

Capítulo 69 - DOI:10.55232/10830012.69

**INFLUENCIADORES OU INFLUENCIADOS: UM
ENTENDIMENTO DA RELAÇÃO SOCIAL
CONTEMPORÂNEA SOB A ÓPTICA DO INTERACIONISMO
SIMBÓLICO**

Ana Luísa de Paula Menezes Costa

Marcada pela perda da estabilidade das estruturas sociais e pela ascensão da internet, a Era Pós-Moderna possui um contexto social distinto das demais épocas. Com o mundo cibernético crescente e cada vez mais ativo e menos passivo na vida cotidiana, o campo interativo e comunicativo transformou-se, migrando para a internet, o que resultou nas chamadas “mídias sociais” ou “redes sociais”. Os sujeitos virtuais, ou os usuários, assumem, assim como na vida real, máscaras sociais, frutos de estigmas da virtualidade e, de certa forma, do meio social contemporâneo. Esta pesquisa possui como objetivo principal compreender as relações sociais cibernéticas, as interações dos sujeitos no meio e a suposta exposição da privacidade, aliada às personas virtuais. Sob o recorte teórico do interacionismo simbólico, posto por George Herbert Mead (1863-1931), Herbert Blumer (1900-1987) e Erving Goffman (1922-1982), o estudo salienta o fenômeno virtual de influência e dos influenciadores digitais, em análise com o ambiente virtual e os estigmas cibernéticos. Visto o uso massivo das mídias sociais, esta pesquisa é de extrema importância para a compreensão do fenômeno social e o bem-estar dos sujeitos, dentro e fora das redes. Por meio de uma análise empírica, posta sob os preceitos interacionistas descritos por Blumer, analisou-se o perfil na rede social “Instagram” de Gustavo Tubarão, um influenciador mineiro que possui um vasto público na internet, logo, faz constante uso das redes. Com ênfase nos chamados “stories”, uma ferramenta que permite publicações temporárias de 24 horas, diagnosticou-se interações dos sujeitos, sendo as mais significativas: interações de vínculo; interações de conflito máscara e público; e interações parasita. Diante essa análise, em paralelo à revisão literária, concluiu-se que o fenômeno de influência pertence ao meio cibernético, bem como o de caracterização social. Por fim, entendeu-se que a influência, assim como a informação, é fluida na internet, onde todos contribuem, logo, influenciam e são influenciados, instigando, modulando e restringindo sujeitos e ações, sejam eles anônimos, sejam eles midiáticos.

Palavras-chave: Influenciador digital, Persona, Redes sociais.

Referências Bibliográficas:

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à ação política. Tradução: Roneide Venancio Majer. ed. 21. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

CASTRO, Celso. Textos básicos de sociologia: De Karl Marx a Zygmunt Bauman. ed. 1. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

GIDDENS, Anthony. As Consequências da Modernidade. Tradução: Raul Fiker. ed. 5. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GOFFMAN, Erving. A Representação do eu na vida cotidiana. Tradução: Maria Zélia Santos Raposo. ed. 10. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

GOFFMAN, Erving. Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Tradução: Mathias Lambert. ed. 4. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

HAN, Byung-Chul. No Enxame: perspectivas do digital. Tradução de Lucas Machado. ed. Digital. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

GUSTAVO TUBARÃO. Instagram: ogustavotubarao. Disponível em: <https://www.instagram.com/ogustavotubarao/>. Acesso em 19 de abr. 2021.

MORTENSEN, C. David. Teoria da Comunicação - Textos Básicos. ed. 1. São Paulo: Mosaico, 1980.

SCHUTZ, Alfred. Fenomenologia e relações sociais. Tradução de Angela Melin. ed. 1. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SILVA, C. R. M. da. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In: Intercom — Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 16., 2016, São Paulo. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf> Acesso em: 09 de jul. 2021.