

Influenciadores digitais: tecnodiversidade e tecnologia universal¹

Marcella Borba da Silva ²

Resumo expandido

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, os influenciadores digitais surgiram como figuras centrais no cenário da comunicação, publicidade e marketing. Desde então, eles vêm desempenhando um papel crucial na formação de opiniões, tendências e comportamentos de consumo, com o aumento do alcance das plataformas digitais como *Instagram*, *YouTube* e *TikTok*. No entanto, apesar da diferença entre os influenciadores de diferentes regiões e culturas, todos eles estão sujeitos às mesmas regras e algoritmos impostos por essas plataformas.

Este ensaio busca explorar o impacto do conceito de tecnologia universal moderna sobre os influenciadores digitais, utilizando as teorias de Yuk Hui sobre tecnodiversidade e os insights de Issaaf Karhawi sobre a profissionalização e atuação dos influenciadores. A tecnologia universal, como defendida pela visão ocidental moderna, tende a igualar práticas e comportamentos, ignorando as especificidades culturais e singulares de cada indivíduo.

O objetivo deste trabalho é analisar como as plataformas digitais, ao impor normas e algoritmos padronizados, moldam os comportamentos dos influenciadores e transformam a experiência digital em algo padronizado, sem espaço para personalizações culturais. A pergunta central que orienta esta investigação é: como é possível pensar nos influenciadores a partir da desconstrução da ideia de tecnologia universal?

Para responder a essa questão, propõe-se considerar a tecnodiversidade como ponto de partida para uma experiência enriquecedora culturalmente, termo cunhado por Hui, e que

¹ Trabalho apresentado no Eixo Temático C do XVII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Realização UDESC, nos dias 4 a 6 de dezembro de 2024.

² Mestranda na Universidade Federal de Santa Catarina, marcella_borba@hotmail.com.

reconhece a multiplicidade dessa forma de tecnologia. A ideia a ser explorada é a de que as plataformas digitais, ao impor normas e algoritmos sem personalizações, moldam os comportamentos dos influenciadores, resultando em uma experiência digital que ignora a realidade das diferenças sociais e culturais existentes. Para promover a tecnodiversidade, é necessário desenvolver plataformas que permitam a autenticidade dos usuários e valorizem a diversidade cultural.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 A TEORIA DE YUK HUI SOBRE TECNODIVERSIDADE

Yuk Hui, em sua obra "Tecnodiversidade", argumenta que a tecnologia não deve ser vista como homogênea e universal, pelo contrário, ele acredita que a tecnologia é moldada por completo, desde o contexto cultural, histórico, até o geográfico. Segundo Hui, a tecnodiversidade sugere que devemos olhar para além da perspectiva eurocêntrica e reconhecer a diversidade de práticas tecnológicas que existem ao redor do mundo.

A crítica vem para a visão ocidental moderna da tecnologia, que promove uma única forma de desenvolvê-la e ignora a diversidade existente além disso. Essa abordagem contrasta fortemente com a ideia de tecnologia universal, que pressupõe que há uma única maneira correta de desenvolver e implementar tecnologia, válida para todos os contextos.

A visão de tecnologia universal muitas vezes leva à imposição de práticas e padrões tecnológicos ocidentais em outras culturas, desconsiderando suas particularidades e necessidades específicas. Hui argumenta que essa imposição não só ignora a diversidade cultural, mas também pode levar à destruição de práticas e conhecimentos tecnológicos locais.

Os conceitos apresentados comprovam que a tecnologia tem trazido cada vez mais desafios para os influenciadores digitais, mas que podem ser solucionados com a sugestão de Yuk Hui de sair do monotecnologismo.

2.2 INSIGHTS DE ISSAAF KARHAWI SOBRE INFLUENCIADORES

"Os influenciadores digitais fazem parte de um espaço social de relações marcadas por disputas pelo direito à legitimidade", afirma Issaaf Karhawi. Esse trecho mostra como os influenciadores precisam constantemente negociar e afirmar sua legitimidade dentro do ecossistema digital. Karhawi destaca que essa busca por legitimidade é moldada pelas normas e algoritmos das plataformas digitais, que estabelecem o que é considerado relevante e visível.

Em sua tese, a autora identifica quatro etapas principais na profissionalização das blogueiras de moda: vanguarda, legitimação, institucionalização e profissional. Essas etapas refletem a evolução das blogueiras de amadoras para profissionais reconhecidas no campo da moda, à medida que adaptam suas práticas para atender às expectativas das plataformas digitais e de suas audiências. "A profissionalização das blogueiras de moda se deu a partir da necessidade de legitimação e institucionalização dentro de um campo profissional emergente, onde práticas amadoras foram gradualmente se tornando profissionais" (Karhawi, 2018). Isso demonstra como as influenciadoras ajustam suas práticas para ganhar visibilidade e reconhecimento, navegando nas normas impostas pelas plataformas.

Além disso, Karhawi argumenta que as normas e algoritmos das plataformas digitais desempenham um papel crucial na definição das práticas e identidades das influenciadoras. "As plataformas digitais impõem uma série de normas que influenciam diretamente como as influenciadoras criam e compartilham seus conteúdos, muitas vezes em detrimento de sua autenticidade cultural" (Karhawi, 2018). Isso torna-se essencial para entender como as plataformas moldam não apenas o conteúdo, mas também a forma como os influenciadores se apresentam e interagem com suas audiências.

