

# A PERDA DA LEGITIMAÇÃO DOS SABERES CIENTÍFICOS NOS CONTEÚDOS PRODUZIDOS POR DIGITAL INFLUENCERS EM REDES SOCIAIS VIRTUAIS: UMA ANÁLISE SOCIOLOGICA

**JULIO MARINHO FERREIRA<sup>1</sup>; ATTILA MAGNO E SILVA BARBOSA<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – email: [juliomarferre@hotmail.com](mailto:juliomarferre@hotmail.com)*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – email: [barbosaaattila@uol.com.br](mailto:barbosaaattila@uol.com.br)*

## 1. Introdução

O presente resumo é um recorte de uma tese de doutorado, iniciada em março de 2019, que tem como objetivo discutir as novas formas de trabalho surgida nos contextos online das redes sociais virtuais. Essas redes sociais, no Brasil dos últimos dez anos, tiveram um crescimento vertiginoso, o que acabou por afetar e assimilar variadas esferas da vida social, principalmente o que tange o trabalho e as interações entre indivíduos. Dessa forma, as novas formas de trabalho que investigo, sociologicamente, tem como prioridade o uso dos espaços online (Internet, web) como um ambiente, ressignificado e reconfigurado enquanto realidade e elemento alterador dos conhecimentos científicos.

A sociedade tecnológica, reconfigurada pelos computadores, passou a ser vista como uma *sociedade* voltada a informação, ou seja, informacional (CASTELLS,1999), que possibilitou uma abreviação das distâncias e uma maior relação de mercado global. Contudo, com o advento das novas formas de trabalho a partir da massificação dos computadores, um conhecimento mais técnico acabou por ser requerido (e não estaria acessível a todos!). As relações sociais, naquela nova configuração, jamais seriam as mesmas, em todos os âmbitos, principalmente no mercado de trabalho.

Dentro de redes sociais como YouTube, Facebook, Instagram e Twitter (citando as mais usadas por internautas brasileiros) surgiu a possibilidade de usar a imagem de si (beleza, bem-estar, conteúdos engraçados, eróticos, etc.), opiniões (políticas, religiosas, etc.) e a deslegitimação dos saberes científicos e acadêmicos como formas de trabalho e obtenção de status e reconhecimento. Indivíduos que antes não *teriam* voz, perceberam uma possibilidade de

existência, no universo online (ciberespaço) e desse existir, surgiu uma possibilidade de faturar, dentro de uma lógica de exposição das redes sociais virtuais. Com a rotulação (BECKER, 2008), dos *outros*, e a virtualização da vida social, surgiram indivíduos capazes de influenciar (os *Digital Influencers*), seja positivamente ou negativamente.

A profissão da imagem, presente em um modelo social (informacional) pautado pela exposição, atrelada à transformação, e do deslocamento da realidade (ou da vida) para os ambientes online, trouxeram ao saber, uma nova potencialidade: o uso das redes sociais enquanto ferramenta de trabalho. Profissão remete a uma prática que requer uma formação especializada e uma técnica definida (DUBAR, 1997), e nas redes sociais virtuais, isso não fica muito claro, o que merece ser investigado sociologicamente.

Investir em si, numa *auto-imagem*, seja ela bela, inteligente ou engraçada, se tornou um fator determinante para o sucesso online, tendo em vista que qualquer coisa pode ser tornar uma forma de ser *visto* e *consumido*. O *eu*, enquanto um produto, impõe obrigações aos seus usuários/consumidores, já que haveriam sempre um diálogo com os padrões sociais, sejam eles benéficos ou não. O consumo de opiniões e conteúdos relacionados ao bem-estar, sejam elas alimentação ou exercícios físicos são fatores cruciais nesse quesito, com isso, surge a questão da assimilação das redes sociais/Internet como elemento propagador de verdades.

## 2. Metodologia

Análise das redes sociais virtuais Youtube, Instagram, entre outras (dependendo das relações surgidos entre os pretendos perfis a serem pesquisados), em um primeiro momento, será de forma qualitativa, já que buscamos um laime entre o mundo real e os indivíduos (usuários com perfis ou contas online). Dessa maneira, faremos um mergulho sociológico nas ações que surgem nas mesmas, já que todos os dias surgem novos *Youtubers* e *Instagramers* e cumpriria dividirmos entre os mais relevantes, em número de seguidores, faturamento anual e o conteúdo voltado (ou não) à deslegitimação dos saberes científicos.

