

**Efeito manada: a formação de uma consciência coletiva  
em redes sociais da internet**

*Herd effect: the formation of a collective conscience  
in internet social networks*

Francisco Gabriel ALVES<sup>1</sup>

**Resumo**

O artigo reflete o papel das redes sociais da internet para a formação de padrões comportamentais na sociedade moderna, em diálogo com as contribuições teóricas de Émile Durkheim sobre o conceito de consciência coletiva. Parte-se do entendimento de que a consciência coletiva orienta os indivíduos para agir e viver de acordo com as normas da sociedade na qual estão inseridos. Sob esse aspecto, acredita-se que as redes sociais podem atuar como catalizadores da consciência coletiva na sociedade moderna, uma vez que são espaços de ampla mobilização social, produção de discursos e de manipulação do noticiário. O trabalho está baseado na revisão bibliográfica do tema, sobretudo, nas contribuições do pensamento de Durkheim. Além disso, explora-se o argumento de que a construção da opinião pública e a tendência do comportamento de manada em redes sociais podem ser indicativos para se pensar a formação de uma consciência compartilhada coletivamente.

**Palavras-chave:** Consciência coletiva. Redes sociais. Internet. Opinião pública.

**Abstract**

The article reflects on the role of internet social networks for the formation of behavioral patterns in modern society, in dialogue with the theoretical contributions of Émile Durkheim on the concept of collective consciousness. It starts from the understanding that the collective conscience guides individuals to act and live according to the norms of the society in which they are inserted. In this regard, it is believed that social networks can act as catalysts for collective consciousness in modern society, since they are spaces for broad social mobilization, production of speeches and manipulation of the news. The work is based on the bibliographic review of the theme, above all, on the contributions of Durkheim's thought. In addition, it explores the argument that the construction of public opinion and the tendency of herd behavior in social networks can be indicative for thinking about the formation of a collectively shared conscience.

**Keywords:** Collective consciousness; Social networks. Internet. Public opinion.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação Social pela UFMG. Bolsista da Capes. É integrante do Grupo de Pesquisa em Mídia e Esfera Pública (EME/UFMG). E-mail: fcogabrielalves@gmail.com

## Introdução

As redes sociais da internet mudaram a forma como as pessoas se comunicam nos diversos espaços públicos e privados. Até mesmo veículos tradicionais de imprensa tiveram que se adaptar às novas dimensões midiáticas, a exemplo do fluxo intenso e imediato de informações que são compartilhadas pelos usuários desses dispositivos virtuais. Mas a influência das redes sociais vai muito além da imprensa e dos processos comunicativos. A questão também problematiza o poder das plataformas digitais para a proliferação de narrativas, ideologias e testemunhos que podem contribuir no processo de formação de uma consciência coletiva, influenciando diretamente o que a sociedade pensa sobre questões políticas, religiosas, educacionais e culturais.

O pensador francês Émile Durkheim (1858-1917) foi o primeiro grande teórico a se preocupar com o conceito de consciência coletiva. Segundo o autor, existe uma predominância do grupo em relação ao sujeito, ou seja, o todo se impõe às partes. Por essa razão, ele acreditava que a explicação da vida social estaria fundamentada na sociedade e não no indivíduo. Embora criadas pelos homens, as estruturas sociais passariam a funcionar de modo independente dos atores sociais, condicionando as suas ações (SELL, 2015).

Na abordagem durkheimiana, a consciência coletiva seria uma força social exercida sobre o indivíduo, que o faz agir e viver segundo as normas da sociedade na qual está inserido. Desde o nascimento, os homens estão submetidos aos efeitos dessa consciência coletiva, sendo ensinados como devem se comportar, vestir ou atuar em determinadas situações. A conduta humana passa, portanto, a ser influenciada diretamente pelas instituições públicas, igrejas, escolas, veículos de comunicação e, mais recentemente, pelas redes sociais da internet.

Manipulados pela incorporação da consciência coletiva, os indivíduos tornam-se mais propensos aos efeitos do comportamento de manada, um conceito herdado dos estudos de psicologia para ilustrar a tendência dos sujeitos em seguir as decisões da maioria (JESUS, 2013). Tal comportamento ocorre quando o indivíduo age não por conta própria, mas a partir daquilo que as outras pessoas julgaram como certo. As decisões são tomadas por influência de um líder ou de uma maioria, o que frequentemente pode ocasionar em resoluções precipitadas, não reflexivas e que desconsideram as diferenças da sociedade. Em muitos casos, para ser aceito socialmente e se sentir parte do grupo, o

sujeito prefere reverenciar a opinião dos outros ao invés de reivindicar o seu próprio espaço de fala.

