



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES

LIFE IN POST-MODERNITY: THE DIGITAL INFLUENCE AND THE EMPTYING OF INDIVIDUALITIES

LA VIDA EN LA POSTMODERNIDAD: LA INFLUENCIA DIGITAL Y EL VACIAMIENTO DE LAS INDIVIDUALIDADES

Flavio Henrique Bertoldi da Silva¹, Carlos Golembiewski²

e483999

<https://doi.org/10.47820/recima21.v4i8.3999>

PUBLICADO: 08/2023

RESUMO

O presente estudo tem como objeto a influência digital que ocorre por meio da internet. O objetivo é investigar as mudanças comportamentais relacionadas ao ambiente digital pelo processo de influência exercida pelo meio online, sua capacidade de massificação das pessoas e o esvaziamento das individualidades. Metodologicamente, utiliza-se o levantamento bibliográfico, documental e apresentação de exemplos, à luz do paradigma epistemológico fenomenológico. Durante a investigação, utiliza-se o método indutivo. Das categorias, destaca-se a influência digital como a influência comportamental, a fim de motivar determinado comportamento ou sentimento do usuário de internet. Dos resultados, identifica-se certo nível de intervenção promovida pelo meio digital na individualidade, catalisadora de mudança comportamental. Esse nível de intervenção ocorre por uma elevada valoração pessoal que os internautas atribuem ao mundo *online*; por uma atuação organizada de provedores de serviços informáticos; pelo modo como os internautas são tratados, sintetizável na noção de massa, não havendo distinção de suas opiniões; e por ser essa operação contemporânea da sociedade pós-moderna (ou sociedade líquida), na medida que neste arranjo social reconhece-se como orientação maior a fluidez dos valores que outrora eram tidos por rígidos.

PALAVRAS-CHAVE: Influência digital. Pós-modernidade. Internet.

ABSTRACT

The present study has as its object the digital influence that occurs through the internet. The objective is to investigate the behavioral changes related to the digital environment through the process of influence exerted by the online medium, its capacity for massification of people and the emptying of individualities. Methodologically, a bibliographical and documental survey and presentation of examples are used, in the light of the phenomenological epistemological paradigm. During the investigation, the inductive method is used. Of the categories, digital influence stands out as behavioral influence, in order to motivate a certain behavior or feeling of the internet user. From the results, a certain level of intervention promoted by the digital medium in individuality is identified, a catalyst for behavioral change. This level of intervention is due to a high personal valuation that Internet users attribute to the online world; by an organized action of IT service providers; by the way Internet users are treated, synthesized in the notion of mass, with no distinction of their opinions; and because this is a contemporary operation of postmodern society (or liquid society), as in this social arrangement the fluidity of values that were once considered rigid is recognized as a major guideline.

KEYWORDS: Digital influence. Postmodernity. Internet.

RESUMEN

El presente estudio tiene como objeto la influencia digital que se produce a través de internet. El objetivo es investigar los cambios de comportamiento relacionados con el entorno digital a través del proceso de influencia que ejerce el medio online, su capacidad de masificación de personas y de vaciamiento de individualidades. Metodológicamente se utiliza un levantamiento bibliográfico, documental y presentación de ejemplos, a la luz del paradigma epistemológico fenomenológico.

¹Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

²Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

Durante la investigación se utiliza el método inductivo. De las categorías, la influencia digital se destaca como influencia conductual, con el fin de motivar un determinado comportamiento o sentimiento del internauta. A partir de los resultados, se identifica un cierto nivel de intervención que promueve el medio digital en la individualidad, catalizador del cambio de comportamiento. Este nivel de intervención se debe a una alta valoración personal que los internautas atribuyen al mundo online; por una acción organizada de proveedores de servicios de TI; por la forma en que se trata a los internautas, sintetizada en la noción de masa, sin distinción de opiniones; y porque se trata de una operación contemporánea de la sociedad posmoderna (o sociedad líquida), pues en este arreglo social se reconoce como pauta principal la fluidez de valores que antes se consideraban rígidos.

PALABRAS CLAVE: *Influencia digital. Posmodernidad. Internet.*

INTRODUÇÃO

Compulsando os Séculos XX e XXI, ressalta a posição ocupada pelas tecnologias informáticas, destacando-se que ao passo em que a internet se concretizou como instrumento de colaboração social, igualmente estabeleceu balizas comportamentais, afirmando-se como local para exercício de atividades – um ambiente digital. À luz dessa premissa, esse estudo objetiva investigar as mudanças comportamentais vinculadas ao ambiente digital, notadamente pelo processo de influência exercida pelo meio *online* e sua capacidade de massificação das pessoas e, ainda, esvaziamento das individualidades. O problema encarado é da avaliação das consequências da influência digital na vida pós-moderna. Tal investigação justifica-se no papel social cada vez maior ocupado pela internet e pelas relações estabelecidas no ambiental digital.