Em seguida, através do contato com usuários, sejam eles desenvolvedores de conteúdos, ou apenas consumidores, a questão acerca do trabalho, dos conteúdos e da profissão desses perfis será dividida em:

- *Pesquisa exploratória* através de levantamento de perfis/conta, de entrevistas, de coleta de matérias de variadas formas, como *print screens* (capturas de imagens nas telas), além de um levantamento bibliográfico acerca das redes sociais virtuais mais importantes, enquanto mecanismo que potencializam as interações entre indivíduos, nisso incluímos as mencionadas novas profissões;
- *Pesquisa explicativa* será usada para a compreensão das novas particularidades do mundo informacional que permitiu o aparecimento dessas novas profissões online, através de alguns experimentos que pretendemos fazer, como criação de perfis/contas e a utilização de artifícios comuns nessas mesmas interfaces.

A necessidade de contato, de acompanhamento de ações online de usuários, tarefa iniciada há alguns meses, pôde servir de guia para algumas relações já esboçadas no projeto, como as divisões etárias dos perfis/conta, que tenderiam a favorecer certas ações.

### 3. Resultados e discussão

O deslocamento de uma noção de *trabalho*, e de *trabalhar*, atrelada à questão, problemática, da busca por dinheiro, status e reconhecimento, fez com que a legitimidade dos conteúdos (vídeos, imagens, etc.) fossem trocadas pela constante busca por sucesso. Essa busca fez surgir uma questão problemática: a necessidade de se tornar atrativo a todo custo, de se expor a todo custo e, com isso, uma imersão ao mundo virtual na lógica do 24/7 (CRARY, 2014).

Uma nova profissão, como *Youtuber* e *Instagamer*, requer uma regulamentação, tendo em vista o papel que desempenham socialmente, o que comprometeria o trabalho de profissionais reais, como exemplo, citamos os *Youtubers* que divulgam conteúdos de natureza sociológica, que apenas contribuem para a esquizofrenia intelectual que vemos atualmente (como a discussão acerca do que é comunismo ou fascismo), já que esses desenvolvedores online não sabem o mínimo dos assuntos que discutem.

Uma sociedade que coloca *nos ombros* da tecnologia, e da Internet, uma *salvação* e a única fonte de conhecimento, a partir do consumo exagerado de redes sociais virtuais, que utilizadas por indivíduos capazes de produzir conteúdos, que servem para deslegitimar os saberes científicos e acadêmicos, culminaram em um problema de largo escopo na sociedade brasileira, onde o

número de aparelhos smartphones supera o número de habitantes, e o tempo de acesso à Internet é o maior do mundo. Dessa forma, uma possível perda de legitimidade da ciência, e dos saberes acadêmicos emergiu como fato, e orienta a necessidade de um estudo de cunho sociológico, como este.

#### 4. Conclusões

Por se tratar de uma pesquisa há pouco iniciada, muitos pontos analíticos ainda se encontram em aberto, principalmente acerca dos debates sociológicos nas esferas do ciberespaço e sobre os perfis (contas) online que devo analisar. Perceber as novas formas de trabalho nas redes sociais virtuais requer uma imersão em muitas áreas, atividade na qual me encontro. Com isso, através de uma busca interdisciplinar, que envolve estudos de mídia (comunicação e jornalismo) e outras inúmeras áreas. Contudo, o problema, dos usos das redes sociais, enquanto plataformas problemáticas precisa ainda ser mais aprofundada, tendo em vista, que a sociologia brasileira só há pouco se debruçou sobre o mundo digital/virtual.

#### 5. Referências

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume 1.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CRARY, Jonathan. **24/7. Capitalismo tardio e os fins do sono.** São Paulo: Cosac Naify, 2014.

DUBAR, Claude. **Construção das identidades sociais e profissionais.** Porto: Porto Ed., 1997.

BECKER, Howard. **Outsiders: estudos de sociologia do desvio.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura. Perspectivas, questões e autores.** Porto Alegre: Sulina, 2016.