

Docente: Lilian Marques Pino

Discentes:

Ivone Antunes de Souza - PC3006107 - ivone.souza@aluno.ifsp.edu.br

Lucas Henrique Gagliotti - PC3004392 - lucas.gagliotti@aluno.ifsp.edu.br

Rodrigo Luis Tavano Bosso – PC3005623- rodrigo.bosso@aluno.ifsp.edu.br

DISCUSSÃO ACERCA DA A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA DAS REDES SOCIAIS NA SOCIEDADE

DISCUSSION ABOUT THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS TECHNOLOGY IN SOCIETY



0-Resumo:

O seguinte projeto tem como objetivo explicar, demonstrar exemplos e funcionamento do que são redes sociais, quais suas origens e expor algumas consequências para a sociedade e os seus desdobramentos no mercado.

Serão apresentadas algumas teorias de pensadores renomados e suas teorias de explicação da sociedade da rede, assim como alguns efeitos na sociedade e no mercado.

Para que se possa realizar tal discussão, estaremos fundamentados em uma série de pesquisas em links e livros, assim como alguns vídeos. Consoante a tais fatores partiremos para o texto propriamente dito.

Palavras-chave: Redes, Sociedade, Cibercultura.

Abstract:

The following project aims to explain, demonstrate examples and the functioning of what social networks are, what their origins are and expose some consequences for society and their developments in the market.

Some theories of renowned thinkers and their theories to explain the network society will be presented, as well as some effects on society and the market.

In order to carry out such a discussion, we will be based on a series of researches in links and books, as well as some videos. Depending on these factors, we will proceed to the text itself.

Keywords: Networks, Society, Cyberculture.

1- Introdução:

1.1- O que são as redes Sociais ?

Uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações que compartilham valores e objetivos comuns, conectadas por um ou mais relacionamentos.

Uma das características fundamentais que definem as redes é sua abertura, sua capacidade de estabelecer relações horizontais e não hierárquicas entre os participantes. "Portanto, as redes não são apenas outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de seu poder reside em sua capacidade de fazer e quebrar rapidamente."

Enquanto um dos princípios da web é a sua abertura e porosidade, por se tratar de uma conexão social, o elo fundamental entre as pessoas se dá por meio da identidade.

(Muito provavelmente você leitor deste texto tem uma ou até mesmo várias redes na qual atua e utiliza seus recursos).

2- Fundamentação Teórica:

2.1- Cibercultura e o Ciberespaço de Pierre Levy:

Imagem 1 – Pierre Levy em apresentação do café filosófico CPFL



Fonte – Google Imagens

2.1.1- Cibercultura no ciberespaço.

Conforme o pesquisador e professor de Inteligência Coletiva Pierre Lévy, o virtual permitiu a criação de novas formas de compreender o espaço, o ciberespaço, e nesse espaço desenvolver nova maneira de fazer cultura. Em seu livro Cibercultura (1999), Lévy discorre sobre a questão numa tentativa de compreender e classificar essa transformação na sociedade moderna. Uma vez que tal transformação não é necessariamente vista como uma evolução ética no comportamento humano, mas uma transformação da técnica que exigiu mudanças no comportamento humano. (1)

Sendo esse processo evolutivo caracterizado pela sociedade agrícola, sociedade industrial e sociedade pós-industrial. Assim, cada etapa da sociedade descrita acima teve repercussão significativa no processo e desenvolvimento da sociedade atual de um modo geral. (2)

Lévy é referência no meio acadêmico do mundo todo para pesquisas sobre Cultura cibernética.

Sendo assim, segundo Acioli (2007) os fundamentos do conceito de redes têm base nos campos da sociologia, antropologia, informação e comunicação, que, de acordo com a autora reflete o panorama histórico em que foi articulada e apreendida a noção de redes ao longo dos anos. (2)

Quando Pierre Lévy fala sobre o conceito Cibercultura se refere as novas práticas e novos costumes que surge com a inserção das tecnologias no nosso cotidiano. Criar perfil, mandar e-mail, entrar no chat, fazer uma chamada de vídeo, curtir, compartilhar, algoritmo, engajamento. Todo esse universo e vocabulário faz parte dessa nova cultura que Lévy denomina de Cibercultura. (3)

O espaço virtual que está sendo criado na internet, o ciberespaço, está rompendo barreira na comunicação humana. Portanto, o acesso e a difusão da informação mediada pelo computador possibilitam a diversidade, e amplia o conhecimento no âmbito social, econômico, cultural e político de uma sociedade. (2)

Levy explora e destaca três comportamentos dentro do conceito Ciberespaço:

2.1.2- Conceito Interconexão

A Rede de internet segue a lógica da interconexão, quer dizer que quando estamos na rede estamos conectados com uma pessoa que está conectada a várias outras pessoas, logo estou direto e indiretamente

conectada com essas pessoas também, vice-versa. (3)

Assim, podemos entender que há uma questão de transformação das palavras no meio sociocultural. Conexão é quando eu estou conectado a uma pessoa, vice-versa. Já Interconexão é quando eu estou conectado com uma pessoa e com os contatos e elos desta pessoa, vice-versa. (3)

2.1.3- Inteligência Coletiva

Estar na rede de internet é compartilhar o seu conhecimento, sua forma de ver o mundo, sua bagagem cultural. A rede de internet permite o acesso a uma variedade de conhecimentos, desde visitas a museus, galerias, livros, palestras, aulas, série de conteúdos de artigos científicos sem sair de casa. (3)

Inteligência Coletiva é essa possibilidade ampla de compartilhamento de conteúdo que está a nossa disposição, sendo acrescentado e agregados conteúdos todos os dias.