É com base nessa vertente reflexiva que o artigo busca fazer uma abordagem teórica relacionada à tendência de formação da consciência coletiva, graças à circulação de informações em redes sociais da internet. Metodologicamente, o texto aciona correntes teóricas das áreas de sociologia, psicologia e comunicação para destacar padrões de comportamento coletivo revelados em mídias digitais. Além da literatura acerca do tema, o artigo se utiliza de notícias da imprensa e de um estudo publicado pela Universidade de Oxford, cuja abordagem já sinalizava em 2017 a tendência na produção de informações falsas para a manipulação dos sujeitos.

Com este propósito, o texto primeiramente explora a evolução do conceito de consciência coletiva, discutindo as bases da solidariedade mecânica e da solidariedade orgânica. Em seguida, problematiza-se a comunicação mediada em redes sociais da internet, especialmente a capacidade de produção de discursos massivos e o seu perfil interacionista. Finalmente, o artigo apresenta dois argumentos que podem sinalizar a formação de uma consciência coletiva em redes sociais da internet: a própria opinião pública da sociedade e o crescente comportamento de manada nesses espaços virtuais.

### **A evolução do conceito de consciência coletiva**

A teoria durkheimiana considera que a consciência coletiva funciona como um sistema que existe fora do indivíduo, mas que o controla pela pressão moral e psicológica, ditando as maneiras como a sociedade espera que ele se comporte. É deste ordenamento que resulta o consenso sobre as condutas sociais consideradas imorais ou reprováveis pela sociedade. Por isso, o indivíduo se incorpora ao sistema e é nessa submissão que ele encontra abrigo. A sociedade que o força a seguir determinados padrões, é a mesma que o protege e o faz sentir-se como parte de um todo estruturado e coeso.

Os sujeitos que não seguirem os padrões impostos pela consciência coletiva são marginalizados socialmente ou pressionados para se ajustarem às regras de conduta. Ao ignorar os padrões, o indivíduo que o faz terá que lidar com desprezo, desaprovação, desconfiança, olhares de repulsa, exclusão social e muitos outros fatores que desencadeiam problemas de autoestima e até doenças mais graves, como a depressão. Na prática, a consciência coletiva é rígida e não apenas exclui seus transgressores, como

também os agride de forma física e psicológica. Por exemplo, muitos são os casos de pessoas da comunidade LGBTQIA+ violentadas pelo simples fato de não seguirem padrões heteronormativos, como também as mulheres que desafiam as estruturas do machismo para viver de modo independente.

Além de alertar para os efeitos opressores que ameaçam a diversidade, o conceito de consciência coletiva é importante no sentido de pensar as transformações da sociedade moderna, marcada pela evolução entre os mecanismos da solidariedade mecânica e da solidariedade orgânica. A consciência coletiva e a divisão do trabalho seriam os elementos que geram a solidariedade social e que diferenciam esses dois momentos de transformação (DURKHEIM, 1999).

É importante considerar que a solidariedade mecânica está presente nas sociedades primitivas. Nelas, a consciência coletiva se apresenta como um sistema de crenças e sentimentos comuns, com forte poder de coerção sobre os membros. Aqui, a consciência coletiva está mais próxima da hegemonia e do consenso. Os indivíduos se encontram unidos por meio de seus laços de consanguinidade, agrupados em clãs e fratrias<sup>2</sup>. Devido a processos educacionais e culturais espontâneos, os membros da coletividade tendem a possuir a mesma consciência frente ao mundo em que vivem.

Já nas sociedades atuais regidas pela solidariedade orgânica, a consciência coletiva ganha novos contornos e sofre profundas alterações com o avançar da divisão e especialização do trabalho. O substrato social passa a constituir-se como um sistema de órgãos diferentes, cada um dos quais com papel especial (DURKHEIM, 1999) e a consciência coletiva torna-se cada vez menos abrangente e com um poder coercitivo limitado. O enfraquecimento da consciência coletiva e, portanto, o fortalecimento das consciências individuais, traz maior dificuldade de integração entre os membros da comunidade.