A AURORA DA INTERNET

Dos séculos XX e XXI, frisa-se o protagonismo das tecnologias informáticas. Ao tratar do referido acontecimento, identifica-se na bibliografia que fenômenos integrativos como a globalização resultam da revolução tecnológica, indicada como responsável pela universalização de hábitos e culturas e do vulto democrático típico do modo de vida contemporâneo (Paesani, 2014, p. 01). Então, cogita-se a modelação de uma Sociedade Digital, conforme leciona Azevedo (2014), uma vez que o espaço digital se traduz como ambiente de exercício da cidadania, das relações pessoais e dos direitos privados (p. 01).

Nesse contexto, a liberdade de informação - nos moldes da lição de Puddephat (2005), uma extensão da liberdade de expressão (p. 128) -, encontra respaldo protetivo em nível de sistemas globais de proteção de direitos humanos, do qual, a título de exemplo, cita-se o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que estabelece que todos têm direito à liberdade de opinião e expressão (Organização das Nações Unidas – ONU, 1948). Percebe-se a formatação do elemento informação como modelador e medidor do exercício das liberdades pessoais, de forma que a mídia digital se estabelece como ambiente propício a fomentar a concretude das anteriormente referidas garantias. O reconhecimento disso no plano dos direitos humanos permite cogitar-se a ideia de uma Era Tecnológica que não é menos humana, uma vez que a internet é ferramenta criada a fim



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O Esvaziamento das Individualidades
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

de servir ao homem, nem menos desafiadora quanto à aplicação às relações privadas, porquanto se trata de um ambiente diverso aos tradicionais campos de aplicação do Direito (Pinto, 2005, p. 41).

A seguir, traçam-se alguns aspectos históricos e técnicos relevantes aos mecanismos de interação *online*.

Parte-se do que é efetivamente conhecido como internet: em síntese, um sistema global de conexão de computadores, interligados entre si ou por intermédio de dispositivos remotos chamados servidores, que permite o compartilhamento de informações midiáticas, tais como imagens, vídeos e, principalmente, textos. Essa tecnologia, cujo objetivo e atuação se dá por meio do compartilhamento informacional, remota às tentativas do governo dos Estados Unidos durante a década de 1960 de elaborar uma forma de comunicação segura para fins militares, por meio da *Advanced Research Projects Agency - ARPA*, cujos trabalhos resultaram na criação da *Advanced Research Projects Agency Network – ARPANET* (Hafner; Lyon, 1998).

Essa primeira versão da internet não constituía um sistema visualmente semelhante com o que os internautas atualmente estão habituados. Entretanto, em seu núcleo possuía as características técnicas que persistem nas conexões contemporâneas: operava pela transferência de informações por meio da comutação de pacotes de dados (Hauben, 1998).

Paradoxal que em sua origem a internet tivesse por principal característica o sigilo e a restrição ao amplo acesso, uma vez que era um instrumento militar - atualmente é difícil a tarefa de imaginar a internet como um sistema ocultado do grande público.

Sobre o acesso à internet, até abril de 2023 acumulavam-se cerca de cinco bilhões de usuários da rede internacional de informações, o que compreende cerca de 64% da população (Conselho Econômico e Social das Nações Unidas, 2014; Internet Live Stats, 2023; Telecommunication Development Sector, 2014).

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística – IBGE (2013) apontam que entre 2005 e 2013 o número de usuários da internet no Brasil saltou de 20,9% para 49,4% da população nacional, representando mais de 31 milhões de domicílios com utilização de internet e 75% da população nacional utilizando telefone móvel celular. Uma segunda grande onda foi observada no período 2015-2019, no qual o IBGE identificou que cerca de 82% dos domicílios brasileiros dispõe de alguma forma de acesso à internet (IBGE, 2013).

Quanto às ferramentas utilizadas pela população brasileira para interação *online*, a Pesquisa Brasileira de Mídia, encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, apontou que 45% da população brasileira acessa o Facebook mensalmente, somando mais de 92 milhões de usuários; ao mesmo passo que dentre todos os brasileiros que têm acesso à internet, 58% utilizam regularmente o WhatsApp (Brasil, 2021).

Portanto, há arrimo social para afirmar-se que a internet formata considerável parte das relações pessoais, tratando-se de mecanismo demograficamente difundido, cotidianamente presente na vida humana.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

A VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A SOCIEDADE LÍQUIDA E SUA RELAÇÃO COM O ONLINE

As acepções de novos arranjos de interação social abrem espaço para uma abordagem social. Segue-se à guisa de Bauman (1998; ebook) e seu “O mal-estar da pós-modernidade”. Para o autor, antes de tudo, há íntima vinculação entre as noções de “civilização” e “cultura”; há que apenas a sociedade moderna pensou em si mesma como produto de cultura e civilização, tratando tais operações como objeto de estudo semelhantes, de forma que expressões como “civilização moderna” abarcam pleonasmos. Ressalta-se que nesse cenário a liberdade individual “reina soberana”; eleva-se como valor pelo qual todos os outros valores passam a ser aquilatados e utilizados como referência para resoluções supraindividuais de todas as normas – cogentes, políticas, sociais, por exemplo (Bauman, 1998).