Lévy sendo professor acredita e defende que a internet é o meio eficiente para a democratização do saber. A internet deve ser entendida pelos educadores como uma aliada da educação no presente. Atualmente não tem como pensar a educação fora do ciberespaço, porque a cultura está sendo construída diariamente dentro desse recurso, por isso, o processo é entendido como cultura cibernética. Esse processo histórico é um ganho para a sociedade atual, segundo Lévy. (3)

As comunidades virtuais que estão proliferando no espaço virtual vêm a compreender o quão potente é o laço social de comunicação entre os indivíduos no processo de construção do conhecimento. (2)

2.2- Sociedade em Rede e a Sociedade Piramidal de Viviane Mosé

Imagem 2 – Foto de Viviane Mosé



Fonte – Facebook profissional de Viviane Mosé

2.2.1- Sociedade em rede versus sociedade piramidal

Segundo a filósofo e pesquisadora em ciências política no Brasil Viviane Mosé, toda sociedade precisa de formato para se organizar, e a nossa civilização surgiu no formato piramidal, aquele que nasce na lógica egípcia e que de algum sentido ainda se prevalece, apesar de atualmente estarmos vivendo também no formato de Sociedade em Rede. Isso mostra que ainda vivemos dentro da estrutura de sociedade moderna em expansão. (5)

Sociedade piramidal segue um modelo centralizado - gestão, ordenação de pessoas, de ordenação social, econômica. O Formato piramidal

é entendido como um sistema autoritário devido a centralização do poder. A base é o povo, na medida que a ordenação verticalizada vai subindo vai excluindo pessoas até chegar ao topo onde está isolado o líder.

Nesse formato, para adquirir sucesso é preciso ter um líder muito especial, competente, nem sempre acontece, para que sozinho consiga ordenar de cima para baixo. Esse formato é tido como modelo em empresas, na família tradicional, religião monoteísta, política, enfim. Já o formato em rede acontece em função da tecnologia e não mais através de um líder. (5)

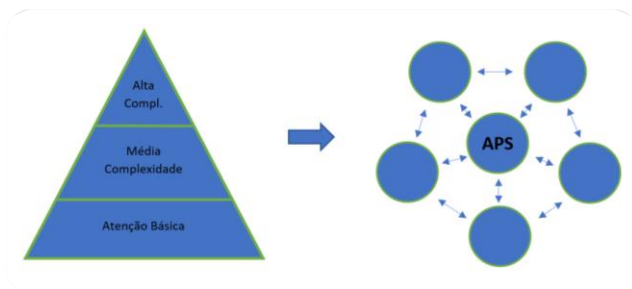
A tecnologia vai fragmentando a ordenação piramidal. O século XX acontece a primeira fragmentação com a cultura da indústria com o fordismo, na estrutura familiar onde a mulher passa a trabalhar fora do âmbito do lar, e o ápice com a cultura do avanço dos commodities, principalmente, tecnológicos.

Segundo Mattelart (2002) a internacionalização da comunicação, envolveu dois momentos históricos, o Iluminismo, com o movimento democrático e o Liberalismo, por outro lado, sob o tópico do mercantilismo universal, que concebiam a universalização dos povos. Estes dois movimentos representam o que hoje chamamos de globalização. Consiste no conjunto de transformações de ordem política, econômica, sob o tópico da integração dos mercados, explorada pelas grandes corporações internacionais. (2)

O formato da sociedade em rede consegue ordenar as coisas sem um líder, permite uma horizontalidade

de conexões seguindo o modelo da lógica dos circuitos.

Imagem 3 – Representação de diagrama de passagem de sociedade piramidal para orgânica



Fonte – Desenho reconstruído para apresentação (original pode ser consultado em (5))

A organização é feita a partir de vários grupos distintos, cada um segue um tema, engajamento, por exemplo, numa mesma horizontalidade. Assim, grupos com engajamentos diferentes e até mesmo conflitantes podem existir no mesmo espaço/tempo, isto é, na mesma horizontalidade. Interconexão entre as pessoas (Pierre Lévy. 1999). O poder não é centralizado, mas distribuído e disperso nos discursos reproduzidos (Michel Foucault apud Viviane Mosé). (6) (7)

Desse modo, segundo Mosé, o que marca a internet são as infinitas ordens possíveis. A rede não tem limite e exterioridade, segue os nós e conexões (aglutinações) do momento. Quem tem visibilidade é aquele que tem mais conexões. Por isso, por exemplo, nas redes sociais os influencers têm poder no discurso, porque tem grande número de pessoas interconectadas a eles, formando nó de conexões. O processo de Fake News segue a mesma lógica dos influencers nas redes sociais. (6)

3- Histórico das Redes Sociais:

3.1- Início:

As redes sociais surgiram com o sucesso dos e-mails e salas de bate-papo. A ideia foi construir uma ferramenta que permitia expandir as amizades do mundo físico para o virtual. Com a adesão positiva das plataformas, passaram a inovar com a interconexão, isto é, possibilidade de compartilhamentos de conteúdos e conteúdo. A partir de 2004 com o desenvolvimento da Web 2.0, as redes sociais passaram a fazer parte do mundo dos negócios. (8)

3.2 - Orkut:

Foi criado pelo engenheiro turco Orkut Büyükkökten e funcionário da Google em 2004. Sua difusão começou através de convites. (9)

Imagem 4 – Composição de imagem mostrando o logo do Orkut e seu criador Orkut Büyükkökten



Fonte – Ambas as imagens foram retiradas do Google imagens

3.3- Facebook:

Fundada em 2004 pelos ex-estudantes de Harvard Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. No início a plataforma foi projetada para os estudantes de Harvard, depois globalizada. Hoje, sendo uma corporação, utiliza várias estratégias para manter o usuário mais tempo conectado na rede, a informação é entendida como fonte dos negócios, lucratividade. (9)

Imagem 5 – Composição de imagem mostrando o uma foto Mark Zuckerberg e o Logo antigo do Facebook



Fonte – Ambas as imagens foram retiradas do Google imagens

3.4- Youtube:

O YouTube foi registrado em 14 de fevereiro de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Para o cofundador Jawed Karim, os dois eventos que inspiraram o site foram a apresentação da cantora Janet Jackson no Super Bowl de 2004 e o tsunami que atingiu o Sudeste Asiático também em 2004 porque era difícil encontrar vídeos online na época desses dois eventos. Em 23 de abril de 2005, o primeiro vídeo foi postado no site. O vídeo, intitulado "Me at the Zoo", apresenta o cofundador Jawed Karim por 20 segundos, falando sobre elefantes.

