

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA

ANA CAROLINA MELO LOPES DA SILVA
DENILSON VICTOR BARBOZA GOMES
MADSON GOMES RODRIGUES DA SILVA

**OS IMPACTOS EMOCIONAIS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA
TRAJETÓRIA DOS INFLUENCIADORES**

RECIFE/2022

ANA CAROLINA MELO LOPES DA SILVA
DENILSON VICTOR BARBOZA GOMES
MADSON GOMES RODRIGUES DA SILVA

OS IMPACTOS EMOCIONAIS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA TRAJETÓRIA DOS INFLUENCIADORES

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA,
como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em
Produção Publicitária.

Professora Orientadora: Mestre Marcela Araújo de Freitas Brito

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

S586i Silva, Ana Carolina Melo Lopes da
Os impactos emocionais das mídias sociais na trajetória dos
influenciadores. / Ana Carolina Melo Lopes da Silva, Denilson Victor
Barboza Gomes, Madson Gomes Rodrigues da Silva. Recife: O Autor, 2022.
22 p.

Orientador(a): Prof. Ms. Marcela Araújo de Freitas Brito.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Produção Publicitária, 2022.

Inclui Referências.

1. Comportamento. 2. Instagram. 3. Mídias Sociais. 4.
Influenciadores. I. Gomes, Denilson Victor Barboza. II. Silva, Madson
Gomes Rodrigues da. III. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV.
Título.

CDU: 659.1

*Dedicamos esse trabalho aos nossos pais, e a Deus,
cuja presença nos auxiliou em nossas escolhas,
abrindo caminhos e nos dando sabedoria,
frente aos desafios e adversidades.*

AGRADECIMENTOS

Concluir este trabalho acadêmico não foi uma missão muito fácil. Foi cansativo, foi ter que muitas vezes abrir mão de momentos de lazer com familiares e amigos, mas ao mesmo tempo foi gratificante por todo o conhecimento adquirido, no qual eu e meus amigos fomos capazes de produzir. Todo o esforço e sacrifício valeu a pena, já que agora finalizo a última parte da minha jornada de tecnólogo em Produção Publicitária, na qual enfrentei barreiras perante a tantas dúvidas que surgiram pela frente, se eu realmente queria me formar e atuar na área. Hoje eu tenho a certeza que sim! Não é como se fosse um trabalho fácil, mas é importante, e no qual podemos fazer a diferença.

Sou grata a Deus por toda sabedoria concedida e conhecimento, pela saúde e determinação para que eu não desanimasse durante a realização deste trabalho, por ter me permitido ultrapassar os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho. Quero agradecer ao meu primo, Jorge, que tanto me incentivou e impulsionou, a estudar e a concluir o curso, ter alguém que acreditou e confiou em mim foi crucial para que eu pudesse chegar até aqui.

Agradeço a minha vó, Rosilene, que eu amo tanto, acompanhou o meu crescimento, me educou e sempre me apoiou em tudo na minha vida, ela diz que: “sem conhecimento você não é ninguém, estude”. Agradeço também aos meus amigos Madson, e Denis por todo o suporte para a realização deste trabalho incrível, acredito que sem a cooperação deles não poderia ter fluído melhor, o apoio que demos um ao outro durante esta jornada foi de uma extrema importância para cada um de nós.

Agradeço a minha orientadora, Marcela Brito, que foi de muita importância durante este percurso, sua paciência e persistência em passar um pouco de seu conhecimento para mim e meu grupo foram essenciais, embora o nosso tempo tenha sido tão corrido perante as circunstâncias cotidianas e obrigações, ela sempre esteve ao nosso lado nos orientando da melhor forma possível e dando o suporte necessário. Sem sombra de dúvidas fomos guiados pela melhor, a confiança depositada, obrigada por nos manter motivados durante todo o processo e nos indicar a direção correta.

Do fundo do meu coração, agradeço a todos àqueles envolvidos de alguma forma nesta pesquisa, meus professores, colegas de classe e familiares. Os membros da banca, muito obrigada pelas avaliações, sou grata pelas bênçãos que recaíram não só sobre mim, mas na de todos que de alguma forma cooperaram para a conclusão desse trabalho acadêmico.