Essa dinâmica, na visão baumaniana, representa que “qualquer valor só é um valor [...] graças à perda de outros valores” (Bauman, 1998). Esse estado de coisas apontado culmina no reconhecimento de um paradigma de vida típico da modernidade, em que se conflui valor e desejo (Bauman, 1998). É ponto particular que se reconhece o princípio da pós-modernidade.

A despeito de uma abordagem meramente conceitual – ou de premissas maiores, menores e conclusões – grifa-se a lição de Esperandio (2007): é tarefa árdua reduzir a pós-modernidade a um conceito em termos ontológicos, mas há como identificar o fenômeno pós-moderno nos movimentos que visam à construção de sentidos sobre processos de elementos fundantes da vida cotidiana, tais como política, economia, cultura e religião (p. 10). Tão difícil é a tarefa de conceituar-se que há escritores optando por termos como “contemporaneidade” (p. 11-12). Neste trabalho, os termos pós-modernidade e contemporaneidade são tratados como sinônimos – à vista da adversidade indicada pela autora. Continua-se, então, à procura de uma concepção holística, e não puramente conceitual.

Recorre-se novamente à Bauman (2001), que conceitua a sociedade pós-moderna como sociedade líquida (p. 250): uma sociedade que não se afixa a um local ou momento do tempo; que está continuamente disposta a mudar e servir-se do novo; afixar-se é mais difícil que tomar novo formato; e na qual tomar novo formato é sinônimo de sucesso, força, invencibilidade (p. 250). Com efeito, a durabilidade, a constância e suas instituições deixam de ocupar patamar dogmático e passam a ser fluídos. Na baumaniana, esse padrão é formatador e inarredável característica da sociedade moderna.

Pode-se tentar, sopesando a visão de Bauman (1998) e as dificuldades elencadas por Esperandio (2007), uma aproximação teórica-conceitual: a pós-modernidade é uma composição sociocultural na qual inserem-se as sociedades das eras moderna e contemporânea, cujas características principais residem na globalização (direta e severamente incrementada pelo fenômeno da difusão da internet), no domínio do sistema capitalista e na volatilidade de valores da vida; o que foi sintetizado por como liquidez (Bauman, 2001).

Em linhas finais, destaca-se o estudo de Recuero (2014), ao indicar que esse novo modelo de vida deságua na necessidade de manter uma face positiva, baseada num acordo de troca de



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

interações entre usuários. A sociedade passa a ser movida por uma dinâmica de troca de interações não muito preocupadas com o conteúdo em si, mas ocupada na manutenção das relações *online* existentes. Ferramentas de interação de redes como o Facebook (curtidas, comentários, por exemplo), são empregadas num acordo tácito entre os grupos envolvidos: busca-se usá-las de forma a manter a face alheia e a própria e, através dessas práticas, construir laços sociais mais fortes e confiança no ambiente social da conversação (Recuero, 2014).

É nesse contexto de volatilidade e diminuição de crenças enraizadas, aliado ao fenômeno da globalização, que irrompe uma sociedade digital, na qual o fenômeno da influência digital (aqui, objeto de estudo) é desenrolado.

A SOCIEDADE DIGITAL

Delineados alguns dos marcos teóricos da vida na pós-modernidade, pode-se aventar a ideia de uma sociedade informacional. Mais que isso, considerando que essa sociedade se utiliza sobretudo dos meios digitais para obtenção de informação, apresenta-se uma sociedade digital.

Nesse modelo de sociedade digital, encontram-se diversos fatores típicos da vida *offline* inseridos no ambiente eletrônico conectado à internet. Grosso modo, as dinâmicas pessoais, os valores particulares e as relações privadas diversas, tais como de consumo, inserem-se no ambiente *online*, muitas vezes dependendo deste para sua existência e manutenção – por exemplo, cita-se a comum manutenção de amizades exclusivas das redes sociais, não transpostas para relações fisicamente presenciais.

Indispensável indicar que a Organização das Nações Unidas - ONU realizou em outubro de 2017 a *World Telecommunication Development Conference* (ONU, 2017a), com objetivo de promover discussões sobre o futuro das tecnologias de telecomunicação e informática. Um dos resultados da conferência é a Declaração de Buenos Aires de 2017, que reconhece a internet como uma peça fundamental para o desenvolvimento social, bem como distingue a existência de uma sociedade informatizada (ONU, 2017, p. 01-04).

Corolário ao tema da sociedade digital, há a noção de uma cibercultura. Numa noção geral, o termo cibercultura dá conta da reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais, éticas dos seres humanos, que se articulam em redes interconectadas de computadores – o ciberespaço; é um fluxo contínuo de ideais, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por computadores (Levy, 1999). A cibercultura tem relação com o que ocorre nos ambientes desconectados, de forma que não se trata, assim, de um marco zero na cultura da humanidade, mas de um meio impregnado de particularidades típicas de um espaço conectado por computadores. Em outras palavras: é cultura, em seu sentido de produção humana, acontecendo no ciberespaço (Martino, 2014, p. 27).

