



REDE
TEMPO
BRASIL



Boletim do Tempo Presente - ISSN 1981-3384

A Era Digital e as Previsões da Escola de Frankfurt

Samanta de Oliveira Carvalho Bezerra ¹

Resumo: Os filósofos da escola de Frankfurt, observando os avanços tecnológicos, anunciavam que os meios de comunicação de massa são perigosas ferramentas a serviço do sistema capitalista, acreditavam no poder dessas ferramentas para influenciar ideias e vontades. Dessas por muito tempo a televisão acabou sendo a mais presente e com maior possibilidade para influenciar devida sua alta aceitação na sociedade e ao alto investimento em publicidade das empresas. A internet evolui e ameaça essa soberania, mídias digitais são ferramentas que apresentam semelhanças com o meio tradicional, porém trazem mecanismos melhores. Essas ferramentas também deram voz à população deixando de ser espectador para se tornar usuário ou criador de conteúdo, abrindo a possibilidade de ascender como celebridade sem o apadrinhamento da mídia como requisito. Diante dos fatos expostos este artigo se ocupará em discutir se a internet é um ambiente de liberdade ou mais uma ferramenta da indústria cultural.

Palavras-Chave: influenciador digital; capitalismo; mídia digital; globalização; Frankfurt.

Digital society and the Frankfurt School predictions

Abstract: The Frankfurt school philosophers, observing technological advances, announced that the mass media are dangerous tools in the service of the capitalist system, they believed in the power of these tools to influence ideas and wills. Of these for a long time, television ended up being the most present and with the greatest possibility to influence due to its high acceptance in society and the high investment in advertising by companies. The internet evolves and threatens this sovereignty, digital media are tools that have similarities with the traditional medium, but bring better mechanisms. These tools also gave voice to the population, ceasing to be a spectator to become a user or content creator, opening the possibility of rising as a celebrity without the sponsorship of the media as a requirement. In view of the facts exposed, this article will discuss whether the Internet is an environment of freedom or another tool of the cultural industry.

Keywords: digital influencer; capitalism; digital media; globalization; Frankfurt.

Introdução

No tempo presente, a sociedade é um reflexo dos processos de industrialização e suas consequências. O capitalismo e a globalização transformaram o mundo em uma grande aldeia onde tudo é interligado e as informações circulam em tempo real, o mundo globalizado com suas distrações, oportunidades e informações exige mecanismos que suportem e atendam com velocidade e eficiências as suas demandas.

No final do século XX, três processos independentes se uniram, inaugurando uma nova estrutura social predominantemente baseada em redes, as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitados pela revolução microeletrônica. Sob essas condições, a Internet, uma tecnologia obscura sem muita aplicação além dos mundos isolados dos cientistas computacionais, dos hackers e das comunidades contraculturais, tornou-se a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade de rede -, e com ela para uma nova economia.^{II}

As consequências da modernidade já eram alertadas e discutidas por um grupo de pensadores. A Escola de Frankfurt nasceu por volta de 1924, reunia filósofos e cientistas sociais marxistas, para estudar o comportamento humano. Seus estudos eram voltados a alertar a população que algumas de suas decisões eram silenciosamente influenciadas por um discurso externo (mídia, governo, religião, trabalho etc.). Na década de 1930 os autores fugindo do Nazismo emigram para os Estados Unidos, frente às manifestações da revolução industrial escrevem o livro *Dialética do Esclarecimento*. Segundo Freitag^{III} “reflete a atitude crítica com a qual Adorno e Horkheimer encaram a evolução da “cultura” nas modernas sociedades de massa, da qual os Estados Unidos seriam a versão capitalista mais avançada”. Os autores advertiam sobre as consequências do capitalismo e do desenvolvimento dos meios de comunicação, pois acreditavam que a modernidade causaria grande impacto nas sociedades. Eles vivenciaram a influência que a televisão e o rádio são capazes de causar e através dessa observação já previam que as transformações das sociedades modernas seriam moldadas pela indústria cultural.

