QUEM te influencia? Você já ouviu falar em Digital Influencer? Acredito que sim. Acredito até que você conhece alguns, segue outros pelas redes sociais, gosta de alguns conteúdos, compartilha outros, ou deixa de seguir por algum motivo. Saiba que está tudo bem, tudo dentro da nova dinâmica digital estabelecida. A questão é: QUEM está influenciando a sua vida? Suas decisões? Seus pensamentos? Seu jeito de ser?

Confesso que ultimamente tenho pensado muito nesse "QUEM" e em quem me tornei depois dele. Fato é que, antes de as primeiras redes sociais surgirem, eu costumava escolher meus amigos reais com mais cuidado, me deixar influenciar com alguma cautela e até acreditar em um ditado popular de época: diga-me com quem andas e eu te direi quem tu és!

Aceitar esse ditado na atualidade parece algo improvável. Afinal, como definir "com quem andamos" quando o nosso círculo de convivência é composto por centenas de rostos filtrados e vidas editadas em telas de 6 polegadas?

Em reportagem publicada em 2021 pela Universidade de São Paulo – USP – sobre o fenômeno dos Influenciadores Digitais no Brasil[1], há referência sobre o número de brasileiros impactados diretamente. Segundo levantamento realizado em 2021 pelo setor de comércio local, 40% dos consumidores brasileiros já haviam comprado algum produto em razão do trabalho feito por um Influencer.

Quatro anos depois, os números praticamente dobraram. No ano de 2025, segundo pesquisa realizada pela Youpix, em parceria com a Nielsen, 80% dos brasileiros já haviam comprado produtos recomendados por Influenciadores[2].

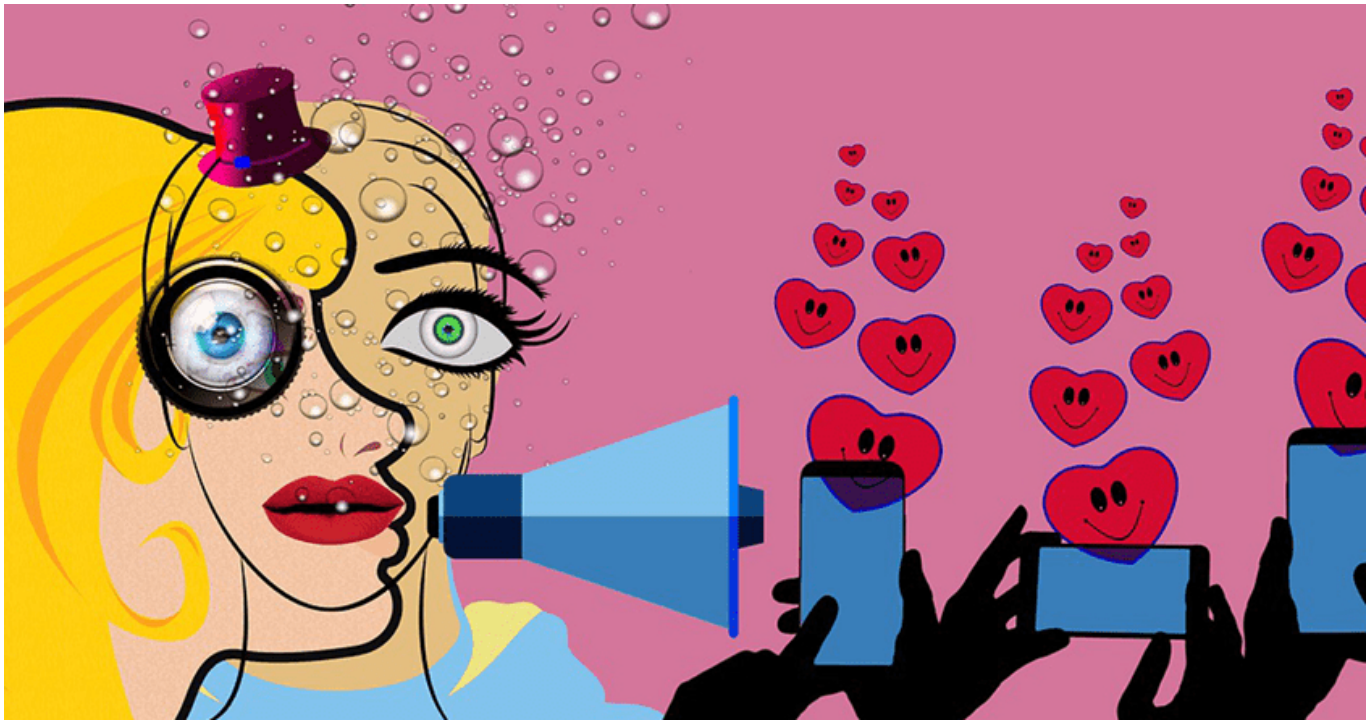


Foto: Gerd Altmann — Pixabay — Fonte: Jornal USP — https://jornal.usp.br/?p=445711