Inclusive, destaca-se que Martino (2014, p. 26-27), ao trabalhar com a noção de cibercultura (Levy, 1999), indica que a internet é, em si, incompatível com um sistema de ensino baseado na



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

relação professor-aluno – naquele ano de 1996, quando Levy afirmou isso, a ideia de alunos usando mídias digitais durante uma aula na França parecia um desafio à lógica. No entanto, o próprio Levy (1999) reconhece que a expansão irregular e limitada de acesso aos equipamentos não era um fenômeno isolado, mas parte do crescimento de um relacionamento humano que chamou ciberultura (p. 26-27).

Contudo, o cenário não é apenas de boas-novas: enquanto a democratização do acesso à internet vincula-se à possibilidade de formação de uma comunidade global, que compartilha valores culturais diversos, seu revés é o aumento da separação dos marginalizados. No mesmo espaço de reconhecer a internet como inigualável promotora de integração global, a ONU (2017) entende que há um efeito ambivalente na democratização tecnológica, qual seja afastar aqueles que já se encontram excluídos dos cenários de interação social. Como contramedida à possibilidade, a Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação de 2003 definiu uma ampla agenda de compromissos e ações no espaço de uma sociedade da informação (ONU, 2003).

O debate é fomentado pela emergência das redes sociais, que modelam o cotidiano das pessoas, que se tornam cada vez mais internautas, na medida em que há uma interação comum, deixando de ser meros usuários de um sistema de telecomunicação. A referida ocorrência implicou uma significativa alteração no modo de vida, nos padrões comportamentais e na maneira como o cerne íntimo de cada indivíduo reage às interações sociais e às provocações midiáticas.

Não obstante as benesses de um modelo de sociedade movida pela interação social, os pesquisadores Lundmark *et al.*, (1998), em estudo multidisciplinar publicado pela *American Psychological Association*, vincularam o aumento do tempo gasto em interações *online* com a diminuição não apenas do tempo dedicado às outras espécies de interação, mas também com a qualidade dessas interações *offline*. Segundo os pesquisadores, os efeitos do imediatismo típico das interações *online*, torna o comportamento *offline* do internauta mais superficial, uma vez que atenua o interesse do usuário por temas típicos do mundo físico. Nesse ponto, acentuam o aumento dos níveis de estresse dos internautas, bem como os coeficientes de solidão, que são superiores naqueles que priorizam o convívio digital (Lundmark *et al.*, 1998).

Assim, lembrem-se as afirmações dos filósofos Eco (in MENAI, 2000) e Bauman (in QUEROL, 2016). O primeiro defendia que a internet implementou a solidão como custo daquilo que chamava por dilúvio da informação, em que havia demasiado conhecimento por baixo custo financeiro. Protestava que o meio *online* deu voz a uma legião de imbecis (Agência Italiana de Notícias, 2015). Por sua vez, o segundo alegava que as redes sociais são uma armadilha às interações sociais e à identidade individual. Diferenciava os conceitos de comunidade e rede, em uma relação na qual o indivíduo pertence à comunidade e a rede pertence ao indivíduo, sendo que em ambos os modelos se destacam as habilidades sociais (in QUEROL, 2016). Contudo, quando exportadas para o ambiente *online*, as habilidades sociais se tornam dispensáveis, bem como a ideia de incremento dos debates seria uma farsa, uma vez que o ser humano tenderia a manter relações



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

apenas com aqueles que compartilham de sua opinião (in QUEROL, 2016). Dessa forma, aparta-se a crítica ao modelo de sociedade digital, na qual as benesses da conexão contínua, acompanham-se dos agravos em sede de alterações comportamentais.

OS PRIMEIROS ASPECTOS DA INFLUÊNCIA INTERPESSOAL

Do entendimento sobre os relacionamentos humanos coloquiais, desenvolve-se considerável parte dos estudos da Sociologia e da Psicologia. Tais áreas científicas servem de acostamento do presente estudo sobre os aspectos caracterizadores do processo de influência exercida entre indivíduos.

O sociólogo Merton (1949, p. 506), em seus estudos sobre os indivíduos influentes, definia-os como aqueles capazes de liderar por conta do uso de todo o conjunto informacional que detinham, caracterizando-se como os chamados líderes cosmopolitas. Em outros termos, o indivíduo influente é aquele com o maior acervo de informações.

Tal entendimento é compartilhado pelos pesquisadores Goldenberg *et al.*, (2001), ao delimitarem que os indivíduos líderes são aqueles que conseguem assimilar e processar a maior quantidade de informações em um menor intervalo de tempo. Da pesquisa dos autores, nota-se que o processo de influência, por meio da liderança, pode ocorrer mesmo diante da ausência de condutas positivas do influenciador, uma vez que o simples processo de convivência pode consagrá-lo como líder dos seus conviventes. Nesse sentido, avulta que o encadeamento de escolha de liderança passa por necessária interação social, para ter-se a consolidação do processo de influência, sendo que essa escolha envolve o atendimento a um determinado conjunto de variáveis pessoais recíprocas.