Criada como meio para liberdade, nos primeiros anos de sua existência mundial a internet pareceu prenunciar uma nova era. Os governos pouco podiam fazer para controlar fluxos de comunicação capazes de burlar a geografia e, assim, as fronteiras políticas. A liberdade de expressão podia se difundir através do planeta, sem depender da mídia de massa, uma vez que muitos podiam interagir com muitos de maneira irrestrita. A propriedade intelectual (na música, em publicações, em ideias, em tecnológica, em software) tinha de ser compartilhada, já que dificilmente podia ser limitada a partir do momento em que essas criações eram introduzidas na Net.^{IV}

No século XXI os meios de comunicação continuam em constante evolução e expansão, a internet é um dos assuntos mais discutidos pela mídia. Influenciador digital é o termo criado pela mídia para identificar o novo modelo de celebridades estabelecidas no cenário digital que nasceram atreladas à evolução dos meios de comunicação. O presente artigo propõe uma discussão teórica, através de pesquisa bibliográfica que tem como base a teoria crítica da Escola de Frankfurt voltada para os estudos de Theodor Adorno e Max Horkheimer, espera-se comparar suas previsões com o modelo exercido pelo capitalismo no século XXI, através da indústria cultural nos estímulos capitalistas. Assim, este artigo utiliza como hipótese de que a evolução dos meios de comunicação está relacionada com o nível de influência adquirido e administrado pela indústria cultural na sociedade.

A questão da influência

O Instituto de pesquisas Social foi idealizado por Felix Weil a fim de reunir ideias de um grupo de pensadores e filósofos. Em 1924 foi vinculado a Universidade de Frankfurt, porém

manteve sua independência acadêmica e financeira. A escola passou por duas fases após sua fundação, um período de emigração para fugir do nazismo e a volta para sua sede, por isso fazem parte do grupo convencionalmente chamado Escola de Frankfurt uma gama de pensadores, filósofos, cientistas, psicólogos, entre outros. Barbara Freitag explica que^V “com o termo ‘Escola de Frankfurt’ procura-se designar a institucionalização dos trabalhos de um grupo de intelectuais marxistas, não ortodoxos”. Os autores buscavam denunciar os efeitos nocivos que o capitalismo traria para a sociedade, como a relação de trabalho imposta por esse regime, que beneficia empresas e Estado e não os trabalhadores. “Esses grandes batalhões de trabalhadores não tinham condições de reconhecer o desespero de sua situação material, contentando-se com as melhorias salariais, em detrimento da perda da autonomia”^{VI}. Eram contra a democratização, pois ocasionaria numa crescente participação do estado na sociedade. “Nenhuma economia moderna – fosse ela capitalista ou socialista – dispensaria a presença reguladora do Estado. Essa tendência, segundo eles somente poderia agravar-se no futuro”^{VII}. Mantinham uma visão negativa frente a modernização, pois ela traria sociedades industrializadas e os indivíduos passariam a ocupar as chamadas sociedades massificadas, colocando na tecnologia, principalmente no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, a razão desse alerta:

A ciência e a técnica na mão dos poderosos (que controlam o Estado) controlam a vida dos homens, subjuga-os ao interesse do capital, escravizando-os às máquinas. A produção de bens segue uma lógica técnica, e não à lógica das necessidades reais dos homens... A ciência e a técnica como forças produtivas estão hoje a serviço do valor de troca, isto é, da produção de mercadorias. A sua dimensão emancipadora, crítica, negadora foi sufocada, abafada ou desviada. Isso porque a moderna economia capitalista conseguiu suprir necessidades básicas, atendendo, assim, a algumas das reivindicações dos homens.^{VIII}

A revolução industrial criou as máquinas necessárias para a produção em massa, essa produção precisa ser vendida, oferecida através de anúncios, estimulando o consumo e aquecendo a indústria da comunicação de massa. As necessidades de subsistência do capitalismo estimulam a indústria cultural, que necessita continuamente criar mecanismos para atender a tais demandas, à medida que a sociedade evolui, os aparatos técnicos necessários para sua sobrevivência precisam se desenvolver junto, a globalização tornou necessária a evolução da internet para atender a necessidade da rápida comunicação.

