

CONSUMO COMO INDICATIVO DE EXISTÊNCIA NA ERA DIGITAL: A INFLUÊNCIA DO PODER GEOPOLÍTICO DAS *BIG TECHS* E A CONSTRUÇÃO DO ANTAGONISMO CORPORATIVO À SOBERANIA ESTATAL

Ana Clara Macário Silva¹, Djamiro Ferreira Acipreste Sobrinho²

Resumo: No último quarto do século, na manifestação mais eloquente da era digital, o consumismo adquire um perfil indispensável para a vida humana. A construção de identidade na experiência moderna, bem como as vivências sociais, assume um caráter comercial, reduzido à mera relação de consumo. Com os avanços das tecnologias e com isso a ascensão das *big techs*, este mesmo consumo antes realizado fisicamente, hoje acontece sem que seja necessário sair de casa, redesenhando o papel e a importância das grandes empresas de tecnologia na sociedade moderna. Se faz necessário então questionar, como essa relação entre consumo e identidade principalmente na era digital contribui para a ampliação da influência geopolítica das *big techs* e como essas empresas adquirem um poder análogo a de Estados-nações, bem como isso afeta na balança de poder nas interações entre Estados-nações e grandes empresas da tecnologia? A pesquisa propõe como resposta a esse questionamento que o consumo como identidade na era digital atribui às *big techs* um valor de existência indispensável na realidade atual, transformando essas empresas em entes comparáveis aos Estados-nações em nível de importância e estrutura na sociedade, contribuindo para a construção da ideia de empresas assumirem o papel do Estado, corroborando para o antagonismo empresarial à soberania de Estados-nações. Em vista disso é imperioso analisar o paralelo entre consumo e identidade na era digital, para entender como isso influencia na ação de *big techs* ao redor do mundo e assim compreender como isso contribui para esse antagonismo empresarial desta em

¹ Acadêmica de Direito da Universidade Regional do Cariri – URCA, membra do Laboratório de análise de conflito constitucional socioeconômico – LACÔNICO/URCA, vinculada à linha 2 – Controle de constitucionalidade enquanto arena para o diálogo institucional na solução de Conflitos constitucionais socioeconômicos. clara.macario@urca.br

² Professor do Departamento de Direito, pesquisador-coordenador do Laboratório de análise de conflito constitucional socioeconômico – LACÔNICO/URCA, pesquisador do Grupo de estudos e pesquisas em Direitos humanos fundamentais – GEDHUF/URCA, pesquisador do Grupo de Análise de Políticas Públicas Intersetorial – GAPPI/UFRN. djamiro.acipreste@urca.br

X SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA
XXVIII SEMANA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA URCA
10 a 14 de NOVEMBRO de 2025

Tema: "UNIVERSIDADE E SOCIEDADE NA AGENDA 2030"



relação à soberania estatal. Nesse sentido, se fará uso da pesquisa bibliográfica, sob a episteme crítico-dialética para contextualizar o consumo como uma forma de construção identitária na era digital na tentativa de entender como isso contribui para influência geopolítica das *big techs*, avaliando assim a nova relação de poder das *big techs* em comparação com o poder estatal, para por fim compreender as consequências do antagonismo corporativo das *big techs* contra à soberania estatal, bem como promover alternativas de resistência a essas ações. Ao fim da pesquisa foi possível comprovar a hipótese de que o consumo como identidade na era digital atribui às *big techs* um novo grau de influência geopolítica, construindo uma visão destas como um Estado extracorpóreo que está além dos princípios de direito, corroborando para que exista assim um antagonismo empresarial destas em relação à soberania estatal.

Palavras-chave: consumismo; *big techs*; poder geopolítico; antagonismo corporativo; soberania.