Por exemplo, se um indivíduo se consolida em um determinado grupo como líder, é notável que sua atuação influencia o modo como seu grupo age; observa-se também que os seus seguidores compartilham dos valores de seu líder, o que, em um primeiro momento, facilitaria o processo de concretização da influência interpessoal.

No tocante ao fenômeno da extensão desses efeitos das relações estabelecidas no ambiente *online*, ressurgem um primeiro vislumbre daquilo que se pode chamar de influência digital ou E-Influence (Charest, 2015).

O referido quadro vincula-se ao valor que cada indivíduo atribui aos relacionamentos que mantém, de modo que o objetivo da influência, quando exercida propositalmente, seria utilizar-se de vínculos e relações para impelir opiniões e comportamentos aos conviventes. Conforme a lição de Granovetter (1973), os relacionamentos intensos remetem, proporcionalmente, à importância dada à relação que originou os vínculos. Em analogia, é uma espécie de simbiose em que a importância de uma interação se vincula à importância do relacionamento que a possibilitou. Assim é que quanto mais profundo o nível de ligação estabelecido entre o indivíduo influenciador e seu seguidor, maior a possibilidade de sucesso do processo de influência.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

A respeito, apresenta-se o estudo de Brown e Reingen (1987), ao avaliar as relações de influência em nível macro. Os pesquisadores corroboram com a defesa que líderes são influenciadores, asseverando a importância das relações desenvolvidas entre os seguidores, uma vez que desempenham “funções de pontes”, capazes de enaltecer ou prejudicar os condutores de opinião. Consagra-se a percepção de que a detenção de informação é característica do influenciador.

O PROCESSO DE INFLUÊNCIA DESEMPENHADO PELO MEIO *ONLINE*: A INFLUÊNCIA DIGITAL

Primeiramente, deve-se destacar dois motes do processo de influência digital. O primeiro remete ao meio informático como um local para que os indivíduos líderes exerçam o processo de influência. O segundo engloba a atuação dos provedores de serviço *online*, a fim de impelir um determinado comportamento ou opinião, utilizando-se ou não do controle que detêm sobre conceitos humanos, para concretizar algum comportamento ou desejo ante uma determinada comunidade ou indivíduo.

Conforme anteriormente destacado, parte da influência vincula-se ao modo como os seguidores entendem o comportamento de seu líder. O valor das interações desenvolvidas pela massa é parte do objeto avaliado por Katz e Lazarsfeld (1955) ao defenderem que o processo de influência ocorre em uma passagem de dois rumos, na qual o indivíduo pode ser influenciado por uma ferramenta de comunicação e, ao mesmo tempo, utilizar-se da mesma ferramenta para influenciar sua rede de ligações (p. 202).

A ocorrência, consistente na mudança de um indivíduo influenciador, que se torna o objeto influenciado, dá destaque à participação individual. Foi este um dos elementos extraíveis dos estudos de Watts e Dodds (2007), que ao analisarem o modo como as ferramentas de marketing *online* são capazes de atingir os usuários e influenciá-los no processo de compra, perceberam que o vínculo da ferramenta digital a uma imagem humana inspira a confiança da pessoa influenciada. Logo, esse seria o principal desafio do fenômeno da influência empreendida pelas mídias digitais - a superação da barreira da personalidade; ou a necessidade de atrelar-se à figura humana.

Se colocadas tais características no mesmo plano, em resumo, tem-se que a concretização da relação de influência agrega o conjunto de informações detidas pelos provedores de serviço, a escolha de um grupo ou indivíduo alvo e a escolha de um grupo ou indivíduo líder. Nesse cenário, nota-se que um dos principais empregos ocorre nas relações de marketing estabelecidas no meio *online*.

No contexto em que as mídias digitais se tornam instrumentos e protagonistas da internet, detentoras de um apanhado de informações (de alguma forma, equiparando-se às figuras líderes anteriormente citadas), frisa-se a classificação de Kaplan e Haelein (2010) sobre a relação estabelecida entre os veículos midiáticos, os graus de autopreservação e reconhecimento, assim como a quantidade de recursos humanos que a mídia exige para o fim de interação. Para os pesquisadores, quanto menor o nível de “autopreservação” promovida por uma rede digital, maior o



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

nível de “presença social” de uma rede. Por exemplo, os sites de redes sociais tais como o Facebook e Twitter, resultam em níveis “medianos” de presença social ao passo que demandam baixo nível de “autopreservação” (p. 63).

Por sua vez, ao estudar o comportamento *online* de consumidores de diversos produtos, Schau e Gilly (2003) notam a apresentação de padrões claros entre o sucesso da influência digital por meio da comunicação e o emprego de estratégias que são bem-sucedidas no mundo *offline*. Por outros termos, uma exportação dos mecanismos que são bem-sucedidos nas relações mundanas, representa o incremento das chances de sucesso nas interações digitais.

Com efeito, percebe-se que a ascensão da ampla conexão à internet transferiu o local de empreendimento do processo de influência, o que é um processo natural, típico da ideia de comunidade globalizada, não representando grandes alterações no que se tem por interação social (Fernback, 2007).