Frankfurt utilizava o termo indústria cultural para designar essa sociedade que surgia, o conceito foi criado por Max Horkheimer na década de 1940, com a colaboração de Theodor Adorno passou a ser amplamente observado e discutido, em ocasião os intelectuais pertencentes a Escola de Frankfurt fugindo da opressão nazista emigraram para os Estados Unidos, surpreendidos pela forma avançada do capitalismo perceberam a necessidade da criação de um conceito para distanciar o fenômeno que observavam do conceito já instituído de cultura de massas. O primeiro livro a tratar desse tema foi publicado em 1947 com o título de Dialética do Esclarecimento, reflete o pensamento crítico com o qual observavam a evolução da cultura nas modernas sociedades de massa. Destaca Cohn^{IX} “estes pretendem, com efeito, que se trata de algo como uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas, em suma, da forma contemporânea da arte popular. Ora, dessa arte a indústria cultural se distingue radicalmente”. Para os pensadores essa cultura fora fabricada para maquiagem o horror que o capitalismo trouxe, com a necessidade de produção em massa que acaba explorando os trabalhadores no processo de obtenção de lucro. Previam que as formas de cultura passariam a ser feitas pensando em

como agradar ao indivíduo e visando a obtenção do lucro para manutenção do sistema. Logo entendiam que esse modelo não se caracteriza como espontâneo, como por exemplo, uma pintura, uma música, uma obra de arte, entre outros. Logo, não é cultura, e sim, indústria cultural, peças feitas sob medida para atender as necessidades do capitalismo, seja lucro, seja manipulação das classes. Como declaram Adorno e Horkheimer^X:

“O aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere por outro lado ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo se vê completamente anulado em face dos poderes econômicos. Ao mesmo tempo, estes elevam o poder da sociedade sobre a natureza a um nível jamais imaginado. Desaparecendo diante do aparelho a que serve, o indivíduo se vê, ao mesmo tempo, melhor do que nunca provido por ele. Numa situação injusta, a impotência e a dirigibilidade da massa aumentam com a quantidade de bens a ela destinados”.

No modelo capitalista, as necessidades do sistema sempre vem antes das necessidades da grande massa e na maioria das vezes essas acabam subjugadas. Adorno e Horkheimer defenderão a tese de que as sociedades modernas, através da comunicação de massa e dos avanços tecnológicos, farão com que indivíduos deixem de ter uma razão crítica formada a partir de suas vivências e passem a ter uma razão técnica com sua formação em parte influenciada pela indústria cultural, criando assim uma padronização de pensamentos e vontades nas sociedades massificadas. Os pensadores denunciavam às consequências do sistema vigente, sobretudo, a evolução dos meios de comunicação causada pela modernidade e imposta pelo sistema capitalista. Acreditavam que a massa seria conduzida a partir dos meios de comunicação de massa, quanto mais acesso a essas ferramentas, mais suscetível aos estímulos os indivíduos estariam.

A gestão da Influência

Meios de comunicação de massa é o conceito para as comunicações que são destinadas a alcançar um grande público: o jornal, o rádio, o cinema, a televisão e a internet. A evolução dos meios de comunicação segue a evolução da sociedade, toda vez que se torna necessário, algo de maior alcance é criado. A televisão foi lançada no século XX depois de muitos estudos e experimentos, chega tímida, mas encontra grande crescimento nas vendas devido ao seu poder de comunicação e capacidade para unir de forma elegante cor, som e movimento, elementos já introduzidos na cultura da sociedade anteriormente através do teatro, rádio e cinema. Esse novo veículo é capaz de atrair e monopolizar atenção tornando-se o meio de comunicação de massa com maior influência. Em sua ascensão foi desenvolvendo formatos para os programas, grade de horários específicos para os públicos, planos de closes, de continuidade e de cortes, intervalos comerciais específicos, animações, enfim, tudo para maximizar o poder de comunicação e influência. Com a atenção da massa voltada para esse veículo, logo ele se tornou o maior investimento em propaganda e o meio mais importante para a opinião pública.