*“Qualquer tecnologia avançada é
Indistinguível da magia.”
(Arthur C. Clarke)*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	11
3 RESULTADOS	12
3.1 A importância das Mídias sociais	13
3.2 Os fundamentos dos algoritmos	13
3.2.1 Como funciona a manipulação dos algoritmos	14
3.3 Os influenciadores por trás das telas	15
3.3.1 A cultura do cancelamento	16
3.3.2 <i>O conceito das fake news</i>	18
3.4 As dificuldades enfrentadas em busca do sucesso	19
3.4.1 A autorresponsabilidade	19
3.4.2 O bloqueio criativo na vida dos <i>Influencers</i>	20
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS	21

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 Manipulação	14
Figura 2 Cultura do cancelamento	16
Figura 3 Panóptico	17
Figura 4 <i>Fake News</i>	18
Figura 5 Bloqueio criativo	20

OS IMPACTOS EMOCIONAIS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA TAJETÓRIA DOS INFLUENCIADORES

Madson Gomes Rodrigues Da Silva

Ana Carolina Melo Lopes Da Silva

Denilson Victor Barboza Gomes

Mestre Marcela Araújo de Freitas Brito¹

RESUMO: Com o advento das redes sociais é possível perceber mudanças de comportamento nos usuários, que anteriormente apenas eram consumidores e agora são criadores de conteúdo; inserindo inclusive, no mercado de trabalho uma nova profissão: influenciador digital. Este por sua vez precisa se posicionar, ser constante, criar comunidade e credibilidade, e como toda profissão esta, requer responsabilidades e conseqüentemente resulta em impactos na sociedade e sobretudo na vida do influenciador. Este trabalho visa analisar quais impactos e como eles tem gerado mudanças no comportamento da sociedade. As redes sociais já não são mais apenas recreativas, e tornaram-se lugar de venda, divulgação, criação, e valores monetários. Numa sociedade pós pandemia ainda pode-se perceber uma movimentação ainda maior pro digital, com aparecimento e fortalecimento e crescimento exponencial de redes sociais, onde cada uma tem seu público específico, mas não exclusivo que determina a diversidade de comunicação na relação influenciador-espectador. Estudos de tecnologia, redes e comportamentos serão apresentados com o intuito de conscientizar usuários sobre o poder que a ele é entregue, mas que, todavia, ele é produto.

Palavras-chave: Comportamento, Instagram, Público, Mídias Sociais, Manipulação, Influenciadores

ABSTRACT: *With the advent of social networks, it is possible to perceive changes in the behavior of users, who were previously only consumers and are now content creators; including a new profession in the job market: digital influencer. This, in turn, needs to position itself, be constant, create community and credibility, and like any other profession, it requires responsibilities and consequently results in impacts on society and especially on the life of the influencer. This work aims to analyze which impacts and how they have generated changes in society's behavior. Social networks are no longer just recreational, and have become a place of sale, dissemination, creation, and monetary values. In a post-pandemic society, it is still possible to perceive an even greater movement towards digital, with the appearance and strengthening and exponential growth of social networks, where each one has its specific, but not exclusive, audience that determines the diversity of communication in the influencer-spectator relationship. Studies of technology, networks and behaviors will be presented with the aim of making users aware of the power that is given to them, but which, however, it is a product.*

KEYWORDS: *Behavior, Instagram, Public, social media, Manipulation, Influencers.*

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, observa-se diversas métricas utilizadas nas mídias sociais, os consumidores começaram a produzir conteúdo em suas redes com o objetivo de serem remunerados pelas plataformas digitais, para que assim, possam ganhar visibilidade e uma maior interação com o seu público. O grande diferencial deles é o poder de convencer e influenciar nas decisões de seu público, moldando diferentes formas de comunicação, lançando tendências e até mesmo novos estilos de postagens.

Vários canais estão se adaptando as inovações, para facilitar a interação com o público em seus espaços, ajudando bastante na vida dos influenciadores ou artistas musicais. Estes meios estão trazendo benefícios até mesmo para a vida financeira, assim garantindo uma grande jornada no meio das mídias digitais. Existe também um processo de ruptura no mundo em que estamos vivendo, processos no qual não sabemos direito para onde está indo, no sentido social e de interação entre as pessoas.