A materialização dessas convicções morais da sociedade utiliza as normas jurídicas como um de seus principais mecanismos. Assim, nas sociedades de solidariedade mecânica há o predomínio do direito repressivo, com destaque para a punição. Por sua vez, as sociedades de solidariedade orgânica são marcadas pelo direito

---

<sup>2</sup> As fratrias são clãs (também chamados de tribo) que têm um caráter totêmico. Em “As formas elementares da vida religiosa”, Durkheim (1995) afirma que os símbolos lógicos são construídos pelo homem, que toma como modelo a vida coletiva. As classificações são sistemas cujas partes estariam dispostas em ordem hierárquica de gênero e espécie, categorias estas que o homem emprestou de seu modo de agrupar a vida social em fratrias, clãs e subclãs.

restitutivo, que busca reestabelecer a ordem social (SELL, 2015). Ao fazer uso do direito repressivo, as sociedades com solidariedade mecânica pretendem punir todos os atos criminosos, já que a violação das regras representa uma ameaça para a coesão social. Por outro lado, a intenção do direito restitutivo é manter as regras de cooperação entre os indivíduos e instituições.

A respeito do enfraquecimento da consciência coletiva nas sociedades modernas, Durkheim (1999) avalia que as regras nascidas com a própria divisão do trabalho poderiam contribuir para o reestabelecimento da integração social. Tais regras deveriam ser criadas com o propósito de corrigir as crises sociais geradas pela divisão do trabalho, isto é, pelo enfraquecimento da consciência coletiva e pelo fortalecimento das consciências individuais. O argumento do autor é o de que a coesão social seria possível, novamente, quando as regras herdadas da divisão do trabalho estabelecerem as funções específicas que cada órgão deve desempenhar de maneira satisfatória.

Por sua vez, o culto ao indivíduo - entendido como uma nova espécie de consciência coletiva que nasce a partir da divisão do trabalho e que se centra no valor do indivíduo mais do que da coletividade (GIDDENS, 1989) - haveria de constituir-se como uma nova moral. O objetivo seria valorizar as ações individuais, mas sem perder de vista as relações do indivíduo com o todo social. Portanto, na perspectiva sociológica de Émile Durkheim, a existência de uma sociedade e a coesão social que assegura sua continuidade só se tornam possíveis quando os indivíduos se adaptam ao processo de socialização, ou seja, quando são capazes de assimilar valores, hábitos e costumes que definem a maneira de ser e de agir característica do grupo social a qual pertencem.

### **Conexões em rede - a comunicação na era digital**

O pensamento de Durkheim fornece diretrizes para entender a influência das redes sociais da internet face à construção de uma consciência coletiva na sociedade. Sabe-se que as novas tecnologias de informação e comunicação mudaram a maneira de interagir entre as pessoas. A pesquisadora brasileira Raquel Recuero (2009) afirma que a comunicação digital na internet ampliou a capacidade de conexão entre os indivíduos, permitindo que as redes sociais mediadas pelo computador sejam construídas e expressas nesse espaço. Por meio da colaboração de ferramentas virtuais, como o Facebook e o Instagram, as interações sociais ganham novos formatos, o que gera visibilidade para

temas que envolvem dimensões políticas, econômicas e culturais, além de unificar discursos em torno de valores morais estabelecidos pela maioria.

Hoje, parte da discussão cívica acontece na internet, não só em fóruns públicos e nas variadas formas do jornalismo on-line, mas também dentro da vasta rede de organizações ativistas e de movimentos sociais presentes na internet. A partir do crescimento da tecnologia da informação, revela-se atualmente a evolução de uma sociedade em rede, que conecta pessoas de diferentes lugares do mundo, facilita o consumo e potencializa o engajamento do público comum.

Pensar o paradigma da sociedade em rede admite reconhecer o impacto de fenômenos sociais como o capitalismo, a globalização e o advento das tecnologias da informação e comunicação, pelas quais foram ressignificadas as relações de poder e, principalmente, a maneira como as pessoas interagem. É nesse contexto que Castells (2003) dá ênfase ao papel da internet como instrumento para o compartilhamento de informações, graças à possibilidade de promover a comunicação de muitas pessoas ao mesmo tempo e em escala global. Atuando como o “tecido de nossas vidas” (idem., p.7), a internet seria a base tecnológica que fundamenta a criação de uma sociedade em rede, interconectada pela formação de laços pessoais e profissionais a partir da interação social realizada em ambientes virtuais. Há quase 20 anos, o autor já previa a influência da internet para as atividades econômicas, sociais, políticas e culturais, comparando a “divisão digital” como um dos piores castigos para o sujeito moderno.