A invenção da internet chega para popularizar o computador e democratizar a informação, transformando-a de um para todos como era o caso do jornal, rádio e televisão, onde a mensagem era apenas recebida pelos indivíduos - para uma comunicação de todos para todos onde o indivíduo pode tanto responder a mensagem quanto criar a sua própria, deixando o papel de mero espectador para ganhar um local de fala:

Podemos distinguir três grandes categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos. A imprensa, o rádio e a televisão são estruturados de acordo com o princípio um-todos: um centro emissor envia suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos. O correio ou o telefone organizam relações recíprocas entre interlocutores, mas apenas para contatos de indivíduo a indivíduo ou ponto a ponto. O ciberespaço torna disponível um dispositivo comunicacional original, já que ele permite que comunidades constituam de forma progressiva e de maneira cooperativa um contexto comum (dispositivo todos-todos). Em uma conferência eletrônica, por exemplo, os participantes enviam mensagens que podem ser lidas por todos os outros membros da comunidade, e às quais cada um deles pode responder.^{XI}

A internet por sua vez, teve que evoluir muito até chegar a um layout agradável ao grande público e se tornar a grande ferramenta que é hoje. A internet foi criada pelos Estados Unidos da América na década de 50, utilizando o nome de ARPA, foi idealizada para ser um sistema rápido para comunicação interna do sistema de defesa norte-americano. Somente em 1990 esse sistema já aperfeiçoado é lançado. Apesar da novidade a internet não era atraente para os usuários, logo a rede foi evoluindo e tornando-se mais sedutora aos navegantes com a entrada de sites para pesquisa, programas de mensagens instantâneas, mas foi apenas com o surgimento das mídias sociais que a grande massa passou a utilizar assiduamente esse meio. A rede social é algo que sempre existiu, é definido por conjunto de pessoas com interesses em comum, todo indivíduo possui várias redes sociais em seu ciclo social, rede social do trabalho, da vizinhança, dos amigos, da família, da universidade, entre outras. Ou seja, pessoas que possuem o mesmo interesse, fato que foi crucial para determinar o grande sucesso das mídias sociais, que são nada mais que uma rede social na internet, capaz de expandir o círculo de interesses comuns a nível mundial. A internet é a ferramenta decisiva para a comunicação passar para todos-todos, isso fez os meios de comunicação de massa buscarem maior interação e relação com seu público.

Durante muito tempo a opinião pública definia as celebridades por aqueles que faziam sucesso nos programas de televisão, principalmente nas telenovelas (ao menos para o caso brasileiro). Ascendendo nessa programação o artista se tornava reconhecido, ganhava espaço nos outros meios de comunicação de massa e se tornava o alvo das empresas para anúncios e publicidades. Porém, muitas vezes negociadas diretamente com as redes de televisão já que os artistas precisavam cumprir as exigências de seus contratos, movimentando assim um gigantesco monopólio. Outra categoria de artistas, os cantores sofriam com a mesma restrição, para alcançar o sucesso era necessário ser lançado por uma gravadora, salvo quem detinha poder aquisitivo para custear toda a carreira, os demais além do talento precisavam estar dentro do perfil ou se adequar ao perfil que a gravadora estava buscando para agregar a seu grupo de artistas, a necessidade do mercado ditava as regras, as empresas detinham o poder de quem seria contratado ou não, a mídia ditava quem seria a celebridade do momento. Esse é o modelo de mercado criado pelo sistema capitalista, através da indústria cultural que utiliza os meios de comunicação de massa, uma de suas ferramentas, para manter e perpetuar seu nível de influência nas ações e decisões dos indivíduos. Como explicam Adorno e Horkheimer^{XII}:

Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria importaria métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. [...]. De fato, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder

sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade.

Observando o Capitalismo há mais de 80 anos, os pensadores já conseguiam enxergar nesse modelo uma tendência a manter a divisão de classes e a concentração de poder e lucro na mão de poucos, alertavam que a manutenção do sistema causaria uma relação injusta entre classe trabalhadora e a classe capitalista e denunciavam as consequências que esse modelo traria. Para Adorno e Horkheimer^{XIII} “a impotência e a dirigibilidade da massa aumentam com a quantidade de bens a ela destinados”. Essa afirmação faz da era da tecnologia um dos momentos mais propícios para a administração da indústria cultural, nunca antes o homem possuiu tantos equipamentos, nunca antes teve tanto espaço de fala, relacionando toda essa aquisição ao pensamento dos autores é possível enxergar a internet como a maior manifestação da indústria cultural, igualmente a maior possibilidade de influência até o momento. No século XXI a internet começou a modificar o modelo de relacionamento entre os artistas e as empresas contratantes, uma vez instaurado o modelo de todos-todos descrito por Pierre Lévy, o indivíduo deixou de ser espectador para se tornar usuário.