Speck e Attneav (2000) afirmam que as redes funcionam de modo funcional ou disfuncional, o que produz efeitos propiciadores de bem-estar dos trabalhadores, ou pelo contrário levam a condições difíceis de vida sócio laboral. insegurança, depressão e medo do futuro, são alguns dos efeitos mais diretos da interação entre o mundo virtual e real, pois é um mundo com métricas objetivas, onde conseqüentemente acabam deixando as pessoas ansiosas. Os influencers buscam incentivar na tomada de decisões na vida do seu público, como em uma alimentação saudável, a compra de um produto, ou nas roupas que devem usar. Mas anunciar produtos não é só o que os definem, pois podem também atuar de diversas maneiras, o foco não mora apenas no número de seguidores, é muito importante analisar o seu alcance, e quantas pessoas aquele perfil consegue atingir.

Com isso nota-se como as mídias sociais, influenciam a sociedade, disseminando como as pessoas conseguem se manter sendo remuneradas por todo conteúdo que se cria dentro dessas plataformas digitais. Deste modo, as mídias podem tornar o ser humano fácil de se manipular, por assim ser submetido aos desejos que essas plataformas os oferecem, e é desta forma que relacionamentos, amizades, o trabalho e a família conseguem ser afetados. Mas

será que as vidas perfeitas expostas através das telas trazem apenas benefícios na vida dos influenciadores?

O presente artigo busca compreender os impactos das redes sociais na vida dos influenciadores. Entendendo a interação entre influenciadores e consumidores de forma detalhada, através de como o comportamento da sociedade acaba sendo moldado para se encaixar dentro do âmbito virtual. Assim, analisando as estratégias utilizadas por criadores de conteúdo e identificando impacto causado na realidade do seu público.

Portanto observa-se como que a interação social, será o meio de migração pelo real e o digital, tendo uma grande importância na construção de pensamentos e atitudes. Assim gerando mais acesso e facilidade para a sociedade através das plataformas digitais. Porém, isso depende de como os influenciadores e consumidores irão reagir aos resultados obtidos, pois é algo que pode obter bastante avanço e que assim vem trazendo pontos positivos e negativos.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Este artigo foi realizado através de pesquisas bibliográficas e artigos científicos, que segundo Bastos e Keller (1995, p. 53) definem: “A pesquisa científica é uma investigação metódica acerca de um determinado assunto com o objetivo de esclarecer aspectos em estudo”. Utilizando como tema: Os impactos emocionais das mídias sociais na trajetória dos influenciadores. A pesquisa em geral tem como principal foco, explorar e explicar as problemáticas causadas na realidade da vida dos consumidores de conteúdos e digitais influencers, e tem por objetivos específicos analisar os impactos psicológicos e emocionais na vida de usuários virtuais.

A pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo real e virtual, o que significa que as redes autorizam os seus usuários a compartilhar conexões e criar laços, sejam eles fortes ou fracos, seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem.

Então para atender os requisitos e os objetivos acadêmicos deste artigo, o fizemos com base na forma exploratória e explicativa.

As redes sociais mais usadas provocam efeitos positivos ou negativos à saúde, dependendo de como é utilizada, e algumas das plataformas que encabeçam mais importância no mundo virtual são elas, WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube e TikTok.

O Instagram por exemplo é a rede social onde as pessoas se importam muito com os seus devidos números de seguidores e curtidas, e a sua autoimagem. Para Schultheisz e Aprile (2013), a auto imagem é a maneira que o indivíduo se vê em relação ao mundo e aos outros, tal olhar prestará de rota para todas as suas práticas e pensamentos durante a vida. Dantas e Abreu (2019) Deixam em evidência, que diante das felicidades, o Instagram se tornou um espaço para divulgar qualquer percepção sobre a vida pessoal de seus usuários.

3 RESULTADOS

3.1 A importância das mídias sociais

As mídias sociais são capazes de favorecer as relações e promover o bem da sociedade, possibilitam muitas vezes atividades positivas e criam espaços para novos tipos de negócios, uma das grandes vantagens é a participação dentro delas. Para Casson e Cox (1997), “Rede é um conjunto de ligações que direta ou indiretamente conectam cada membro de um grupo a cada outro membro do grupo”.

