relação entre comunicação moderna e aspectos da filosofia, foi possível compreender as características da configuração das plataformas e assim conectar e resgatar a alegoria da caverna de Platão, que mesmo escrita há mais de 2 mil anos, nos traz reflexões atuais sobre a maneira que estamos encaminhando nossa cultura, nossa sociabilidade, nossa maneira de se comunicar e de nos construirmos como sociedade perante a contínua evolução do processo de virtualização do cotidiano. Devemos também reconhecer os algoritmos como peças cruciais na construção da caverna digital, dada que sua presença configura a criação destas redes informativas direcionadas.

O mundo virtual se assemelha em alguns aspectos a caverna de Platão, que nos traz uma imensidão de possibilidades das nossas concepções de verdade, onde se torna um desafio destruir as tessituras destas teias informativas que circundam o digital no hodierno processo de escapar da caverna moderna, e seríamos capazes de chegar à superfície do mundo empírico e perfeito? As sombras digitais se tornam um desafio à parte, mas questionar as adaptações da vida humana faz parte do processo evolutivo. Em meio a bombardeios informativos, o prisioneiro moderno não é preso por correntes, tem livre arbítrio para ir e vir, buscar informações onde quiser, mas podem estar presos na facilidade dos conteúdos recomendados, pela rentabilização de seus dados, que nos mostra conteúdos de interesse em nossa linha do tempo, criando bolhas informativas que juntam os semelhantes e afastando os que pensam diferente.

REFERENCIAS

- D'ANDREA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.
- DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade da informação: de como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso**. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: UNESP, 2001.
- HELMOND, A. The platforming of the Web: making web data platform ready. **Social Media + Society**, Thousand Oaks, v. 1, n. 2, p. 1-11, 2015.
- L.DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LEMONS, André. **Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época**. 2003. Disponível em: <https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/cibercultura.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2022.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** 2. Ed. São Paulo: Editora 34, 2017.
- NUNES, Mayara Cristina Pereira. Breves considerações sobre o Mito da Caverna, de Platão. **Enunciação: Revista de Filosofia da UFFRJ**, v.1, n.1, 2016. Disponível em: <http://www.editorappgfilufrj.org/enunciacao/index.php/revista/article/view/13/16>. Acesso em: 13 mai. 2022.
- PINHEIRO, Vitor Sales. A caverna de Platão e as ilusões da internet. **Youtube**, 2021. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=_xpRaGt4YxA&t=37. Acesso em: 4 mai. 2022.
- PLATÃO. **A República: coleção grandes obras do pensamento universal**. São Paulo: Lafonte, 1999.
- SANTOS, Luana Cristina Medina; BRAMBILLA, Pedro Augusto de Souza. O mito da caverna de Platão x a alienação do homem pós-moderno influenciado pelo consumismo, indústria cultural, meios de comunicação de massa e as novas tecnologias. **Toledo**, v. 13, n. 13, 2017. Disponível em:

<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/6048/5756>. Acesso em: 13 mai. 2022.

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity**. New York: Oxford Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martin de. **The platform society: Public Values in a Connective World**. New York: Oxford University Press, 2018.

VAN DIJCK, J.; POELL, T. **Understanding social media logic**. Media and Communication, Lisbon, v. 1, n. 1, p. 2-14, 2013.