O Influenciador Digital

O capitalismo é um processo injusto, o acúmulo de capital sempre favorecerá as estruturas em detrimento da classe trabalhadora, mesmo que o trabalhador se sinta favorecido as estruturas sempre serão mais favorecidas financeiramente. Assim também seguem essa lógica os processos desencadeados a partir dele. Sobre o processo de globalização argumenta Bauman:^{XIV}

Nas palavras de John Kavanagh, do Instituto de Pesquisa Política de Washington, a globalização deu mais oportunidades aos extremamente ricos de ganhar dinheiro mais rápido. Esses indivíduos utilizam a mais recente tecnologia para movimentar largas somas de dinheiro mundo afora com extrema rapidez e especular com eficiência cada vez maior. Infelizmente, a tecnologia não causa impacto nas vidas dos pobres do mundo. De fato, a globalização é um paradoxo: é muito benéfica para muito poucos, mas deixa de fora ou marginaliza dois terços da população mundial.

De fato o sistema capitalista é eficiente em perpetuar a divisão de classes, porém o fenômeno de inclusão digital destinado a igualar o acesso a equipamentos e a internet causou um barateamento desses produtos tornando-os mais acessíveis a outras classes. Diante dessa possibilidade de uso surge uma movimentação que está ascendendo a classe trabalhadora à condição de trabalhador autônomo, quiçá ao status de celebridade. A evolução da internet, a criação das mídias digitais e a facilitação do acesso a ambas, abrem as portas de um mundo que antes era monopolizado pelos meios de comunicação de massa, o mundo das celebridades, dando ao pobre, ao trabalhador, e a qualquer um acesso irrestrito a esse mundo, criando um mundo de possibilidades, a internet dá voz a todos. Evidente que esse é um processo em contínua evolução e alguns exemplos de sucesso não são suficientes para usar como resultado eficaz para toda uma classe, e também quanto mais a classe trabalhadora evolui mais as estruturas evoluem, em um movimento injusto de dominantes e dominados. Mesmo assim, é fato que no século XXI a tecnologia é capaz de causar impacto na vida dos pobres”, uma vez que através dela muitos têm a liberdade de se autoproclamarem artistas e selançarem em rede” para avaliação do grande público. O processo de tornar alguém famoso sempre esteve a cargo da mídia, através da observação e identificação dos desejos do público alvo e da necessidade

do mercado são levantadas vozes capazes de dialogar com o público atendendo as demandas do mercado. Esse processo vem sendo interrompido por um fenômeno denominado “influenciador digital”.

O cenário digital, especificamente as mídias digitais, ocasionaram um ambiente de fala para os indivíduos, onde podem interagir instantaneamente com empresas, marcas, artistas, etc. A principal mudança ocorrida nesse cenário é a abertura da possibilidade de expor talentos artísticos sem a intermediação da mídia pautando o que pode e o que não pode, ou dizendo o perfil necessário para adquirir sucesso. A internet é um show de talentos aberto, todos podem se inscrever para receber a aceitação ou rejeição do grande público. De todas as mídias sociais, o Youtube é a que mais apresenta semelhanças com a televisão e a que mais ameaça o modelo de ascensão de celebridades imposto pela grande mídia e opinião pública.

O maior site de compartilhamentos de vídeo foi idealizado e criado em uma garagem em Califórnia, EUA, pelos amigos Chad Hurley e Steve Chen, A plataforma foi lançada em 2005 e já em 2006 foi vendida para o Google por US\$ 1,65 bilhão deixando claro todo o seu potencial. Chegou ao Brasil em 2007. Nesta mídia os usuários não criam perfis, criam canais, todo cadastro gera um canal que pode ser ativo ou o indivíduo tem a opção de ser espectador, podendo se inscrever nos canais de sua preferência e receber notificações quando novos vídeos estiverem disponíveis, assim como assistir a todos os vídeos postados anteriormente em qualquer canal. A semelhança com a televisão não para na utilização da palavra canal, na página inicial são oferecidas inúmeras opções de vídeos, os criadores de conteúdo, como são chamados aqueles que criam os vídeos para a plataforma, geralmente escolhem um formato e segmentam seu conteúdo, então é possível, assim como na televisão, escolher o formato que deseja assistir. São encontrados canais de culinária, humor, pregações, entrevistas, fofocas, estilo de vida, dicas de casa, de reforma, de moda, de beleza, de relacionamentos, de filmes, de séries, são muitas as opções. Outra semelhança com a televisão é a forma de gerar lucros através de publicidade, o Youtube fecha contratos para anúncios com as grandes marcas, esses são exibidos durante os vídeos, semelhante aos intervalos comerciais já convencionais na televisão, porém na web alguns possuem a opção de pular o anúncio após alguns segundos. Youtube recebe pelos anúncios e os criadores de conteúdo recebem por cada mil visualizações de cada anúncio em seus vídeos.