Quando o YouTube foi lançado oficialmente em dezembro de 2005,

após um investimento de US\$ 3,5 milhões da Sequoia Capital, cerca de 8 milhões de vídeos eram assistidos todos os dias. Em novembro de 2006, menos de um ano após o lançamento do site, "Google Inc." adquiriu o YouTube por US\$ 1,65 bilhões. (10)

Imagem 6 – Composição de imagem mostrando o uma foto de Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim e o logo do Youtube



Fonte – Ambas as imagens foram retiradas do Google imagens

3.5- Instagram:

O Instagram foi lançado pelo brasileiro Mike Krieger e pelo americano Kevin Systrom em 2010, ambos engenheiros de software. No mesmo dia em que foi lançado, o aplicativo se tornou o aplicativo mais baixado da Apple Store e alcançou a marca de 1 milhão de usuários em dezembro do mesmo ano.

Em 2011, a empresa com apenas seis funcionários tinha 10 milhões de internautas e em 2012, após o tão esperado lançamento de seu aplicativo para Android, o Instagram foi adquirido pelo Facebook por US\$ 1 bilhão. Atualmente, a rede social conta com mais de 500 milhões de usuários no mundo, sendo 7% das contas criadas por brasileiros. (11)

Imagem 7 – Composição de imagem mostrando o uma foto de Mike Krieger e Kevin Systrom e o logo do Instagram



Fonte – Ambas as imagens foram retiradas do Google imagens

3.6- WhatsApp:

O aplicativo foi criado nos Estados Unidos em 2009 por Brian Acton e Jan Koum para fornecer uma alternativa às mensagens SMS. A disponibilidade de permitir a troca gratuita de mensagens de texto pela internet permitiu que o WhatsApp explodisse em popularidade, especialmente em países mais pobres.

Esse sucesso chamou a atenção do Facebook (agora conhecido como Meta), que fechou um mega acordo para adquirir o aplicativo em 2014. A empresa pagou US\$ 19 bilhões pelo WhatsApp, que continua operando independentemente dos outros serviços da empresa. Na época, o aplicativo tinha 600 milhões de usuários ativos registrados, mas agora tem mais de 2 bilhões em todo o mundo. (12)

Imagem 8 – Composição de imagem mostrando o uma foto de Brian Acton e Jan Koum ,e o logo do WhatsApp



Fonte – Ambas as imagens foram retiradas do Google imagens

3.7- Twitter:

O Twitter foi fundado por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass em março de 2006, e lançado nos Estados Unidos em julho do mesmo ano. A ideia original dos fundadores era que o Twitter seria uma espécie de "SMS da Internet" com os limites de caracteres das mensagens de texto do celular.

Originalmente chamada de Twttr (sem as vogais), o nome da rede social significa gorjear em inglês. A ideia é que os usuários da rede social estão "piando" pela internet. Desde a sua criação, o Twitter ganhou enorme popularidade em todo o mundo.

Em 12 de setembro de 2013, soube-se por meio do perfil da empresa no Twitter que ela havia enviado documentos confidenciais à Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos (US CVM) para sua oferta pública inicial na bolsa de valores. Em 7 de novembro de 2013, o Twitter foi listado na Bolsa de Valores de Nova York e todas as 70 milhões de ações colocadas no mercado foram vendidas.

(13)

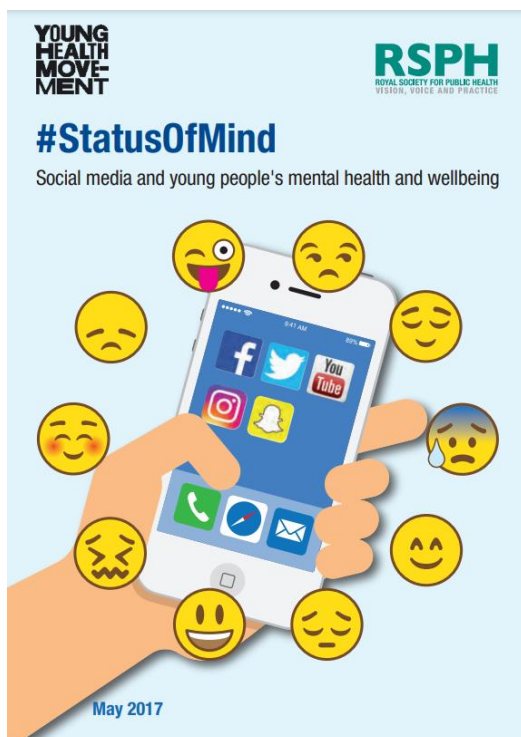
Imagem 9 – Composição de imagem mostrando o uma foto de Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass junto com o logo do Twitter.



Fonte – Ambas as imagens foram retiradas do Google imagens

4- Estudos Sobre os Efeitos das Redes Sociais na Sociedade:

Imagem 10 – Capa do estudo RSPH



Fonte - RSPH and the Young Health Movement PDF (14)

4.1- Redes Sociais e Realidade Ficcional:

Imagem 11 – Print Screen do Site Jornal da USP, Demonstrando a reportagem



Fonte - (15)

Em uma pesquisa realizada no Reino Unido foi descoberto que o Instagram é uma das maiores plataformas de mídia social do mundo. Os jovens são os que mais o utilizam a plataforma.

O Instagram foi eleito a rede social mais nociva para a saúde mental de seus usuários. De acordo com o Pew Research Center, 64% dos jovens de 18 a 29 anos têm um perfil online. As principais preocupações dos usuários relatadas no estudo incluíam ansiedade, depressão, solidão, má qualidade do sono e autoestima.