Devido a pandemia, observa-se diversos empreendedores que tiveram que se adaptar com novos formatos para fugir da crise. O compartilhamento do conteúdo que lhe interessa, também é uma boa maneira de desenvolver relações com outras pessoas on-line e ajudar a descobrir alguns interesses mútuos. Quer você seja uma empresa, ou não, o valor de ter um grande seguidor online é gigante.

Numa sociedade que, crescentemente, se organiza em rede e na qual o conhecimento e a informação desempenham um papel estratégico, sendo chave para a produção constante de inovação, condição básica para o sucesso das organizações. Essas mudanças estão agilizando os processos de produção e

consumo, enquanto ocorre uma convergência de base tecnológica que vem permitindo trabalhar com a informação, em alta velocidade, sobre uma base única e digital. (HERSCHMANN; PEREIRA, 2002, p.4.)

Como vantagens as mídias sociais estão relacionadas a um conjunto de ferramentas de baixo custo e bastante acessíveis, contribuindo para que os usuários possam publicar ou acessar informações, além de ser uma vantagem competitiva em diversas áreas, elas conseguem contribuir para ideias bastante inovadoras. Mas nem tudo é perfeito, essas mídias estão conseguindo superar relações humanas presentemente. Comunicações que antes eram realizadas por contato físico, hoje são feitas em segundos. Embora a tecnologia seja um avanço para as pessoas que dependem dela, ela também apresenta malefícios, pois as pessoas passaram a ter menos contatos pessoais e esquecer do mundo real. O que deveria aproximar as pessoas umas das outras acabou se tornando um meio de desafeto com amigos e familiares.

3.2 Os fundamentos dos algoritmos

O algoritmo é uma sequência de comandos cujo objetivo é resolver um problema ou executar alguma tarefa. As atividades diárias nas redes sociais podem ser estruturadas com a finalidade de conhecer padrões e prever escolhas futuras dos usuários podendo se aplicar em áreas de gestão empresarial, educação, saúde e na segurança. “Os algoritmos se empanturram de dados sobre você a cada segundo. Em que tipos de link você clica? Quais são os vídeos que vê até o fim? Com que rapidez pula de uma coisa á outra? Onde você está quando faz essas coisas?” (LINER 2018 p14)

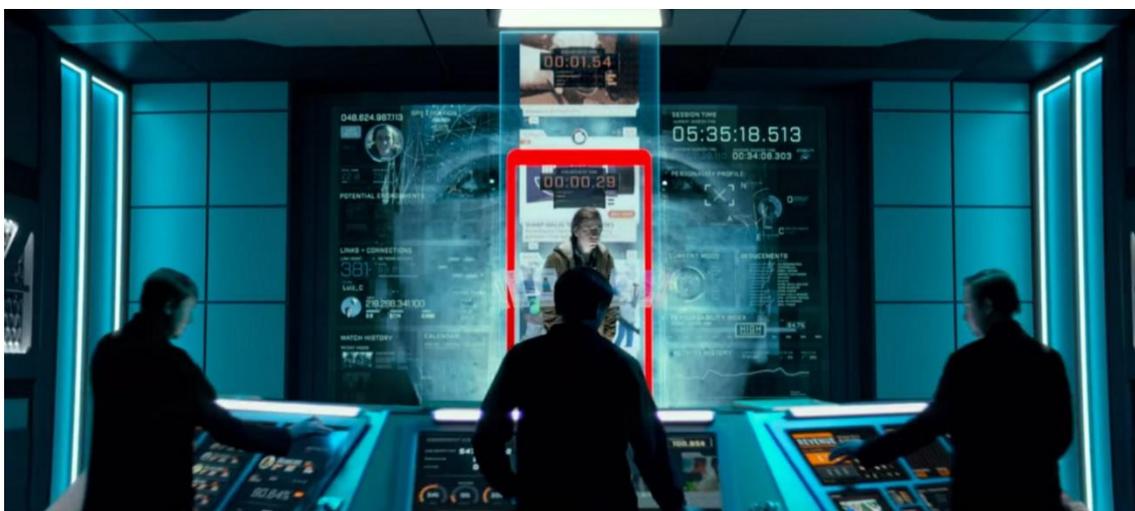
Esses algoritmos conseguem com facilidade moldar comportamentos e fazer com que os usuários gastem bastante tempo no meio virtual. É essencial entender que existe uma sequência de orientações na qual o algoritmo se torna cada vez mais complexo para que no final os resultados almejados sejam alcançados. “Quando um algoritmo proporciona experiências a alguém, a aleatoriedade que facilita a adaptação algorítmica pode alimentar também o vício humano” (LINER 2018 p22) Essa perspectiva consegue demonstrar fundamentos magníficos para controlar o cérebro em constante mudanças as experimentações algorítmicas.