A internet hoje é considerada bem de consumo essencial, está presente no cotidiano e na realização da maior parte das tarefas diárias, o aumento de acessos e consumo de bens e produtos através da internet cresce a cada ano, no mundo globalizado os indivíduos vivem em rede, conectados o tempo todo via tecnologia móvel ou cabeada e utilizam a internet para todo tipo de tarefas cotidianas. Sobre essa importância da internet Castells escreveu^{XV} :

A internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia é hoje o que a eletricidade foi na Era industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. Ademais, à medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, a Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede.

A era da informação é uma termo utilizado para designar o início de um período marcado pelos avanços da informática e da internet, onde as informações circulam em tempo

real e por isso as comunicações convergiram para o meio digital. Estando presentes nesse meio também os criadores de conteúdo que conquistam grande aceitação e visualizações do público, atraem atenção da mídia e são chamados de influenciadores digitais. A presença da sociedade online possibilitou um processo inverso, desafiando o modelo de ascensão de celebridades imposto pela grande mídia e opinião pública, agora o indivíduo alcança o sucesso na web, cabendo à mídia apenas acatar e divulgar o sucesso adquirido, em alguns casos esses influenciadores digitais são convidados até para dialogar nas mídias tradicionais.

Por isso os influenciadores digitais são os artistas do momento, estão presentes em campanhas publicitárias, em filmes, seriados, programas na televisão aberta e fechada, afinal como já explicaram Adorno e Horkheimer a indústria cultural costuma veicular repetidos padrões daquilo que é de interesse da massa. Além do termo influenciador digital que foi criado pela mídia para identificar as celebridades nascidas na rede, o termo Youtuber também é utilizado para identificar especificamente aqueles que adquirem sucesso através da plataforma Youtube. A internet desde sua implantação tem ressignificado padrões na sociedade, padrões de compra, de conversas, de consumo de entretenimento, de trabalho de ascensão de artistas e segue ressignificando à medida que a sociedade se torna mais adepta a ela.

Conclusão

A evolução da tecnologia e da internet causaram mudanças perceptíveis no comportamento da sociedade. Para aqueles que nasceram com essa tecnologia já estabelecida, o ambiente é natural e por isso que cada vez mais essa geração busca trabalhos voltados para essa área. Uma pesquisa realizada pela Lego^{XVI} revela “A nova geração dos EUA e Reino Unido tem três vezes mais preferência em se tornar um influenciador digital (29%) do que explorar os mistérios dos cosmos (11%)”. Essa pesquisa demonstra como a influência da internet está substituindo a da televisão no imaginário do indivíduo, antes as profissões dos sonhos das crianças estavam relacionadas principalmente com personagens vistos na televisão, mas, essa percepção vem mudando à medida que o consumo da internet vem aumentando, a noção de uma boa carreira, de fama e sucesso está sendo atrelada aos influenciadores digitais. Ser Youtuber está relacionado com uma carreira de sucesso e fama, essa pode ser umas das profissões do futuro. Tudo indica que o Youtube é um divisor, na era pós Youtube o indivíduo tem a possibilidade de deixar de ser espectador para se tornar criador de conteúdo, a ascensão de um artista independe da mídia e essa tem se tornado a profissão dos sonhos de muitos. Essa é a mídia que mais ameaça a televisão por conta de seu formato semelhante e da variedade de canais que a mídia consegue oferecer.