Na abordagem de Castells (2003), a sociedade em rede seria aquela conectada como nós. Essas redes de conexão ampliaram as possibilidades de interação social, caracterizando-se pela troca de valores e de interesses comuns, bem como pela ausência de fronteiras limítrofes no espaço-tempo. Assim, a internet seria o elemento condutor que liga as redes, afetando e ao mesmo tempo sendo afetada pela prática social. Como esclarece o autor, “nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. [...]. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria internet” (idem., p.10).

Com o advento das mídias digitais trazidas pela sociedade em rede, a interação dos sujeitos também se reconfigura, já que o processo comunicacional não mais se baseia de forma exclusiva na co-presença física dos sujeitos, mas sim no mundo em movimento, suscetível de ser modificado (MATTELART, 1996). A heterogeneização dessas interações abarca situações comunicacionais que, até um tempo atrás, seriam

“improváveis” de se imaginar e de se concretizar (MALDONADO, 2002). Para Gallucci e Madeira (2009), as mídias sociais da internet podem ser vistas como uma forma de relacionamento on-line em que as pessoas interagem, compartilham ideias sobre temas desejados e se influenciam mutuamente ao ver informações de outros usuários. Por sua vez, Lévy (2011) denomina como mídia digital o que se pode pensar na condição de ecossistema, com a possibilidade de expressão pública, isto é, de interconexão sem fronteiras e de acesso à informação.

As redes sociais da internet possuem um amplo significado nos estudos das interações humanas. Nesses espaços virtuais, é possível estabelecer novas relações entre pessoas, que interagem em causa própria, em defesa de terceiros ou representando uma instituição. Recuero (2009) entende que os sites de redes sociais permitem aos participantes estar mais conectados com a ideia de mundo, aumentando a visibilidade e a produção de discursos. Esse potencial reside na possibilidade de expressão que as pessoas têm para mostrar suas ideias, opiniões, conceitos e pensamentos sobre assuntos diversos. Sendo assim, essas plataformas aproximam pessoas, geram reencontros, criam laços, diminuem distâncias e produzem referências. Elas são resultado de um mundo dominado pela facilidade no acesso à internet e seus dispositivos, como computadores, celulares e tablets.

Vale destacar que há uma necessidade dos indivíduos em se integrarem a grupos sociais específicos que tenham interesses comuns, o que expõe a intenção de se reconhecerem quando buscam conectar-se às redes com as quais se identifiquem. Além disso, esse espaço de interação possibilita a comunicação entre os usuários e favorece a desnacionalização e desestatização da informação, a partir da conectividade mundial estabelecida pela internet (CASTELLS, 1999). O fato é que nas relações em redes virtuais, os indivíduos têm a possibilidade de escolher o outro com quem desejam se relacionar, diferentemente das relações com a família, que obrigam os sujeitos a determinado convívio social. Assim, as mídias da internet não apenas possibilitam a interação de pessoas, mas também se tornaram um ambiente no qual é possível alcançar objetivos definidos pela coletividade, além da possibilidade de criar e obter representações que constituem a consciência coletiva.

As redes sociais também podem ser úteis como espaços de aprendizado coletivo e de trocas cooperativas de conhecimento, contribuindo para a mobilização dos saberes, o reconhecimento das diferentes identidades e a articulação dos pensamentos que

compõem a coletividade. Outro aspecto tem a ver com o seu potencial para a mobilização das pessoas. A internet mostra-se mais democrática que as mídias de massa, característica esta que se fortalece quando se consideram o barateamento dos custos, o aumento do raio de abrangência global e a rápida velocidade de circulação de informações (MORAES, 2000).

A busca por emancipação, igualdade e reconhecimento passa a ser realizada em espaços virtuais de interação como as redes sociais. No Brasil, por exemplo, tem-se deparado com constantes campanhas abrigadas nas redes sociais, em especial aquelas direcionadas a questões políticas. Em junho de 2013, as manifestações que paralisaram o país encontraram possibilidades de organização em redes sociais virtuais como o Facebook e o Twitter, colaborando também para a divulgação de ações e criação de ideias ou comportamentos coletivos. Desde então, o ativismo on-line tornou-se uma realidade presente em todas as regiões do Brasil, com a narrativa de grupos opositores, minorias políticas e demais indivíduos que não teriam espaço de voz nos veículos da imprensa tradicional.