Considerando a evolução das duas pesquisas aqui citadas, podemos afirmar que o que vemos hoje é um novo fenômeno social, que vem acompanhado por algo que podemos aqui chamar de “intimidade artificial”. Seguimos pessoas cujos nomes conhecemos, mas cujas essências ignoramos. Aceitamos conselhos financeiros de quem lucra com a nossa perda, dicas de saúde de quem nunca pisou em um hospital e filosofias de vida de quem prioriza o engajamento em vez da verdade. O “like” tornou-se a nova unidade de medida de caráter, e o lucro, o objetivo final disfarçado de estilo de vida.

O contexto cerebral: a dopamina da intimidade artificial

É preciso destacar que, antes de imaginarmos pessoas em frente a telas, passivamente acompanhando as postagens de seus influenciadores preferidos, existem cérebros sendo modificados silenciosamente.

Nesse cenário, a passividade do seguidor encontra um aliado perigoso na própria neuroquímica cerebral. Ao consumir o conteúdo de um influenciador que simula vulnerabilidade e proximidade, o cérebro humano é ludibriado por uma ilusão de intimidade, ativando circuitos de recompensa ligados à aceitação social. Cada interação, cada segredo compartilhado nos stories e cada resposta personalizada dispara descargas de dopamina — o

neurotransmissor do prazer e da antecipação — que vicia o usuário na sensação de ser especial para aquela figura pública.

Essa gratificação instantânea gera uma espécie de entorpecimento do córtex pré-frontal, a área responsável pelo julgamento crítico. Assim, o seguidor deixa de ser um observador racional para se tornar um receptor emocionalmente dependente, cuja plasticidade cerebral acaba sendo moldada pelo meio digital. O pensamento autônomo é substituído por um reflexo condicionado: o de aceitar como verdade absoluta o que vem daquele que nos fornece a dose diária de pertencimento virtual.

O pensamento crítico, o discernimento e a capacidade de olhar além da bolha, vão sendo abandonados inconscientemente, como se não fossem necessários ao bem-estar do momento e atrapalhassem o tão almejado pertencimento social.

O jogo de espelhos e a cegueira digital



Essa falta de reflexão crítica nos transforma em massa de manobra digital. Moldamos nossos hábitos de consumo, nossas opiniões políticas e até nossa autoestima baseados no roteiro de alguém que, no fundo, está apenas encenando um papel para manter o patrocínio em dia. O perigo não é seguir um influenciador; o perigo é permitir que a curadoria alheia substitua o nosso próprio discernimento.

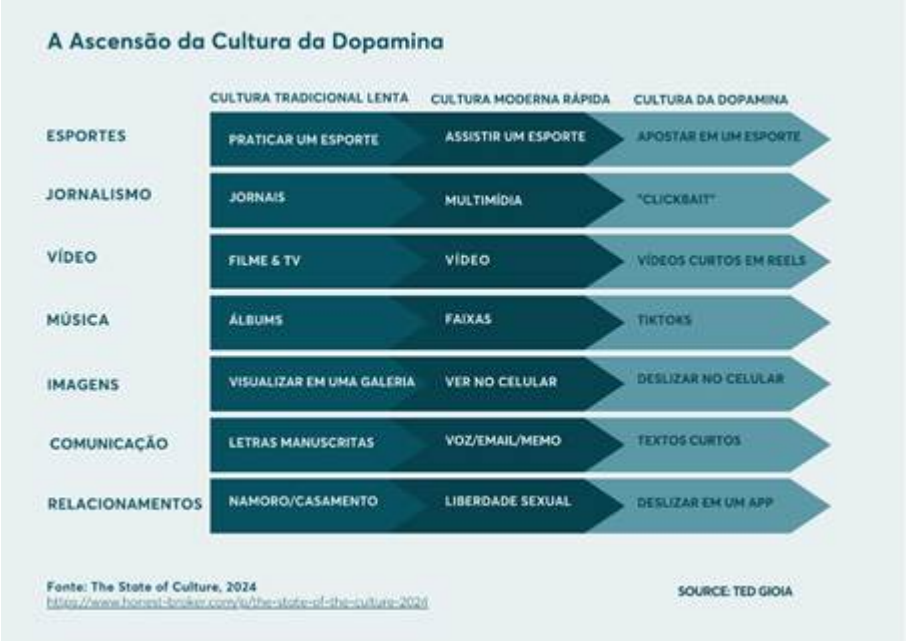
Estamos trocando a nossa autenticidade por um mimetismo perigoso, repetindo