Esse apanhado permite afirmar que o espaço *online* pode ser utilizado para fins de promoção de influência comportamental de internautas, sendo que isto é alicerce de muitas das relações estabelecidas na sociedade conectada. Neste ponto em particular, há discussão acerca dos aspectos éticos da utilização de estratégias de influência disfarçada, até por conta da ampla utilização que se dá aos mecanismos de aprendizado automatizado, baseados em redes de inteligência artificial, autonomamente capazes de estabelecer maneiras de atuação a fim de impelir comportamentos nos internautas.

Essa interação, por meio da internet, seria uma “comunicação pessoal de massa” (*mass self-communication*), a qual herdaria da comunicação de massa a potencialidade de alcançar uma incontável quantidade de pessoas e, ao mesmo tempo, trata de um foco individual, direcionado a uma rede de público com interesses comuns (Martino, 2014; p. 106-107; Castells in Martino, 2014). Quando à mensagem comunicada, objeto da influência, atinge um público, em várias modalidades e canais, ela é apropriada por indivíduos igualmente conectados, que tendem a discutir os conteúdos com suas redes de contato, extraindo significados compartilhados e abrindo espaço para várias formas de compreensão; a mensagem multimodal e multicanais, embora tenha traços de verticalidade (influente e influenciado), é articulada com a horizontalidade das redes (rede e influenciado).

Esse apanhado teórico, que considera aspectos da influência pessoal, da comunicação de massa e das características dos meios digitais, deságua em falar-se em influência digital como o processo de influência comportamental, a fim de motivar comportamento ou sentimento do internauta, seja porque incitado por ação humana, seja porque decorrência da atuação de mecanismos informáticos autônomos.

À vista disso, compulsando a característica transindividualidade que se atribui às ocorrências *online* e seus protocolos de atuação (que reproduzem padrões de influência por comunicação de massa típicos do mundo *offline*), tem-se inegável que em seu processo de concretização, a influência



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

digital detém capacidade para afetar a inteireza individual, afetando as características pessoais, tais como a autonomia da vontade, as quais são objeto de proteção dos direitos de personalidade – de alçada constitucional, conforme anteriormente exposto.

Em sua concretização, seja oriundo de fonte humana ou digital, o fenômeno da influência digital esvazia a noção de indivíduo, colocando-o no estado de objeto, menosprezando aquilo que se tem por individualidade e lançando-o ao conglomerado de usuários, na medida em que se utiliza de padrões de comunicação em massa para dirigir-se individualmente a cada usuário.

A respeito de o processo de influência digital acabar por diminuir as individualidades, apresenta-se breve exemplo na sequência.

EXEMPLO INTERNACIONAL: FACEBOOK E CAMBRIDGE ANALYTICA: INFLUÊNCIA DIGITAL NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL ESTADUNIDENSE DE 2016

Fato bastante divulgado nos primeiros meses de 2018, o caso referido reputa ao uso indevido de informações privadas dos usuários do Facebook pela empresa Cambridge Analytica, a qual desenvolve atividades de mineração e análise de dados para processos eleitorais (Cambridge Analytica, 2018).

A referida empresa de assessoria em marketing e tratamento de dados teria utilizado de imprecisões dos termos de uso do Facebook para colher dados dos usuários a fim de traçar perfil-alvo para diversas campanhas eleitorais, destacando-se a sua atuação no pleito presidencial estadunidense de 2016, assim como para impelir, por meio de algoritmos e outras ferramentas digitais, conteúdos capazes de alterar a percepção de eleitores sobre os candidatos – por outras palavras, praticar influência pelo meio *online*; influência digital (Riley *et al.*, 2018).

O modelo de atuação da Cambridge Analytica é baseado no agrupamento de usuários de partilham informações comuns, tais como identificação de gênero, orientação sexual, idade e religião, para, utilizando-se de mecanismos de inteligência artificial, escolher notícias e informações políticas, ainda que falsas - as chamadas *fake news* -, compartilhando-as no âmbito do Facebook, a fim de alterar o comportamento dos internautas, conforme esses grupos previamente categorizados (Cadwalladr; Graham-Harrison, 2018).

Essa alteração comportamental compreendeu a atração para o compartilhamento das notícias em favor do candidato contratante da empresa em condições a influenciar na escolha dos eleitores (Bowcott; Hern, 2018).

Contudo, salienta-se que alguns aspectos da atuação da empresa permanecem desconhecidos, sabendo-se pouco de como ocorria a utilização de técnicas de marketing e programação informática, a fim de refinar os resultados do processo de influência (Chertoff, 2018).

Outro fato de destaque é que as informações obtidas pela Cambridge Analytica não foram colhidas irregularmente, quando analisados os termos de uso da plataforma, uma vez que apanharam dados tidos como “públicos” no âmbito do Facebook e os usuários iniciais concordaram



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

com a utilização de um aplicativo específico, o qual iniciou o processo de coleta de dados (Granville, 2018).