### **Opinião pública e comportamento de manada em redes sociais**

As redes sociais da internet conquistam cada vez mais espaço na vida das pessoas, contribuindo para a disseminação de opiniões e discursos compartilhados coletivamente. Um estudo divulgado em 2021 pela plataforma Cupom Válido, com dados da *Hootsuite* e *WeAreSocial*<sup>3</sup>, mostrou que o Brasil é o terceiro país no mundo que mais usa redes sociais. De acordo com o levantamento, os brasileiros ficam, em média, 3h42min por dia conectados, estando atrás somente das Filipinas (4h15min) e da Colômbia (3h45min).

Com a adesão massiva de indivíduos que apresentam diferentes posições políticas e pertencem a todos os tipos de classes, as redes sociais da internet têm despertado o interesse de estudiosos das mais variadas áreas científicas, a fim de compreender a influência desses espaços virtuais para a formação de uma opinião pública. Isso porque as mídias digitais veiculam propostas, produzem o confronto de ideias, ampliam a visibilidade de temáticas que não chamam a atenção da mídia tradicional e potencializam a disseminação em massa de informações (verdadeiras e falsas).

---

<sup>3</sup> Relatório disponível em: <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. Acesso em 12.08.2022.

A presença das redes sociais evolui paralelamente às transformações que o mundo sofre em suas próprias estruturas sociais e políticas. Por exemplo, as “Primaveras Árabes<sup>4</sup>” encontraram nas redes sociais o instrumento adequado de propagação de protestos e de conclamação do povo para manifestações públicas. Eram as redes sociais intervindo na consciência coletiva e funcionando como instrumento de mobilização social em defesa de seus direitos. No Brasil, é possível citar o movimento “Ele Não”, uma manifestação de mulheres brasileiras contra o então candidato Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018. O movimento, que começou a partir da mobilização digital em torno da *hashtag* #elenao, logo ganhou as ruas de diversas cidades do país, demonstrando o poder de articulação das mídias virtuais.

Acredita-se que as redes sociais reestruturaram a forma como as pessoas pensam, se comportam e se manifestam. Assim, a velocidade no compartilhamento de informações e a reprodução de discursos em massa exige uma maior reflexão sobre como a opinião pública está sendo formada a partir dessa nova realidade. Uma das teorias mais conhecidas sobre o conceito de opinião pública é a que procura esclarecer este fenômeno por meio do modelo de cascata. Para Lima (2005), o modelo cascata explica a formação da opinião pública como resultado de um fluxo linear de informações do topo da pirâmide social até as ditas classes populares. A estrutura superior da pirâmide seria formada, em ordem decrescente, pelas elites econômicas e sociais, elites políticas, mídia e formadores de opinião. Já na base estaria concentrada a grande maioria da população. Segundo o autor, à medida que desce pelo fluxo da pirâmide, a informação passa a ser contaminada pelos interesses dos grupos dominantes, o que se reflete na manipulação da narrativa que tradicionalmente chega até a população.

Ao ser considerada como fator relevante para o funcionamento da democracia, a opinião pública foi conceituada por Bobbio (1998) como “pública” em um duplo sentido. Primeiro, “porque ela surge do debate público” e, segundo, “porque seu objeto é qualquer coisa”, desde que seja de domínio público. Sendo assim, opinião pública, para ele, é:

---

<sup>4</sup> Entende-se por Primavera Árabe a onda de protestos ocorrida no Oriente Médio e norte do continente africano, cujo objetivo era a derrubada de ditadores e a reivindicação por melhores condições sociais de vida. Os eventos aconteceram entre os anos de 2010 e 2011.

Um fenômeno da época moderna: pressupõe uma sociedade civil distinta do Estado, uma sociedade livre e articulada, onde existam centros que permitam a formação de opiniões não individuais, como jornais e revistas, clubes e salões, partidos e associações, bolsa e mercado, ou seja, um público de indivíduos associados, interessado em controlar a política do Governo, mesmo que não desenvolva uma atividade política imediata (BOBBIO, 1998, p. 842).