3.2.1 Como funciona a manipulação dos algoritmos

Cada gesto e ação dos usuários são cuidadosamente monitorados para que as determinadas plataformas possam oferecer exatamente aquilo desejado pelo seu público, descobrir o que pode ser exibido para manter os números crescendo. As mídias sociais podem facilmente afetar nas emoções e comportamentos no mundo real, é como estudar a fragilidade do psicológico humano.

“A constante vigilância e os testes de mudança comportamental em multidões de humanos estão reunindo supostamente dados que evoluirão para se tornar a inteligência das futuras IAs, os engenheiros dessa área acreditam que a manipulação de pessoas será o propósito da IA.” (LINER 2018 p136). Com isso o avanço da tecnologia em diferentes sistemas de armazenamento de dados foi desenvolvido para mostrar algo similar ao que você procura através de pesquisas, *likes*, e tempo gasto em conteúdos específicos. A figura 1 demonstra um pouco

Figura 1 – Manipulação



Fonte: Dilema das redes sociais - Netflix

Os aparelhos celulares contam com inteligência artificial em *software*, que fazem com que os usuários se comuniquem através do reconhecimento de voz e usada para o bem-estar de seus usuários. Porém, também não pode ser anulada a possibilidade de riscos como a invasão de privacidade e a manipulação mediante ao comportamento humano e em seus costumes. “Vamos

supor que um algoritmo esteja lhe mostrando uma oportunidade se comprar alguma coisa cinco segundos após você ter visto um vídeo de gato muito divertido. Ocasionalmente, um algoritmo adaptável fará um teste automático para descobrir o que acontece se o intervalo for mudado para quatro segundos e meio.” (LINER 2018 p21). Dessa maneira, viabiliza-se que não somos beneficiados por isso, eles querem que vejamos mais propagandas para que ganhem mais dinheiro através da manipulação e sedução, usando o psicológico do usuário contra ele mesmo.

3.3 Os influenciadores por trás das telas

É possível compreender com mais nitidez os efeitos que as mídias sociais podem causar na vida dos influencers, é a profissão do momento, é aquele que influencia na tomada de decisões de seus seguidores produzindo conteúdos relevantes para sua audiência. No entanto, ser um influenciador é largar seu tempo na realidade com seus familiares, competir seus números de seguidores com os de outros influenciadores, e inovar em seus conteúdos modificando padrões.

Uma das maneiras de socializar que explodiu é o Instagram, uma plataforma social em que os indivíduos são induzidos a exporem as suas vidas, e experiências. “Assim mostrando uma imagem de como desejam ser vistos” (SILVA 2012 p6). Eles precisam estar abertos em relação a tudo o que vem pela frente devido as suas exposições, é saber que vão receber críticas e cancelamentos das quais podem afetar o seu emocional.

Trazer questões diferentes, influenciar o público, emitir comportamentos, esse é o intuito dos influenciadores na era atual, é aquele indivíduo que sai da sua normalidade e passa a ser uma figura pública por trás das telas, exibir os seus recebidos, influenciar na compra de um produto testado e levar o seu público a ter uma maneira de viver igual a dele, nota-se então o quão poderoso pode ser esses *views* para quem escolhe pagar o preço usando de sua própria imagem. A exposição de corpos, lojas de roupas, produtos de cabelo, lugares que costumam frequentar ou que vão apenas por pura publicidade. “É virtual Aquilo que existe apenas em potência e não em *acto* (...). O virtual encontra-se antes da concretização *efectiva* ou formal” (LÉVY, 1999: 50.). Logo o virtual

é mostrar para quem está do outro lado da tela uma vida simulada, buscando uma ânsia de evidenciar uma imagem diferente da sua realidade.