“Uso inadequado de redes sociais exacerba sinais de depressão em jovens” foi o que disse o Henriette Tognetti Penha Morato, professora do Departamento de Psicologia da Aprendizagem, Desenvolvimento e Personalidade do Instituto de Psicologia da USP, observou que o uso intenso das redes sociais esgota os usuários e leva a interpretações fictícias da realidade.

Na web, as pessoas tentam mudar virtualmente o que acham insatisfatório na vida real: “Todo mundo tenta falar do jeito que vê, às vezes de forma provocativa, para ver como vai

reagir. que as pessoas não estão satisfeitas, ou para provocar alguma coisa."

Quanto mais as pessoas buscam a perfeição nas redes sociais e ignoram a vida real, menos felizes os usuários se sentem. "85% de todas as fotos postadas são editadas. Isso é um problema porque se desenvolve uma autoestima virtual e não pessoal, e quanto mais o indivíduo busca corresponder a essa vida paralela, mas ele o fará na vida real. infeliz."

4.2- Jovens os Prejuízos das Redes Sociais:

No início de 2017 (13 de fevereiro a 8 de maio), a RSPH/YHM realizou uma pesquisa com quase 1.500 jovens (de 14 a 24 anos) em todo o Reino Unido. A pesquisa pediu que eles avaliassem como cada plataforma de mídia social que eles usaram impactou os 14 especialistas em questões de saúde considerados (14)

- Apoio emocional – compaixão e empatia da família e amigos
- Ansiedade - sentir-se preocupado, nervoso ou inquieto
- Depressão - sentir-se extremamente deprimido e infeliz
- Solidão – a sensação de estar sozinho
- Sono – qualidade e quantidade de sono
- Auto-expressão - expressando seus sentimentos, pensamentos ou pensamentos
- Autoidentidade - a capacidade de definir quem você é'
- Imagem corporal - como você se sente sobre sua aparência

- Relacionamentos no mundo real
 - Mantendo relacionamentos com outras pessoas
- Construção de Comunidade - Sentir-se parte de uma comunidade de pessoas que pensam da mesma forma
- Bullying - Ameaças ou comportamento abusivo em relação a você
- FOMO (Fear of Missing Out) - Sentir que precisa manter contato porque teme que as coisas possam acontecer sem você.

Com base em como os jovens classificaram cada plataforma em cada questão relacionada à saúde e bem-estar, as cinco plataformas mais populares receberam uma pontuação média líquida, que foi usada para estabelecer a classificação da tabela de classificação:

YouTube (mais positivo), Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram (mais negativo) (14)

4.3- Ansiedade, Depressão e Redes Sociais:

Um em cada seis jovens experimentará um transtorno de ansiedade em algum momento de suas vidas, e diagnósticos de ansiedade e depressão entre adultos jovens aumentaram 70% nos últimos anos 25.

As plataformas de mídia social usadas na verdade exacerbam sua ansiedade e isso pode ter um impacto extremamente devastador na vida dos jovens. Sentimento de quebra a preocupação e pânico podem tomar conta, tornando difícil para eles sair de casa e assistir às aulas ou palestra, ou executar no trabalho.

A ansiedade pode ser diagnosticada como um distúrbio de saúde mental específico, exemplos incluem transtorno de ansiedade generalizada (TAG), transtorno do pânico, transtorno de ansiedade social ou transtorno obsessivo compulsivo. (14)

A pesquisa mostra que os jovens que usam muito as mídias sociais são mais propensas a relatar problemas de saúde mental. A mídia social alimenta a ansiedade e exacerba os sentimentos de inferioridade, de acordo com a Anxiety UK. Também é demonstrado que há uma probabilidade aumentada de relatar sofrimento psicológico (sintomas de ansiedade e depressão). (14 + 16)

4.4- Bullying Cibernético:

O bullying na infância é um importante fator de risco para uma série de problemas, incluindo saúde mental, educação e relações sociais, com efeitos de longo prazo que geralmente se estendem até a idade adulta.

A ascensão das mídias sociais significa que crianças e adolescentes estão quase sempre em contato uns com os outros. Embora essa interação seja principalmente positiva, ela também oferece uma oportunidade para o agressor continuar abusando, mesmo que não esteja fisicamente perto de ninguém. A popularidade de aplicativos de mensagens instantâneas como Snapchat e WhatsApp também pode se tornar um problema.

A popularidade de aplicativos de mensagens instantâneas como Snapchat e WhatsApp também pode se tornar um problema. Uma vez que são uns veículos rápidos para espalhar mensagens intimidadoras e disseminar imagens.

Os jovens têm duas vezes mais chances de sofrer bullying no Facebook do que em qualquer outra rede social. 7 em cada 10 jovens já sofreram cyberbullying. As vítimas de bullying são mais propensas a apresentar baixo desempenho acadêmico, depressão, ansiedade, automutilação, solidão e mudanças nos padrões de sono e alimentação. (14)

4.5- Redes Sociais e a Distorção da Autoimagem:

Imagem 12 – Comparação das fotos de Joanna Kenny Influencer que se dispôs a tirar o filtro embelezador



Fonte – Instagram @joannajkenny

Numerosos estudos mostraram que o aumento do uso de mídias sociais está significativamente associado à má qualidade do sono em adultos jovens. O uso de mídias sociais em telefones, laptops e tablets à noite antes de dormir também foi associado a um sono ruim, ainda mais do que o uso normal de mídias sociais durante o dia.

Acredita-se que o uso de luzes LED antes de dormir interfira e interrompa processos naturais no cérebro que desencadeiam sentimentos de sonolência, bem como a liberação do hormônio do sono melatonina.