No atual debate acerca da opinião pública, o desempenho de líderes influenciadores reforça a relação entre os meios de comunicação e os próprios espectadores. É essa complexa ligação que possibilita o fornecimento de informações à opinião pública. A estratégia que vem sendo usada no Brasil e no mundo para influenciar a opinião pública nas redes sociais se aproveita de uma característica psicológica conhecida como "comportamento de manada". Alguns exemplos ajudam a compreender esse fenômeno, como a preferência por restaurantes que apresentam filas (pois acredita-se que o estabelecimento é melhor porque chama a atenção de mais pessoas), ou a conduta de torcedores em jogos de futebol (que se envolvem em brigas coletivas, mas que individualmente não teriam coragem de fazer).

O comportamento de manada ou psicologia das massas descreve como os indivíduos podem agir coletivamente guiados apenas pela ação da maioria (JESUS, 2013). O termo faz referência à tendência de fuga coletiva entre animais da mesma espécie quando estão em situações de perigo. Quando aplicada aos seres humanos, o conceito pode ser ilustrado, por exemplo, nos casos que resultam em greves gerais, episódios de violência em massa ou na tendência de escolha de candidatos que seguem na liderança de pesquisas eleitorais. Trata-se, portanto, de uma conduta humana para seguir um grande influenciador, uma ideologia, ou mesmo um determinado grupo, sem que a decisão passe, necessariamente, pelo crivo da reflexão individual.

O efeito de manada também se faz presente quando o indivíduo realiza julgamentos e forma suas próprias opiniões. Por vezes, ele pode ser explicado pelo medo de não ser aceito pelo grupo ao qual o indivíduo pertence. Por outras, decorre da falta de conhecimento sobre determinadas situações. Quando pensada na realidade das redes sociais da internet, a problemática acontece pela desinformação a qual os usuários estão expostos nesses ambientes, fato que pode se tornar um gatilho para a manipulação da opinião pública.

De acordo com notícia veiculada pela BBC Brasil<sup>5</sup>, em dezembro de 2017, naquela ocasião já havia um “exército de fakes” nas redes sociais brasileiras, ou seja, um grande número de perfis falsos. Os jornalistas da BBC reuniram evidências ao longo de três meses que, ao final, sugeriram a existência de um grupo de usuários identificados como falsos e destinados à manipulação da opinião pública nas eleições de 2014. A estratégia compreendia influenciar os usuários a dar “curtidas” em postagens, fazer elogios a determinados políticos, atacar adversários, e ampliar o alcance de uma hashtag (símbolo que agrupa um assunto em destaque nas redes sociais).

Outro alerta vem de 2017, com um estudo da Universidade de Oxford, destacando a influência das redes sociais no processo de manipulação da opinião pública. Segundo o documento “Desafiando a verdade e a confiança: um inventário global da manipulação organizada nas mídias sociais”, no Brasil e no mundo, agências governamentais e partidos políticos teriam explorado plataformas de redes sociais para espalhar notícias sensacionalistas ou falsas, censurar informações e minar a confiança na mídia, em instituições públicas e na ciência. Na ocasião, os pesquisadores reforçaram que a manipulação da opinião pública por meio das redes sociais — como Facebook, Twitter e Instagram — seria uma perigosa ameaça à democracia.

Com a capacidade de atingir grandes públicos de interesses específicos em um só lugar, além da possibilidade de se comunicar individualmente com cada sujeito, as redes sociais se mostram como meios atrativos para a propaganda política e social. Em diversos países, campanhas virtuais já aumentaram tensões étnicas, ressuscitaram movimentos nacionalistas, intensificaram o conflito político e até resultaram em crises democráticas.

No Brasil, o uso de práticas desonestas na internet para influenciar as pessoas acontece desde 2010 (BRADSHAW; HOWARD, 2017). Perfis falsos foram usados durante duas campanhas presidenciais (2014 e 2018), como também no impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff (2016). De acordo com o levantamento de Bradshaw e Howard (2017), ambos pesquisadores da Universidade de Oxford, pelos menos 48 países apresentam partidos ou organizações governamentais usando as redes sociais para manipular a opinião pública. Além disso, as campanhas de desinformação acontecem principalmente durante eleições ou crises de confiança no governo. Em 20% dos 48

---

<sup>5</sup> É possível acessar a notícia na íntegra aqui: *Investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil*. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>>. Acesso em: 03.07.22.

países, aplicativos como WhatsApp, Telegram e Wechat são usados para transmitir informações falsas. O estudo também apontou que as propagandas políticas e sociais envolvem automação nas redes, times de comentaristas, produção de conteúdos falsos, assédio e criação de distrações. Desde 2010, partidos e governos já gastaram mais de meio bilhão de dólares em manipulação via mídias sociais (BRADSHAW; HOWARD, 2017).