comportamentos de desconhecidos como se fossem verdades absolutas, sem notar que, nesse jogo de espelhos, quem sai perdendo é a nossa própria identidade.

Essa dinâmica torna-se ainda mais insidiosa quando compreendemos que não estamos apenas escolhendo quem seguir, mas sendo confinados em bolhas digitais desenhadas por algoritmos silenciosos. Essas fórmulas matemáticas, programadas para maximizar o tempo de tela e o lucro, entregam-nos apenas o que já gostamos, o que já acreditamos e o que nos causa conforto ou indignação programada. O resultado é uma perigosa cegueira global: ao sermos alimentados exclusivamente por opiniões que ecoam as nossas, perdemos a capacidade de questionar e de confrontar o contraditório. Os influenciadores tornam-se, então, os curadores de uma realidade fragmentada, onde notícias são filtradas e conceitos são reforçados sem qualquer crivo crítico. Vivemos sob a ilusão de estarmos bem-informados, quando, na verdade, estamos apenas orbitando em torno de perfis que validam nossos próprios preconceitos, transformando o senso crítico em um músculo atrofiado pelo excesso de concordância.

O filtro necessário na era do espetáculo

Em última análise, a onipresença dos influenciadores digitais não é apenas uma mudança estética na comunicação, mas uma reconfiguração profunda da nossa arquitetura mental e social. Se o cérebro se vicia na dopamina da falsa intimidade e o algoritmo nos encarcera em bolhas de autoconfirmação, a nossa liberdade de escolha torna-se uma mera peça em um tabuleiro de lucros alheios.



Fonte: The State of Culture, 2024
https://www.honest-broker.com/p/the-state-of-the-culture-2024

O perigo real não reside na tecnologia em si, mas na nossa entrega passiva a ela. Quando permitimos que rostos editados ditem o que devemos desejar ou como devemos pensar, abdicamos da nossa identidade em troca de um pertencimento artificial. É urgente, portanto, que saiamos do papel de seguidores para retomarmos o papel de indivíduos. Isso exige o exercício consciente do contraditório, o filtro rigoroso de quem admitimos em nossa intimidade psíquica e, acima de tudo, o reconhecimento de que a vida real acontece no silêncio do pensamento próprio, e não no barulho incessante das notificações.

Para finalizar, cito aqui uma reportagem de Kleber Tomaz e Rodrigo Rodrigues, publicada no portal – G1/SP de 29/12/2025 – que tem como título “O ano dos influencers atrás das grades: veja destino de 10 famosos digitais presos em 2025”[3]. Na reportagem, são listados alguns influenciadores brasileiros, com milhões de seguidores, que em um universo de 500 mil influenciadores digitais, segundo dados do setor tomando como base o ano de 2022, viraram alvo da polícia e da Justiça no estado de São Paulo no ano de 2025, com acusações de falta de pagamento de pensão alimentícia, violência doméstica, racha, posse ilegal de arma, estupro de criança, lavagem de dinheiro, furto, pornografia infantil e desacatos diversos.

Triste realidade!

Se não soubermos quem nos influencia, acabaremos sendo ninguém em um mundo de

personas criadas para vender para discípulos prontos a consumir indiscriminadamente.

---

[1] Disponível em: https://jornal.usp.br/atualidades/influenciador-digital-e-o-responsavel-por-40-das-compras-feitas-pelo-consumidor-brasileiro/ — Acesso em 04/03/2026.

[2] Disponível em: https://exame.com/marketing/80-dos-consumidores-compram-produtos-recomendados-por-influenciadores/ — Acesso em 05/03/2026.

[3] Disponível em: https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2025/12/29/o-ano-dos-influencers-atras-das-grades-veja-destino-de-10-famosos-digitais-presos-em-2025.ghtml — Acesso em 05/03/2026.