

10-11-2021

INFLUENCER, **O INFLUENCIADO É VOCÊ!** **Diego de Oliveira Souza**

[Doutor em Serviço Social/UERJ. Professor do PPGSS-UFAL/
Maceió e da graduação em Enfermagem/UFAL/Arapiraca]

Talvez nem Ray Bradbury ([leia sobre](#)) pudesse prever a forma sofisticada pela qual nossas vidas passariam a ser controladas pela tecnologia. Isso porque, imersos em uma espiral contraditória de fantásticas possibilidades tecnológicas, ao mesmo tempo, somos, cada vez mais, moldados pelos algoritmos das plataformas digitais. Parte considerável de nossas relações sociais se dão pela mediação da tecnologia, nessas plataformas, em especial por meio das conhecidas “redes sociais”. Comumente, mesmo quando as pessoas estão reunidas presencialmente, cada uma está conectada com sua rede, pelo *smartphone*, postando e conversando *online* em vez de conversar com quem está realmente à sua frente. Nossas vidas acontecem duplamente, como realidade e como vida virtual.

Conforme Marx nos lembra, “a história repete-se sempre, pelo menos, duas vezes, a primeira vez como tragédia, a segunda como farsa”. Como não bastasse, a farsa é cada vez mais trágica, pois ela se imbrica à realidade, uma moldando a outra, mas de forma que as relações reais passam a ser, crescentemente, subjugadas pelas “regras do jogo” virtual. Quanto mais passamos tempo e desenvolvemos atividades nesse lócus “fantástico”, mais fornecemos dados para aqueles que fazem as regras do jogo, sempre com cartas marcadas. Lembremos dos escândalos envolvendo o *Facebook* ([veja](#)), porquanto dados pessoais de seus usuários foram violados e utilizados para traçar perfis de comportamento e, com isso, gerar estratégias de manipulação e gatilhos para reforçar ou criar determinadas formas de pensar e agir, a favor dos interesses de quem controla ou se apropria desses dados, como, por exemplo, para direcionar determinado posicionamento político. Ao mesmo tempo, o fato de existir um grande público consumindo conteúdo nesses ambientes contribuiu para o surgimento de uma nova personagem, cada vez mais comum: o *influencer* digital.

Isso porque pessoas especialistas (ou não) em determinados assuntos, começaram a passar dicas, ideias ou, simplesmente, mostrar suas atividades para o público que lhes acompanha (seus seguidores) e que pretendem usar esse conteúdo em alguma instância da vida. São pessoas que tentam influenciar sobre política, moda, atividades físicas, saúde, educação, relações afetivas e tudo o quanto possamos imaginar. Há variedade de assuntos, perfis e redes, para todos os gostos, alguns, de fato, com um trabalho sério e que passam a se dedicar integralmente a essa atividade, haja vista o (possível) retorno financeiro. A prática de influenciar pessoas via redes sociais se alastrou mais rapidamente do que uma epidemia viral, pois mistura a possibilidade de fazer o que se gosta com a promessa da fama e do dinheiro. Por exemplo, calcula-se que em redes como o *Instagram*, personalidades com milhões de seguidores chegam a ganhar meio milhão de dólares em apenas uma postagem ([veja](#)).

Em diferentes escalas, essa promessa abre uma suposta oportunidade para que todos possam tentar a sorte nessa “roleta”, em uma espécie de fetichismo que subjaz à busca por seguidores, curtidas, comentários etc.

O problema é que, para alcançar o status de *influencer*, é necessário seguir as regras do jogo, adequar-se as tendências que ali predominam e, a partir delas, integrar-se ao conjunto do processo. Isso faz do *influencer* muito mais um influenciado (pelos algoritmos que controlam essas plataformas) do que, propriamente, um influenciador.

É ocioso dizer que o *influencer* consegue influenciar em algum nível, afinal somos todos ativos em qualquer práxis, produtos da história, mas capazes de com ela contribuir. Todavia, o “como influenciar” está determinado *a priori*, para além do controle do indivíduo.

De forma corriqueira, temos assistido profissionais de várias áreas se inserirem nas redes, assumindo o papel de *influencer*, seja para impulsionar suas atividades já realizadas nos moldes tradicionais, seja porque foram impelidos pelo desemprego ou pela instabilidade profissional a buscar alternativas. Professores de educação física, nutricionistas, psicólogos, médicos, enfermeiros ou pessoas sem formação profissional, mas que acumularam alguma experiência, adentram esse universo e vão adaptando as suas práticas às regras do jogo.

Quando e quantas vezes postar, quais serviços oferecer, qual linguagem utilizar, quais os perfis seguir, tudo isso é muito mais determinado pela tendência ali predominante, equalizada pela inteligência artificial, do que pela livre criatividade do sujeito, pretendo influenciador (ainda que ela também esteja presente). Quanto mais o *influencer* participa do jogo, mais ele alimenta o processo de gamificação, visto que, por exemplo, a inteligência artificial calcula a melhor forma de aumentar o engajamento do *influencer*, como fazê-lo se sentir recompensando e, inclusive, quais os gatilhos e desafios necessários ante a diminuição de produtividade. É claro que a estratégia serve para todos os usuários, pois captura clientes que fazem a roda financeira girar nesse universo, engendrando padrões de consumo e comportamentos mais lucrativos em cada bolha online ([veja](#)). Porém, seja como *influencer*, seja como usuário comum das redes, estamos todos sob as mesmas regras. Não se trata de uma crítica ao que fazem os *influencers*, uma vez que muitos deles dão visibilidade a questões relevantes, embora outros sejam os novos capitães Beatty ([veja](#)), porque estão implicados nas narrativas voláteis, desinformação e disseminação de intolerância nas redes. Trata-se, em vez disso, de decifrar as determinações sociais desse universo, para assim, quem sabe, explorar dialeticamente as suas contradições, tal como Montag ([veja](#)). Em uma sociedade desigual, na qual predominam os interesses da minoria economicamente dominante, seria inócua acreditar na existência do exercício da influência social livre das determinações dos interesses dessa minoria.

■ ■ ■

OBS. Os textos expressam a opinião de seus autores, não necessariamente coincidente com a dos coordenadores do Blog e dos participantes do Fórum Intersindical. A cada reunião ordinária, os textos da Coluna Opinião do mês são debatidos, suscitando divergências e provocando reflexões, na perspectiva de uma arena democrática, criativa e coletiva de encontros de ideias em prol da saúde dos trabalhadores.