3.3.1 A cultura do cancelamento

Figura 2 – Cultura do cancelamento



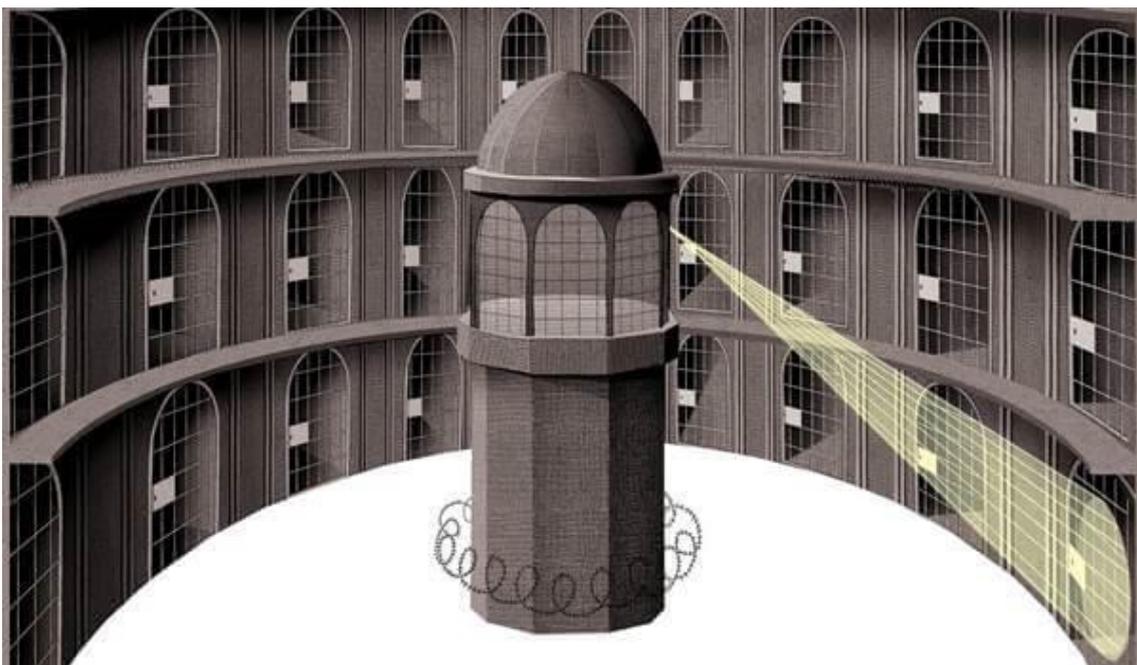
Fonte: <https://push.com.br/post/precisamos-falar-sobre-a-cultura-do-cancelamento>

O termo “cultura do cancelamento” está enraizado nas características do ser humano. De acordo com Dunker (2021), Paulo freire relacionava que a educação não foi guiada para a liberdade e tendemos a repetir o que nos foi ensinado. E por conta disso, o indivíduo que já foi cancelado, passa a ser o cancelador. Quando você se expõe demais, você fica totalmente propenso a isso. Toda discussão quando ela perde o controle, quando a adequação desaparece, começa a ficar péssimo. E as redes sociais conseguem gerar esse tipo de discussão superficial de uma forma estrondosa e todo esse alvoroço acaba sendo convertido em engajamento com a publicidade se alimentando totalmente disso.

Usuários são expostos sem nenhum direito de resposta ou defesa que é um princípio do contraditório e da ampla defesa frente a qualquer ato ou conduta de um membro social. O princípio do contraditório e da ampla defesa trata-se de princípio esculpido de forma expressa na Constituição Federal, podendo ser encontrado no artigo 5º da Constituição federal.

O cancelamento possui um impacto emocional na vida dos usuários, além de quebra de contratos, perda de seguidores ou pessoas próximas, ele consegue também atingir usuários que não são tão expostos, até que suas fotos ou vídeos sejam circulados na internet. Por muitas vezes as pessoas acabam se precavendo de dar opiniões divergentes por medo, tendendo ao silêncio ou falando apenas para agradar algo mais superior, e isso se interliga bastante ao efeito “Panóptico” de Bentham, que descreve uma prisão da qual se tem uma torre mais ao alto e quem está dentro dela, consegue observar diversas celas e os prisioneiros passam a se autodisciplinar, pois nunca sabem quando estão sendo observados, e essa ideia de observação oferece uma incorporação de pensamentos e valores. Você fica totalmente coagido Diante da convicção de que está sendo observado.