Isso significa que leva mais tempo para adormecer e menos tempo de sono por noite. Um em cada cinco jovens diz que acorda à noite para

verificar seus feeds de mídia social, tornando-os três vezes mais propensos a se sentirem constantemente cansados na escola do que seus colegas que não usam a mídia social à noite. (16)

A busca pelo ideal de beleza coloca o Brasil em destaque no quesito cirurgia plástica, perdendo apenas para os Estados Unidos. Segundo o editorial da revista ABM + Saúde, é esse espaço sem fronteiras (internet) que cria, de forma dispersa e fragmentada, a 'ilusão' de que a vida pode ser igual àquela demonstrada na internet. Exposição da correlação negativa entre níveis de auto-estima e dependência do uso de redes sociais.

Tem havido pouca pesquisa e foco no impacto das mídias sociais em nossos jovens em termos de imagem corporal. Cerca de 70% dos jovens de 18 a 24 anos considerariam a cirurgia plástica. Considerando quantos jovens estão usando as mídias sociais e quantas imagens eles veem todos os dias, é importante que mais pesquisas sejam feitas. (14)

4.6- A Dopamina de as Redes Sociais:

Imagem 13 – Print Screen do Site Exame “Como o TikTok atua no cérebro e vicia jovens em seus vídeos curtos”

Como o TikTok atua no cérebro e vicia jovens em seus vídeos curtos

Estudo mostrou que a rede social ativa áreas ligadas à sensação de prazer, e especialistas explicam que esse resultado rápido dificulta a mudança de foco para atividades mais complexas



Fonte - (17)

Os pesquisadores notaram que regiões do cérebro associadas ao sistema de recompensa foram ativadas por vídeos na internet. O experimento envolveu exames de ressonância magnética cerebral de 30 participantes enquanto assistiam a dois tipos de vídeos, um personalizado pelos algoritmos do TikTok e outro genérico, como aquele cujas preferências não foram detectadas pela plataforma.

A única parte do cérebro ativada por conteúdos personalizados é a área tegmental ventral (VTA), um dos principais centros dopaminérgicos desse órgão, que se acredita ser o início do circuito de recompensa. Isso porque ele libera dopamina, um neurotransmissor que, ao atingir a área do córtex pré-frontal, induz sensações de prazer.

Então, quando esse jovem assiste a um vídeo no TikTok, seu cérebro recebe uma explosão de dopamina que o faz se sentir feliz, alegre e contente. O problema é que quanto mais dopamina o cérebro recebe, mais ele quer, e então acaba entrando em uma fase de saturação onde essas 'doses' precisarão ser cada vez maiores - explica a psicóloga especialista que estuda crianças e adolescentes Manuela Santo do Community Grupo de pesquisa em Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

O surto de dopamina impede que os jovens desviem a atenção da experiência acelerada para outras tarefas mais complexas e não promove o prazer tão rapidamente, explica a neurologista Letícia Sampaio, diretora da Associação de Neurologia Infantil Coordenadora da Unidade de Ciências

da Academia Brasileira de Neurologia (ABN) .

O TikTok tem duas páginas iniciais: uma mostra os vídeos postados pelos perfis que os usuários seguem e a outra, chamada 'Para você', agrega conteúdos que os algoritmos da rede acham que podem interessar aos usuários. A segunda página, que personaliza os vídeos com base nas interações anteriores do usuário na plataforma, está por trás do sucesso da rede da empresa chinesa ByteDance.

TikTok tem a segunda maior base de usuários no Brasil depois da China. O país é um mercado particularmente estratégico para a plataforma, já que o brasileiro passa mais tempo no celular, cerca de 5,4 horas por dia. Hoje, o TikTok é o segundo aplicativo mais usado no país, atrás apenas do WhatsApp.

A rede teve um sucesso especial com a chamada Geração Z, nascida entre 1995 e 2010, onde 66% de sua audiência tem menos de 30 anos. Além disso, embora a rede não permita usuários com menos de 13 anos, crianças são frequentemente encontradas usando contas falsas ou de familiares mais velhos para burlar os termos de serviço.

5 – Abordando Alguns Pontos Positivos das Redes Sociais:

Na sociedade moderna, a mídia social é uma parte tão importante da vida de todos que não pode ser ignorada. No entanto, muito se discute sobre o impacto negativo das redes sociais nas nossas vidas, fazendo-nos por vezes esquecer o impacto positivo das redes sociais na sociedade. Estes

são alguns dos pontos positivos das redes sociais: (14)

5.1- Democratização da Comunicação:

Os meios de comunicação são popularizados pelas mídias sociais, por conta pluralização das bases controladoras dos veículos de comunicação. E apesar de isso facilitar a criação de Fake News, acaba diminuindo muito o monopólio das grandes empresas sobre a comunicação. (14)

5.2- Meios para estabelecer contato profissional e de relacionamento:

Hoje em dia, utilizando as redes sociais é extremamente mais fácil estabelecer contato com outras pessoas em diversos sentidos. Desde redes amplas como Facebook e Instagram que possibilitam vários meios para pessoas com o mesmo objetivo se conhecerem, até redes mais nichadas, como o Tinder que ajuda pessoas a encontrarem parceiros amorosos, ou o LinkedIn que busca auxiliá-las a encontrar contato profissional. (14)

5.3- Disseminação rápida de informações:

Atualmente quando ocorre um acontecimento relevante, ele está quase que instantaneamente nos Trending Topcs do Twitter, nos recomendados do Instagram e em vídeos sensacionalistas do Youtube. Muito diferente da forma que acontecia antes da popularização das Redes Sociais, onde as pessoas só teriam acesso a essa informação quando ela

saísse nos jornais ou passasse na TV. (14)

5.4- Disponibilidade de várias formas de entretenimento:

As Redes Sociais têm grande disponibilidade de material para entretenimento gratuito, como vídeos, textos, artigos, áudios, imagens, filmes, músicas, etc. v

5.5- Maior facilidade em encontrar produtos e serviços e em divulgá-los:

Diversas redes podem ser utilizadas para divulgação de produtos e serviços. Desde um anúncio do Mac Donald's no Youtube, até uma página no Facebook para uma barbearia local, as redes sociais têm auxiliado muito na divulgação dos mais variados negócios, além de serem uma excelente ferramenta para quem deseja encontrá-los. (14)