Dessa maneira, acredita-se que as redes sociais da internet, como palco para a disseminação de informações verdadeiras e falsas, podem influenciar a construção de uma opinião pública compartilhada coletivamente. A atual tecnologia das redes sociais permite, por exemplo, que o usuário visualize apenas as informações que lhe interessam ou que estão de acordo com o seu pensamento. É por isso, que diversos estudos, em áreas diferentes, têm buscado entender a influência das redes sociais para as transformações no comportamento da sociedade.

### **Considerações finais**

Partindo dos pressupostos teóricos do sociólogo Émile Durkheim, este artigo buscou ampliar o debate quanto ao papel das redes sociais da internet para a formação de uma consciência coletiva, marcada pela influência sobre a opinião pública e no comportamento de manada dos indivíduos.

O trabalho compreende o conceito de consciência coletiva como o conjunto de características e conhecimentos comuns de uma sociedade, que faz com que os indivíduos pensem e ajam de forma semelhante. Corresponde, portanto, às normas e aos códigos culturais, como a etiqueta, a moral e as representações coletivas. Na prática, o indivíduo, em diferentes situações, é influenciado pela sociedade na qual está inserido.

Com base nesse entendimento, é possível perceber a influência das redes sociais da internet para a criação de discursos homogêneos em sociedade, muitas vezes utilizando informações falsas. A influência ocorre justamente porque cada vez mais as pessoas têm utilizado essas plataformas digitais para o estabelecimento de interações sociais, como também para se informar, organizar mobilizações, produzir conteúdo e confrontar decisões governamentais.

Embora a unanimidade e o consenso sejam mais difíceis em sociedades marcadas pela solidariedade orgânica, acredita-se que a consciência coletiva se faz presente em situações que unificam a opinião pública, como a reprovação de estupradores e de

políticos corruptos. Além disso, a consciência coletiva pode ser aferida nas interações realizadas em redes sociais ou no próprio comportamento de manada, que levam milhares de pessoas a seguirem o perfil de determinadas personalidades públicas com as quais se identificam.

Ao reproduzir mensagens, gerar visibilidade para temas que não estão presentes nas mídias tradicionais, manipular perfis falsos, propagar discursos e representar o pensamento de milhares de usuários, as redes sociais acabam contribuindo para a construção de uma consciência coletiva que se traduz na opinião pública e no comportamento de manada. Trata-se de uma consciência coletiva porque é sustentada por milhares de pessoas que pensam igual ao conteúdo propagado pelas redes sociais, um espaço virtual que está cada vez mais incorporado à estrutura da sociedade moderna.

## Referências

BOBBIO, N. **Dicionário de política**. 11. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1998.

BRADSHAW, S; HOWARD, P. Troops, trolls and troublemakers: a global inventory of organized social media manipulation. In: **Computational propaganda research project**. University of Oxford, 2017.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DURKHEIM, É. **Da divisão do trabalho social**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DURKHEIM, É. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

GALLUCCI, L; MADEIRA, C. Mídias sociais, redes sociais e sua importância para as empresas no início do Século XXI. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1163-1.pdf>. Acesso em: 10.08.2022.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

JESUS, J. G. Psicologia das massas: contexto e desafios brasileiros. **Revista Psicologia e Sociedade**. vol. 25, n.3, pp. 493-503, Belo Horizonte: PUC Minas, 2013.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** 2 ed. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

LIMA, V. A opinião privada tornada pública. **Observatório da imprensa**. Ano 12, n. 342, 2005. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a-opinio-privada-tornada-publica/>>. Acesso em 01.07.22.

MALDONADO, A. E. Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 9, p. 1-23, 2002.

MATTELART, A. **A invenção da comunicação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

MORAES, D. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na internet. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 23, n. 2, p. 142-155, 2000.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SELL, C. E. **Sociologia clássica: Marx, Durkheim e Weber**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

TECHTUDO. **10 fatos sobre o uso de redes sociais no Brasil que você precisa saber**. 2018. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/10-fatos-sobre-o-uso-de-redes-sociais-no-brasil-que-voce-precisa-saber.ghml>>. Acesso em: 06.07.22.

TECHTUDO. **Como acontece a manipulação da opinião pública nas redes sociais**. 2018. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2018/08/como-acontece-a-manipulacao-da-opinio-publica-nas-redes-sociais.ghml>>. Acesso em: 06.07.22.