Figura 3 - Panóptico



Fonte: <https://universodafilosofia.com/2017/12/o-panoptico-de-foucault-em-vigiar-e-punir/>

3.3.2 O conceito das fakes news

Por muitas vezes no dia a dia, muitos usuários conseguem observar vários produtos, assuntos e informações passando diante de suas telas pelos Influenciadores, e surgem dúvidas se realmente é algo confiável. Entretanto, muitos desses usuários utilizam essa tática de divulgação, como forma de

persuasão, fazendo com que seus seguidores possam obter produtos ou apoiar opiniões em determinados assuntos, é desta forma que os Influenciadores conseguem conquistar os seus fornecedores (Marcas), com o aumento de consumo, trazendo isso como autobenefício.

Figura 4 - Fake News



Fonte: <https://www.unisantos.br/porta1/noticias/fake-news-pandemia-de-covid-19-tem-contribuido-para-propagacao-de-noticias-falsas-e-exige-atencao-para-nao-cair-em-armadilhas/>

De fato, é difícil ter a certeza se tudo o que é dito, mostrado ou proposto pelo mesmo será real, até que os consumidores, possam adquirir o produto ou serviço e se aprofundar nas pesquisas em busca de descobrir se as determinadas informações abordadas são verídicas, e essa percepção relaciona-se a “organização e interpretação de informações sensoriais conscientemente” (MYERS; DEWALL, 2017, p. 173).

3.4 As dificuldades enfrentadas em busca do sucesso

A sociedade, acredita ver perfeição e facilidade em tudo que se passa nas mídias sociais e na vida dos produtores de conteúdo, mas por trás de toda essa beleza há sempre impasses no processo de criação. Muitos desses usuários vivem em busca de bons equipamentos, ter uma boa iluminação, e até mesmo locais para poder apresentar algo de qualidade para o seu público.

E são importantes estes mínimos detalhes antes de fazer um post, uma publicação que transpareça profissionalismo e consiga trazer diversos públicos para o seu conteúdo e segundo grande parte desses indivíduos acabam desanimando ou até mesmo sumindo devido o quão é trabalhoso e desgastante esse esforço. Segundo (NIINA SECRETS, p.14, 2016) “É muito difícil imaginar como vai ser a internet daqui para frente, mas acho que o segredo é ir se adaptando, sair um pouco do online para fazer outras coisas.” Se dar um tempo, fugir um pouco da zona de conforto, ir ver amigos ou ficar junto da família pode contribuir bastante no processo criativo.

3.4.1 A autorresponsabilidade

Atingindo o sucesso, esses usuários possuem maior responsabilidade e as dificuldades se tornam cada vez maiores devido a exposição e a cobrança do público por mais conteúdo. Você tem que estar sempre atento com as falas, comportamento e posicionamento, pois você está influenciando pessoas seja de modo positivo ou negativo, e isso acaba se tornando um grande desafio na vida dos influenciadores. “O sucesso parece estar ligado à ação. As pessoas de sucesso mantêm-se sempre em movimento. Cometem erros, mas não desistem.” Conrad Hilton, 1887-1979, Empresário; Hilton.

Atualmente, alguns desses usuários recorrem a assessores que os guiam para uma melhor organização dos seus conteúdos ou criam seus próprios cronogramas de publicações com a ajuda de uma tabela, onde irá conter todo o conteúdo que será divulgado durante o dia, semana ou mês. Esta tabela é um planejamento para não haver desordem nos conteúdos criados ajudando bastante nas postagens diárias.

3.4.2 O bloqueio criativo na vida dos *Influencers*

O bloqueio criativo faz parte do cotidiano, e pode ser entendido como uma falha na inspiração na hora de produzir algo. Ele é um fator que geralmente acontece com profissionais como: influenciadores, trabalhadores de grandes agências ou editoras. Este bloqueio, também chamado de “branco” e muitas vezes acaba impedindo de pôr algo em prática, como todo aquele cronograma passado para dar andamento em algum trabalho.

