

# Algoritmos, Vaidades e Outras Dependências Digitais

written by Mário Portela | 20 de Fevereiro, 2026

**OCIDADÃO**  
Jornalismo Livre

**CRÓNICA**  
Mário Portela



Há quem diga que as redes sociais são o espelho da sociedade. Discordo em absoluto. São mais um espelho do camarim, daqueles com luzes fortes que disfarçam imperfeições e exageram contornos. Instagram com glitter, TikTok com dopamina instantânea, LinkedIn com gravata apertada e Facebook dado como morto (mas a facturar como nunca). No meio deste circo digital, há uma pergunta que importa: estamos a usar as redes... ou estão elas a usar-nos?

Falar disto é essencial. E é precisamente por isso que esta crónica está n' **O Cidadão**. Porque este é um projecto que não vive de frases feitas nem de fórmulas mágicas de "crescimento explosivo". Num tempo em que o marketing digital se tornou a nova astrologia corporativa, cheio de certezas absolutas e resultados garantidos, é urgente discutir estratégia com

pensamento crítico, ironia saudável e ferramentas reais.

No segundo episódio da nova temporada do podcast «IA & EU», mergulhámos nas quatro grandes arenas digitais do momento. Não para repetir mantras, mas para dissecar personalidades algorítmicas e tentar ensinar pelo caminho, porque literacia digital nunca é demais.

Começamos pelo Instagram, essa rainha da silicone e do glitter. Uma feira de vaidades onde todos parecem felizes, produtivos e fotogénicos às seis da manhã. A verdade? A plataforma privilegia profundidade disfarçada de leveza. Stories que contam micro-jornadas emocionais. Reels que treinam enquanto entretêm. Carrosséis que obrigam o utilizador a parar e a ficar. O famoso “dwell time”, que é como quem diz: se não os fizeres pensar, o algoritmo faz-te desaparecer.

Aqui, a Inteligência Artificial não serve para criar banalidades bonitas, mas para gerar fricção cognitiva. Um título previsível é ignorado. Um título que cria tensão psicológica é lido. Não é manipulação, é compreender como funciona a atenção humana.

Depois saltamos para o TikTok, o parque de diversões da dopamina. Três segundos. É o que tens. Se falhas, és história. Se acertas, podes tornar-te viral antes do jantar. Aqui a IA tem de trabalhar como editor cinematográfico em modo turbo: gancho provocador, contradição inesperada, revelação que obriga a rever o vídeo. O chamado “loop psicológico” que deixa o algoritmo delirante.

Se o Instagram é vinho, o TikTok é shot de tequila. Ambos embriagam, mas de forma diferente.

E então há o LinkedIn. O salão profissional onde todos fingem beber água enquanto sonham com whisky. A rede onde a vulnerabilidade profissional gera mais envolvimento do que o currículo impecável. O algoritmo privilegia *insight* que desafia crenças, desde que com elegância. Controvérsia

educada. *Expertise* acessível.

Sim, o alcance orgânico está a diminuir. Sim, há pressão para pagar *premium*. É a velha estratégia: primeiro oferecem palco, depois cobram bilhete. Mas ainda há espaço para quem cria conversas reais nos comentários, quem gera debate inteligente, quem não publica apenas para aparecer, mas para acrescentar.

Quanto ao Facebook, esse “falecido” que continua a facturar biliões, convém dizer: está longe de morto. Perdeu adolescentes, ganhou poder de compra. É a rede das conversas longas, das partilhas sentidas, do chamado “conteúdo de mesa de jantar”. Política com nuance. Educação dos filhos. Relações. Dinheiro. Vida real. Não é sexy, mas é lucrativo.

O que atravessa todas estas plataformas não é moda. É psicologia. Cada rede é um organismo vivo com regras próprias. E a IA, quando usada com inteligência (e não como muleta criativa) torna-se aliada estratégica.

Se no episódio anterior falámos das bases do marketing digital, neste mergulhámos na guerra das redes sociais armados com *prompts* cirúrgicos, estrutura narrativa e alguma ironia saudável. Porque entre glitter, dopamina e gravatas, ainda há espaço para pensamento.

Quem quiser aprofundar estratégias concretas para Instagram, TikTok, LinkedIn e Facebook (com exemplos práticos de *prompts* e estruturas) pode ouvir o segundo episódio da temporada 2 do «IA & EU».

**Porque no fim do dia, o algoritmo pode mandar no alcance. Mas ainda somos nós que decidimos o conteúdo. E isso, pelo menos por agora, continua a ser humano.**