5.6- Possibilidade de encontrar diversas informações (educacionais):

Nos dias de hoje, qualquer um com acesso à internet, pode encontrar de forma gratuita uma imensa quantidade de informações sobre qualquer assunto. Isso pode ser útil de muitas maneiras, mas principalmente quando falamos de educação, através de videoaulas, livros e artigos que podem ser encontrados nas redes sociais. (14)

6- O Mercado Das Redes e Suas Características:

6.1- Valores estimados das empresas Tech:

De acordo com o Site de finanças <https://br.investing.com/> (18) Seguem os seguintes dados:

- Google - US\$ 1.124 Trilhões (16 de junho de 2022)

[Market capitalization]

- Meta (Facebook , Whatsapp, Instagram)

- US\$ 599 bilhões (9 de fevereiro de 2022)

- 240,112Bi [Market capitalization]

- Tik Tok - US\$59 bilhões. (27/01/22))

6.1.1- Compra do Twitter:

Imagem 14 – Print Screen do Site BBC News “Elon Musk conclui compra do Twitter por US\$ 44 bi e demite executivos”



Fonte - (19)

Este caso foi repercutido durante o ano em que essa discussão por escrito é redigida.

O valor da empresa Twitter foi consolidado e pago pelo empresário mil Bilionário Elon Musk que concluiu a aquisição do Twitter por US\$ 44 bilhões (cerca de R\$ 235 bilhões), segundo a

mídia internacional e um investidor da empresa.

“O empresário twittou na manhã desta quinta-feira (27/10) que comprou a plataforma não para ganhar dinheiro, mas para ajudar a humanidade ao permitir que a civilização tenha “uma praça digital comum”.”

6.1.2- Breve análise de receita do Instagram :

Imagem 15 – Logo da Meta com suas empresas menores



Fonte – Google Imagens

O Facebook adquiriu o Instagram em 2012 , por 1 bilhão de dólares, com a rede social tendo em torno de 30 milhões de usuários.

Em 2020 a rede possuía 1 bilhão de usuários e tinha o valor de em torno de 100 bilhões de Dólares , o faturamento em 2020 era de 20 bilhões ano somente o Instagram.

A Meta divulgou os resultados do 2º trimestre de 2022 no dia 27.jul.2022 em que a empresa teve US\$ 28,8 bilhões em receita líquida , com queda de 1% na comparação com o mesmo período de 2021. (20)

6.2- O Mercado de Dados:

“Em um futuro muito próximo você vai trocar seus dados pessoais por dinheiro.” (21)

6.2.1- O tesouro dos dados:

Até agora, apenas as empresas foram autorizadas a fazê-lo. Eles gastam bilhões de dólares para adquirir dados do usuário, aumentando assim o banco de dados, aumentando assim o valor de seus negócios.

Os modelos de monetização baseados em dados do consumidor são orientados pela qualidade das informações, quanto mais qualidade e organizadas forem, mais valiosa é a empresa.

Em 2012, o Facebook comprou o Instagram, que tem 30 milhões de usuários, por US\$ 1 bilhão, e agora eles têm cerca de 1 bilhão de usuários, dando à empresa uma capitalização de mercado estimada em US\$ 100 bilhões. Com quase US\$ 20 bilhões em receita de mídia em 2019, a receita do Instagram está diretamente ligada ao valor de seus dados de usuário.

A troca de dados pessoais na Internet é uma prática comum e ocorre por meio da classificação dos registros armazenados. Em operações envolvendo seus dados pessoais, até lucrando com isso. As leis que estão surgindo em todo o mundo sobre a privacidade do usuário não serão um obstáculo para que essas transações ocorram.

O impacto da tecnologia da informação na vida das pessoas está dando início a uma nova economia, a Data Economy. Já estão surgindo serviços de armazenamento de dados que prometem ajudar a enriquecer e monetizar seus dados. Os dados se tornaram uma moeda valiosa na era da informação, as empresas de tecnologia não vão querer renunciar aos lucros relacionados ao seu uso. (21)

6.2.2- Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD):

“A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, foi promulgada para proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e a livre formação da personalidade de cada indivíduo. A Lei fala sobre o tratamento de dados pessoais, dispostos em meio físico ou digital, feito por pessoa física ou jurídica de direito público ou privado, englobando um amplo conjunto de operações que podem ocorrer em meios manuais ou digitais.” (22)

“No âmbito da LGPD, o tratamento dos dados pessoais pode ser realizado por dois agentes de tratamento, o Controlador e o Operador. Além deles, há a figura do Encarregado, que é a pessoa indicada pelo Controlador para atuar como canal de comunicação entre o Controlador, o Operador, os(as) titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).” (22)

“Tema fundamental trabalhado pela Lei, o tratamento de dados diz respeito a qualquer atividade que utiliza um dado pessoal na execução da sua operação, como, por exemplo: coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.” (22)

A partilha na administração pública, no âmbito da execução das políticas públicas, está prevista na Lei. No entanto, o órgão coletor deve informar de forma transparente quais dados serão compartilhados e com quem. As informações protegidas pelo sigilo permanecem protegidas e sujeitas

a regulamentos e regras específicas. (22)

6.2.5- Big Data:

Big Data (“Mega dados” em português), em tecnologia da Informação, refere-se a um grande conjunto de dados armazenados. E pode-se basear em 5V's: Velocidade, Volume, Variedade, Veracidade e Valor.

Big Data é um termo amplamente usado atualmente para nomear conjuntos de dados muito grande ou complexos, que os aplicativos de processamento de dados tradicionais não conseguem lidar.

Para atuar com Big Data, deve-se compreender os desafios de se trabalhar na área, que incluem: Análise, Captura, Curadoria de Dados, Pesquisa, Compartilhamento, Armazenamento, Transferência, Visualizações e informações acerca da privacidade dos dados. (23)

6.2.6- Data Science:

Data Science é o estudo disciplinado dos dados e informações inerentes ao negócio e todas as visões que podem cercar um determinado assunto.