Quanto ao alcance dos protocolos de influência digital promovidos pela empresa, uma ex-funcionária da Cambridge Analytica, ao depor perante o Parlamento Britânico, relatou que os dados de mais de 87.000.000 (oitenta e sete milhões) dos usuários do Facebook, em todo o mundo, podem ter sido utilizados indevidamente no processamento dos mecanismos de influência da referida empresa. Quanto ao número total de influenciados, alegou a impossibilidade de estimar-se (Lecher, 2018).

As consequências sobre o comportamento dos internautas afetados podem compreender o poder de escolha no momento de voto, uma vez que eram afetados por notícias, verdadeiras ou não, capazes de incentivá-los na escolha do candidato presidencial. Inclusive, essa preocupação justificou a instauração de procedimento investigatório administrativo no âmbito do Congresso Americano, uma vez que o candidato assessorado pela Cambridge Analytica, Donald John Trump, acabou eleito Presidente dos Estados Unidos da América no pleito de 2016 (O'sullivan *et al.*, 2018).

No Brasil, considerando a possibilidade de afetação da integridade dos dados de mais de 400.000 (quatrocentos mil) usuários (Soprana, 2018), a Câmara dos Deputados, por meio da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, instaurou procedimento informativo, a fim de verificar o possível uso inadequado de dados pessoais de internautas brasileiros (Câmara dos Deputados, 2018).

O caso da utilização de informações do Facebook acentua a gravidade da possível utilização inadequada dos dados informáticos em detrimento do usuário. Sublinha a possibilidade de sistemas informáticos autônomos ou humanamente gerenciados serem empenhados a fim de compelir determinado comportamento ou opinião ao internauta, com consequências nas relações estabelecidas no mundo *offline*.

Cogita-se que o caso Facebook e Cambridge Analytica represente considerável parte da situação abordada neste estudo, uma vez que se observam relações desenvolvidas no ambiente digital, as quais sujeitam-se à influência do contratante da empresa de assessoria política, suprimindo aspectos individuais dos internautas em favor de determinada campanha política, causando-lhes mudança comportamental, sem que percebessem, fato agravado pela atuação de mecanismos informáticos autogerenciáveis e pela possível afetação do resultado eleitoral.

CONSIDERAÇÕES

Considerando que o objetivo deste estudo é investigar as mudanças comportamentais relacionadas ao ambiente digital pelo processo de influência exercida pelo meio *online*, sua capacidade de massificação das pessoas e o esvaziamento das individualidades, apresentam-se algumas considerações.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

Revela-se haver certo nível de intervenção promovida pelo meio digital na individualidade catalisadora de mudança comportamental. Esse nível de intervenção se dá, conforme os casos apontados, por uma elevada valoração pessoal que cada internauta atribui ao *online*.

Ainda, essa elevada valoração pessoal encontra uma atuação engenhada de provedores de serviços informáticos voltada a compelir determinadas reações e comportamentos de massa – como se viu, por exemplo, no caso das eleições americanas de 2016.

Não menos importante, coopera com tal raciocínio o modo como os internautas são tratados, sintetizável na noção de massa, não havendo distinção de suas opiniões (elementares de um conceito de individualidade) e o modo como esse tratamento massificante incentiva uma operação de supressão das individualidades dos internautas em prol da promoção do fenômeno de influência, na medida que impele de forma difusa comportamentos e opiniões, sem qualquer ponderação sobre aspectos íntimos dos influenciados;

Por fim, reconhece-se ser essa operação contemporânea da sociedade pós-moderna (ou sociedade líquida), na medida que neste arranjo social reconhece-se como orientação maior a fluidez dos valores que, anteriormente, eram tidos por dogmáticos (como a inteireza psicológica, por exemplo).

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ITALIANA DE NOTÍCIAS (Org.). Redes sociais deram voz a legião de imbecis, diz Umberto Eco. Agência Italiana de Notícias, 2015.

AZEVEDO, Ana. **Marco civil da internet no Brasil**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

BASTIANI, Ana Cristina Bacega de; PELLEZZI, Mayara. Cidadania transnacional: a integração jurídica na sociedade globalizada. **Cadernos do Programa de Pósgraduação: Direito PPGDir/UFRGS**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p.242-268, jul. 2017.

BASTOS, Celso Ribeiro; TAVARES, André Ramos. **Tendências do direito público no limiar de um novo milênio**. São Paulo: Saraiva, 2000, p. 389.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. *E-book*.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Malheiros, 2006.

BORRUSO, Renato. **Riflessioni Sull'Informatica Giuridica**. [S. l.: s. n.], s. d. Disponível em: .

BRASIL. **Pesquisa brasileira de mídia**. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2021.

BROWN, Jacqueline Johnson; REINGEN, Peter H. Social Ties and Word-of-Mouth Referral Behavior. **Journal of consumer research**, Chicago, v. 14, n. 3, p. 350-362, dez. 1987.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo o que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

CADWALLADR, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. **The Guardian**, London/UK, abr. 2018.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Comissões**. [S. l.]: Câmara dos Deputados, 2018.