As mídias digitais fazem o papel de um agente, através delas talentos são descobertos, o Youtube é o novo agente, as celebridades são criadas através da quantidade de acessos, e não apenas instituídas pela indústria cultural através da mídia. Porém, mesmo com todo poder disponível para ascensão, mesmo com um lugar de fala aberto e idôneo, com um público estabelecido onde o influenciador digital poderia falar e agir de acordo com sua vontade expondo sua visão de mundo, ele acaba alcançado pelos braços do capitalismo que o abraça através de contratos publicitários que vão ditar grande parte de seu discurso e influenciar parte do seu conteúdo. O modelo de liberdade adquirido através da internet acaba se tornando um modelo de manipulação da indústria cultural adaptado à nova era. Apesar de toda aparente liberdade encontrada na rede, a verdade é que o modelo capitalista sempre dita às regras,

evidenciando as previsões dos autores frankfurtianos em suas advertências as sociedades modernas comandadas pelo modelo capitalista. Diante das exposições podemos perceber o quanto a indústria cultural continua presente nas sociedades modernas, se esforçando para estimular e padronizar necessidades através dos meios de comunicação de massa seja eles tradicionais ou se adaptando ao cenário digital. O influenciador digital é capaz de passar um estímulo capitalista sem necessitar de um diálogo, apenas as imagens de seu estilo de vida são capazes de gerar tal estímulo, à medida que os estímulos se tornam mais sutis acabam mais eficazes.

Portanto é possível concluir como verdadeira a hipótese de que a evolução dos meios de comunicação está relacionada com o nível de influência adquirido e administrado pela indústria cultural na sociedade, já que a influência, a reprodução cultural em massa e a padronização não estacionaram nos meios de comunicação de massa tradicionais, não diminuíram através do tempo, pelo contrario, estão cada vez mais fortes. Através da internet, a indústria dialoga com a população de diversas maneiras, sendo a mais sutil e eficaz, a utilização de publicidade através dos influenciadores digitais, pois essa mensagem por vezes é tão sutil, tão silenciosa que influencia os desejos da população sem que seja percebida. A Indústria cultural se sente tão bem estabelecida no século XXI que nem ao menos disfarça suas estratégias e dá o nome de influenciadores digitais aos seus novos atores.

Reafirmando assim os escritos dos pensadores frankfurtianos quando previam que quanto mais bens são destinados ao homem, mais suscetível às manobras de influência do capitalismo ele ficará. Esse trabalho trás apenas uma visão ampla das mudanças e das consequências percebidas, todavia, na era da informação a previsão é de crescimento da internet, por isso, se faz cada vez mais necessário novos estudos sobre o nível de influência que esse modelo será capaz de causar nas modernas sociedades de massa.

Notas:

^I Bacharelado em Comunicação Social (UVA). MBA em Gestão Estratégica de Pessoas (UCAM), Mestrado em História Comparada (UFRJ)

^{II} CASTELLS, 2003, p.5

^{III} FREITAG, 1988, p.11

^{IV} CASTELLS, 2003, p. 11

^V FREITAG, 1988, p.10

^{VI} FREITAG, 1988, p.81

^{VII} FREITAG, 1988, p.87

^{VIII} FREITAG, 1988, p.94

^{IX} COHN, 1971, p. 287

^X ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p. 12

^{XI} LÉVY, 1999, p.67,68

^{XII} ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p. 99, 100;

^{XIII} ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p.12

^{XIV} BAUMAN, 1999, p. 79;

^{XV} CASTELLS, 2003, p. 5

^{XVI} ISTOÉ, 2019.

Referências Bibliográficas:

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética Do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1947.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários: das máquinas pensantes à aldeia global**. São Paulo: Peirópolis, 2009.

BURKE, Peter; BRIGGS Asa. **Uma história social da mídia**. Brasil: Zahar, 2006.

CASTELLS, Manuel - **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Brasil: Zahar, 2003.

COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural: leituras de análises dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de massa nessa sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1971.

FREITAG, Barbara. **A teoria Crítica, ontem e hoje**. Brasil: Brasiliense, 1988.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**: São Paulo, SP: Editora 34 Ltda. (edição brasileira), 1999.

Crianças preferem carreira de youtuber a de astronauta, mostra pesquisa. **ISTOÉ**, 19. Jul. 2019. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/criancas-preferem-carreira-de-youtuber-a-de-astronauta-mostra-pesquisa>. Acesso em: 26 nov. 2020.

FUENTES, Leticia. Crianças agora buscam carreira de youtuber. **Veja**, 30 mar 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/criancas-agora-buscam-carreira-de-youtuber>. Acesso em: 26 nov. 2020.