É uma ciência que estuda as informações, seu processo de captura, transformação, geração e, posteriormente, análise de dados. (24)

6.3- Anúncios nas Redes Sociais:

6.3.1- Vantagens de anunciar na rede:

Anunciar nas redes sociais significa que as empresas reservam uma pequena quantia para promover suas postagens para que possam estar na frente de mais pessoas. Essa promoção pode ser feita com vários

objetivos diferentes, que serão escolhidos com base no que você deseja promover e na sua estratégia de mídia social. (25)

É possível, por exemplo, fazer anúncios em redes sociais para gerar:

- Mais visualizações para um vídeo;
- Estimular mais interações do público;
- Alcançar novas audiências;
- Impactar mais pessoas dentro dos seus próprios seguidores;
- Mais vendas;
- Aumentar os acessos ao seu site,
- Captar leads.

Todos esses atos de promoção de anúncios nas redes sociais são feitos em plataformas próprias, cada uma com sua lógica e valor. É nessas plataformas que você vai descobrir os caminhos possíveis da sua estratégia.

Além disso as grandes vantagens para o site anunciante está em estratégias como:

- **Aumentar a sua base de seguidores rapidamente**

Com a publicidade em redes sociais, podendo alcançar assim novos públicos e apresentar sua marca a novos compradores em potencial. Esse impulso atinge mais pessoas do que o trabalho feito organicamente (ou seja, sem dinheiro gasto em promoção).

Além de aumentar as oportunidades de negócios, a publicidade nas redes sociais também ajuda a aumentar a credibilidade e a visibilidade do seu perfil. Isso acontece porque contas com mais interações e seguidores geralmente são consideradas perfis de sucesso.

Isso também proporciona maior segurança aos potenciais clientes, permitindo que eles corram o risco de fazer a primeira compra com o seu negócio. (25)

- **Experimentar a venda para novos nichos**

Se podemos ter uma certeza nesse mundo é que tem de tudo na internet: pessoas de todos os credos, com todos os desejos, os mais variados hábitos de comportamento e diferentes interesses. Por isso, as redes sociais são um ótimo local para você testar se funciona oferecer os seus produtos e serviços para um novo nicho.

Com os anúncios em redes sociais, você consegue segmentar o público que quer atingir por interesses, facilitando o processo para encontrar essas pessoas. (25)

- **Ajudam a concretizar a sua estratégia de canais**

Para marcas com uma estratégia de canal e objetivos claros, a publicidade nas mídias sociais pode ajudar a tornar esses planos mais fáceis de alcançar.

Se a uma marca entende que o Instagram deve ser uma das principais fontes de receita da sua empresa, então ela pode ativar a compra direta na rede e criar anúncios com foco em vendas na rede social. (25)

- **Os anúncios em redes sociais são acessíveis**

Por apenas alguns reais, sua marca pode promover um post e obtê-lo melhor do que os resultados orgânicos. Ou seja, a empresa gasta o mínimo possível e consegue algo em troca. (25)

6.3.2- Tipos de Anúncios em redes:

- **CPC – Custo por Clique:**
O anunciante define o preço por cada clique no seu anúncio.
- **CPM – Custo Por Mil impressões:**
O anunciante define o preço desejado por 1.000 visualizações do anúncio exibido.
- **CPA – Custo Por Aquisição:**
O anunciante define o valor que deseja pagar por uma conversão.
- **CPD – Custo Por Disparo:**
O anunciante define o valor que deseja pagar por cada disparo, comumente usados em campanhas de LinkedIn Ads no formato in-mail.
- **CPV – Custo Por Visualização:**
O anunciante define o valor que deseja pagar por uma visualização de um vídeo.
- **CPE – Custo Por Engajamento:**
O anunciante define o valor que deseja pagar por uma interação ao anúncio, exemplo: compartilhar, clicar em algum link, ver um vídeo, favoritar ou curtir. (25)

6.3.3- Ferramentas dos Anúncios e Marketing Social (26):

- **Captação direta:**
A Captação Direta é o anúncio para o cliente correto no momento correto, muito usado com a análise de dados de um cliente (Big Data).
- **Efeito Priming**
O efeito priming (pré-ativação) tem sido estudado em neuropsicologia e psicologia social há cerca de 50 anos e está relacionado a como um estímulo

inicial afeta a resposta de um indivíduo a estímulos subsequentes sem que o indivíduo esteja ciente do efeito.

- **Testes A B**

Um dos testes mais famosos e eficazes é o chamado teste A/B, que consiste em dividir o tráfego de uma determinada página em duas versões: a versão atual e uma versão "desafiadora", com modificações. Em seguida, meça qual versão tem a maior taxa de conversão.

- **Mensagens Subliminares**

As mensagens subliminares são aquelas que os sentidos humanos não conseguem perceber conscientemente, então a informação chega a outra parte do cérebro humano subconscientemente. O termo foi cunhado pelo especialista em marketing americano James Vicary em 1957.

- **Viés de Confirmação**

O viés de confirmação, também conhecido como viés de confirmação ou viés de confirmação, é a tendência de lembrar, interpretar ou buscar informações de uma forma que confirme uma crença ou hipótese inicial. Também se aplica ao concordar com uma frase usada anteriormente, mas rerepresentá-la em uma nova forma, criando um viés cognitivo e um erro no raciocínio indutivo.

Esse viés ocorre quando as pessoas coletam ou lembram informações seletivamente, ou quando interpretam as informações de maneira tendenciosa. Essa influência é mais forte em questões emocionais e crenças profundas. As pessoas também tendem a interpretar evidências ambíguas de maneira a apoiar suas posições existentes.

- **Conforto Cognitivo**

O conforto cognitivo refere-se ao estado emocional positivo de uma pessoa. É um sentimento de bem-estar e realização, resultado da ausência de desacordo ou oposição entre crenças e expectativas, em grande parte inconsciente do indivíduo e das circunstâncias.