CAMBRIDGE ANALYTICA. **CA Political**: data-driven campaigns. [S. l.: s. n.], 2018.

CASAVOLA, Francesco Paolo. **Guida al diritto**. Disponível em: . Acesso em: 08 out. 2021.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1999. In: MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

CHAREST, Francine. **The characteristics of the e-influence of community managers**: Issues for the e-reputation of organizations. [S. l.: s. n.], 2015.

CHERTOFF, Michael. 10 At stake in Cambridge Analytica scandal: Not just privacy, but freedom itself. **USA Today**, Mclean/VG, abr. 2018

COMPARATO, Fábio Konder. A democratização dos meios de comunicação em massa. **Revista USP**, São Paulo, ed. 48, p. 6-12, dez. 2010.

CONSELHO ECONÔMICO E SOCIAL DAS NAÇÕES UNIDAS. **2010 and 2020 world population and housing census programmes**: Report of the Secretary-General. [S. l.]: Conselho Economico e Social das Nações Unidas, 2014.

CONSTANZO, Pasquale. **Aspetti evolutivi del regime giuridico di Internet**. [S. l.: s. n.], 1997.

ESPERANDIO, Mary Rute Gomes. **Para entender pós-modernidade**. São Leopoldo: Sinodal, 2007.

FERNBACK, Jan. Beyond the diluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations. **New Media & Society: SAGE Journals**, Philadelphia, v. 9, n. 1, p.49-69, fev. 2007.

GOLDENGERB, Jacob; LIBAI, Barak; MULLER, Eitan. **Talk to a network**: complex systems look a underlying processor of word-of-mouth. [S. l.: s. n.], 2001.

GRANOVETTER, Mark. The strenght of weak ties. **American journal of sociology**, Chicago, v. 78, n. 6, p.1360-1380, maio 1973.

GRANVILLE, Kelvin. Facebook and Cambridge Analytica: What You Need to Know as Fallout Widens. **The New York Times**, mar. 2018.

HAFNER, Katie; LYON, Matthew. **Where Wizards Stay Up Late**: the origins of the internet. Nova Iorque: Simon & Schuster, 1998.

HAUBEN, Ronda. **From the ARPANET to the internet**: a study of the arpanet TCP/IP digest and of the role of online communication in the transition from the ARPANET to the internet. [S. l.: s. n.], 1998.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. User of the world, unite!: The challenges and opportunities of social media. **Business Horizons**, Paris, v. 53, n. 1, p. 59-68, fev. 2010.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O ESVAZIAMENTO DAS INDIVIDUALIDADES
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul Felix. **Personal influence**: the part played by the people in the flow of mass communication. New Jersey: The Free Press, 1955.

KRAUT, Robert et al. Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? **American Psychologist Association**, Washington, v. 53, n. 9, set. 1998.

LECHER, Colin. Former Cambridge Analytica employee says Facebook users affected could be 'much greater than 87 million'. **The Verge**, New York/NY, abr. 2018.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999. *In*: MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 26-27.

MERTON, Roberto. **Sociologia**: teoria e estrutura. São Paulo: Mestre Jou, 1949.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU. **Declaração universal dos direitos humanos**. [S. l.]: ONU, 1948.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Cúpula mundial sobre a sociedade da informação**. [S. l.]: ONU, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/cST9kp>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **World telecommunication development conference** [S. l.]: ONU, 2017.

O'SULLIVAN, Donie; HERB, Jeremy; RAJU, Manu. Cambridge Analytica whistleblower to appear before Congress next week. **CNN: politics**. Atlanta/GE, abr. 2018.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito e internet**: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito digital**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

PUDDEPHATT, Andrew. **Freedom of expression**: The essentials of Human Rights. Londres: Hodder Arnold, 2005.

QUEROL, Ricardo de. **Zygmunt Bauman**: "As redes sociais são uma armadilha". [S. l.: s. n.], 2016

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Revista Verso e Reverso**, v. 28, n. 68, 2014.

RILEY, Michael; FRIER, Sarah; BAKER, Stephanie. Understanding the FacebookCambridge Analytica Story: QuickTake. **The Washington Post**, Washington/DC, abr. 2018.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância**: a privacidade hoje. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 37.

SCHAU, Hope Jensen; GILLY, Mary C. We are what we post?: self-presentation in personal web space. **Journal Of Consumer Research**, Oxford, v. 30, n. 3, p. 385-404, dez. 2003.

SOPRANA, Paula. Comissão da Câmara aprova convocação do Facebook Brasil sobre o caso Cambridge Analytica. **O Globo**, Rio de Janeiro/RJ, abr. 2018.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

VIDA NA PÓS-MODERNIDADE: A INFLUÊNCIA DIGITAL E O Esvaziamento das Individualidades
Flavio Henrique Bertoldi da Silva, Carlos Golembiewski

WATTS, Duncan J.; DODDS, Peter Sheridan. Influentials, networks, and public opinion formation. **Journal Of Consumer Research**, Chicago, v. 34, n. 1, p.110-128, dez. 2007.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulos Editora, 2006.