Figura 5 – Bloqueio criativo



Fonte: <https://recriativi.com.br/bloqueio-criativo-livre-se-dele/>

O processo de criação ajuda a estruturar pensamentos criativos e é um grande passo poder iniciar projetos assim, atraindo mais seguidores e engajamento, não só para o perfil pessoal, mas também para as marcas anunciadas pelos influenciadores com mais visibilidade e profissionalismo em relação aos produtos oferecidos.

Por muitas vezes o excesso de tarefas, perfeccionismo, medo e até mesmo falta de organização para os conteúdos, acabam gerando esse bloqueio, e para fugir disso, é sempre essencial que esses produtores de conteúdo não se pressionem, busquem referências ou mude sua rotina de trabalho. De acordo com Torre (2008, p. 28) ele relata que a criatividade cresce na liberdade, mas precisa ter cautela, para que não se torne improdutiva.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste estudo, observa-se que as mídias sociais fazem parte do cotidiano de cada usuário, sendo utilizada de várias maneiras com o propósito de suprir as suas vontades e desejos. Entretanto, quando é feito o uso excessivo, é apresentado algumas mudanças comportamentais na vida dos produtores de conteúdo, como ansiedade, depressão, comparações estéticas e baixo autoestima. Sempre buscando por uma reafirmação de identidade, os usuários são manipulados enquanto estão constantemente se conectando, nota-se com isso que o uso descontrolado de qualquer coisa que seja, ele se torna prejudicial, trazendo consequências que podem causar danos emocionais.

Quando se refere aos influenciadores, se interliga a usuários com o poder de atrair uma quantidade abundante de seguidores para si. Explorar a trajetória e os impactos emocionais na vida desses usuários, é de extrema importância, eles conseguem trazer coisas inovadoras se inserindo na sociedade e trazendo questionamentos sobre como eles lidam com tudo isso. Ser um influenciador atualmente, se trata de valorização de quem faz as publicações como do objeto em questão, com todos esses fundamentos você consegue aprender com o seu próprio esforço e trabalho, podendo se tornar alguém mundialmente conhecido, seja representando uma marca, ou mostrando o seu cotidiano e suas atividades atuais, por trás das telinhas.

REFERÊNCIAS

BASTOS E KELLER (1995, p. 53) **Pesquisa científica uninter**, Disponível em: <https://repositorio.uninter.com/handle/1/1161> Acesso em: 26/10/2022

CASSON E COX (1997). Um modelo econômico de redes entre empresas. **Dentro: EBERS, Mark. A formação de redes interorganizacionais.** Oxford, Oxford Jornal universitário.

DANTAS, Bruna L. L.; ABREU, Nelsio R. Análise da influência do consumo conspícuo de fast fashion nas construções identitárias no Instagram. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo, v. 21, n. 5, 2020. Disponível em:

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S167869712020000500302&lng=pt&nrm=i. Acesso em: 23/10/2022

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. Comunicação e novas estratégias organizacionais na era da informação e do conhecimento. In: XXV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2002, Salvador. **Artigo Científico.** Salvador: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. Acesso em: 25/10/2022

LÉVY, Pierre. (1999). Cibercultura. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34. Acesso em: 13/11/2022

MYERS, D. G.; DEWALL, C. N. Psicologia. 11. ed. Rio de Janeiro: EDEL, 2017 Acesso em: 15/11/2022

NIINA SECRETS, a internet. 2016 Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-5-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf> Acesso em: 15/11/2022

SCHULTHEISZ E APRILE (2013). **Autoimagem.** Disponível em: http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/5960/INFLU%c3%8aNCIA_Monteiro-Lopes.pdf?sequence=3 Acesso em: 23/10/2022

SPECK E ATTNEAV (2000). **Redes Sociais,** Realyc Disponível em: Google acadêmico <https://www.redalyc.org/pdf/1150/115013476006.pdf> Acesso em: 23/10/2022

TORRES, S. (2008). Criatividade aplicada: recursos para uma formação criativa. São Paulo, Madras.

FREITAS, ELAINE. (2017). **Novas práticas de linchamento virtual: fachadas erradas e cancelamento de pessoas na cultura digital.** Disponível em: <https://repositorio.uninter.com/handle/1/1161> Acesso em: 26/10/2022

DUNKER, C (2021). **Cultura do Cancelamento: Uma Perspectiva Psicanalítica.** Disponível em: 20764-Texto do artigo-54251-1-2-20211018 (6).pdf