- **Efeito Halo**

O efeito halo significa que a avaliação de um projeto, produto ou indivíduo pode interferir no julgamento de outros fatores importantes sob determinado viés, poluindo o resultado geral. Por exemplo, no processo de avaliação de desempenho, o efeito halo é a distração causada pela simpatia do avaliador pela pessoa avaliada.

- **Efeito Âncora**

O efeito de ancoragem é um fenômeno da psicologia experimental que busca dar peso às primeiras impressões fornecidas em uma abordagem de marketing/vendas. As âncoras podem ser eficazes em chamar a atenção do consumidor para as qualidades positivas de um item ou pessoa.

7- Conclusão:

Para Mosé, assim como para Lévy a grande barreira no momento para os educadores é como formar a educação cultural das pessoas dentro do ciberespaço, considerando Fake News e seu impacto na vida das pessoas, a sociedade como um todo. Como lidar com a informação cada vez mais instantânea, como lidar com uma sociedade que tem muita informação, porém com a desinformação na mesma linearidade, com os laços sociais cada vez mais próximo e ao mesmo tempo distante, paradoxos que surgiram com as redes.

As ideias abordadas por Lévy, sobre a transformação que atualmente a humanidade vem sofrendo e seus impactos associados à rede de conexão planetária, traz uma reflexão sobre a realidade social, a inteligência coletiva. A ideologia do universalismo e de igualdade social na economia virtual ainda está muito longe de concretizar.

Para a sociedade atingir o ideal representado por Lévy é incontestável uma transformação mental sobre o papel social de cada indivíduo na sociedade, independente do seu padrão econômico para que seja efetivamente processada e introduzida a inteligência coletiva a nível mundial.

Com todo o estudo percebe-se a grande influência das novas ferramentas comunicativas tem na sociedade, nas inúmeras esferas que constituem uma sociedade, desde um núcleo familiar a um âmbito empresarial onde empresas se comunicam com empresas através de redes sociais.

Contudo os desdobramentos sobre o comportamento humano, ainda estão sendo realizados inúmeros estudos, porém já foi possível identificar prejuízos e ganhos com as redes e em diferentes canais das mesmas.

As redes sociais são artifícios fantásticos, que tem um impacto gigantesco na vida das pessoas, e traz consigo diversos benefícios e malefícios. Portanto é muito importante sabermos utilizá-las de maneira correta e sem exageros, para diminuirmos seu impacto negativo na sociedade, e desfrutarmos de todas as vantagens que as mídias sociais proporcionam

8- Referências Bibliográficas:

- 1 <https://www.netmundi.org/>
- 2 CARPES, Gyance. AS REDES: EVOLUÇÃO, TIPOS E PAPEL NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v.16, n.1, p. 199-216, jan./jun., 2011.
- 3 LÉVY, P. Ciberultura, Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.
- 4 Pierre Lévy e a Ciberultura <https://www.youtube.com/watch?v=ZYq70y6p3v8>
- 5 MOSÉ, V. Nietzsche hoje: Sobre os desafios da vida contemporânea – Edição 2018.
- 6 A escola e os desafios contemporâneo- Edição 2013. – PDF
- 7 O QUE É A SOCIEDADE EM REDE? - E AGORA? COM VIVIANE MOSÉ https://www.youtube.com/watch?v=WHzTK_8UAnQ
- 8 A história das mídias sociais. PDF
- 9 https://files.cercomp.ufg.br/web/up/771/o/aula_02_-_histo%CC%81ria_das_mi%CC%81dias_sociais.pdf?1491243879
- 10 <http://web.tecnico.ulisboa.pt/~ist178552/wordpress/historia/#:~:text=O%20YouTube%20foi%20registado%20por,d e%20v%C3%ADdeos%20visualizados%20por%20dia>
- 11 <https://rockcontent.com/blog/instagram/#:~:text=O%20Instagram%20foi%20lan%C3%A7ado%20em,de%201%20milh%C3%A3o%20de%20usu%C3%A1rios>
- 12 <https://canaltech.com.br/empresa/whatsapp/>
- 13 <https://canaltech.com.br/empresa/twitter/>
- 14 RSPH and the Young Health Movement PDF
- 15 <https://jornal.usp.br/atualidades/uso-excessivo-das-redes-sociais-pode-levar-a-uma-elaboracao-ficcional-da-realidade/>
- 16 Redes Sociais E A Distorção Da Autoimagem – PDF
- 17 <https://exame.com/ciencia/como-o-tiktok-atua-no-cerebro-de-jovens-com-videos-curtos-e-personalizados/>
- 18 <https://br.investing.com/indices/usa-indices>
- 19 <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-63422571#:~:text=Elon%20Musk%20completou%20a%20aquisi%C3%A7%C3%A3o,%2C%20Parag%20Agraw>

- [al%2C%20acabaram%20de mitidos](#)
- 20 <https://www.poder360.com.br/tecnologia/meta-registra-1a-queda-de-faturamento-trimestral-na-historia/>
- 21 <https://mittechreview.com.br/o-mercado-dos-dados-pessoais/>
- 22 <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/lqpd>
- 23 [Reports/big-data-market-1068.html](https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/big-data-market-1068.html)
- 24 <https://cetax.com.br/data-science/>
- 25 <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/anuncios-redes-sociais/#:~:text=Al%C3%A9m%20de%20aumentar%20as%20possibilidades,vistas%20como%20perfis%20de%20sucesso>
- 26 Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar - Livro por Daniel Kahneman – PDF

Docente: Lilian Marques Pino

Discentes:

Ivone Antunes de Souza - PC3006107 -

Lucas Henrique Gagliotti - PC3004392

Rodrigo Luis Tavano Bosso – PC3005623

DISCUSSÃO ACERCA DA A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA DAS REDES SOCIAIS NA SOCIEDADE

DISCUSSION ABOUT THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS TECHNOLOGY IN SOCIETY



FIM