As influenciadoras, em busca de relevância e sucesso, acabam por adotar práticas que maximizam o engajamento e a visibilidade, mesmo que isso signifique sacrificar elementos de sua identidade cultural única, focando apenas que o importante é o resultado. Por exemplo, o uso de determinadas hashtags, a criação de conteúdos que seguem tendências globais e a manutenção de uma estética visual que se alinha com as expectativas das plataformas são práticas comuns entre as influenciadoras.

O trabalho de Issaaf Karhawi revela como a conformidade às normas das plataformas pode limitar a diversidade cultural e forçar as influenciadoras a moldarem suas práticas de acordo com expectativas universais. Isso ressoa com a crítica de Yuk Hui à ideia de tecnologia universal,

que ignora as particularidades culturais e contextuais. Ambos os autores enfatizam a necessidade de reconhecer e valorizar a diversidade cultural nas práticas digitais, propondo um modelo que permita a expressão autêntica e diversificada.

2.3 PLATAFORMA E INFLUÊNCIA

Arthur Lemos, em "Comunicação, mediação e modo de existência na cibercultura", discute como as tecnologias de comunicação digital moldam as interações sociais e os modos de existência. Ele argumenta que essas tecnologias não são neutras; elas mediam e transformam a maneira como nos comunicamos e nos relacionamos. "As plataformas digitais atuam como mediadoras que não apenas facilitam a comunicação, mas também a moldam de maneiras específicas, influenciando a percepção e a interação dos usuários" (Lemos, 2015).

As plataformas digitais impõem uma lógica universal que resulta na uniformização das práticas dos influenciadores. Isso ocorre porque os algoritmos que determinam a visibilidade e o sucesso nas plataformas são aplicados de maneira uniforme, independentemente do contexto cultural dos usuários. "As plataformas digitais, ao impor suas normas e algoritmos, criam uma homogeneização das práticas culturais, onde a diversidade é frequentemente sacrificada em prol da conformidade às expectativas da plataforma" (Karhawi, 2018).

A imposição de uma lógica universal pelas plataformas digitais tem consequências significativas para a diversidade cultural. Influenciadores de diferentes culturas são incentivados a adotar práticas padronizadas que maximizam o engajamento e a visibilidade, mas que podem comprometer sua autenticidade cultural. Isso pode levar à perda de práticas culturais únicas e à homogeneização da expressão digital. "A uniformidade imposta pelas plataformas digitais pode comprometer a autenticidade e a originalidade dos influenciadores, limitando a expressão da diversidade cultural" (Hui, 2020, p. 53).

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste resumo expandido, espera-se que o leitor esteja ciente de que o tema proposto merece ser mais explorado, visto que o trabalho revelou que as plataformas digitais impõem

normas e algoritmos universais que moldam os comportamentos e práticas dos influenciadores, muitas vezes em detrimento da autenticidade cultural.

A tecnodiversidade, conforme proposta por Hui, enfatiza a necessidade de reconhecer e valorizar a multiplicidade de práticas tecnológicas que emergem de diferentes contextos culturais. Contrapondo-se à visão de tecnologia universal, a tecnodiversidade promove um entendimento mais inclusivo e contextualizado da tecnologia, crucial para a expressão autêntica e diversificada dos influenciadores digitais.

Karhawi ilustra como as normas das plataformas digitais podem limitar a diversidade cultural ao promover uma conformidade às expectativas padronizadas, resultando na homogeneização das práticas dos influenciadores, comprometendo a originalidade e a autenticidade cultural. Conforme foi visto ao longo do trabalho, promover a tecnodiversidade, é essencial desenvolver plataformas que integrem e respeitem as particularidades culturais. Além disso, conscientizar influenciadores e audiências sobre as influências dessas tecnologias pode fomentar uma resistência informada e a busca por alternativas que valorizem a diversidade cultural.

Portanto, este resumo conclui que a promoção de uma maior tecnodiversidade não só beneficia os influenciadores digitais, mas também enriquece o ambiente digital como um todo, permitindo uma expressão mais autêntica e representativa das diversas culturas globais.

Palavras-chave

Influenciadores digitais; Yuk Hui; Plataformas digitais; Tecnodiversidade; Plataformas digitais.

Referências

HUI, Yuk. **Tecnodiversidade**. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

KARHAWI, Issaaf Santos. **De blogueira à influenciadora**: motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda brasileira. 2018. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-17092018-163855/>. Acesso em: 20jul. 2024.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais**: conceitos e práticas em discussão. *Communicare*, São Paulo, v.17, edição comemorativa, p.46-61, 2017. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4979443/mod_resource/content/1/Artigo-1-Communicare-17



XVII SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade do Estado de Santa Catarina. De 04 a 06 de dezembro de 2024.

[-Edic%CC%A7a%CC%83o-Especial%20%282%29.pdf](#). Acesso em: 20 jul.

Lemos, A. **Comunicação, Mediação e Modo de existência na Cibercultura**. In: Alzamora, G; Coutinho, F. Ziller, J. (Org.). Dossiê Bruno Latour. 1ed. Belo Horizonte: UFMG, 2020, v.1, p. 179-206.