

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Etec Professor Francisco dos Santos

Técnico em Administração

MARKETING DIGITAL E REDES SOCIAIS

Cailane de Lima Nascimento¹

Larissa Da Costa Medrado²

Liriani Lorena Marciano³

Resumo: Este trabalho analisa os impactos do marketing digital e das redes sociais na sociedade, destacando benefícios como engajamento e segmentação, mas também desafios como dependência digital, ansiedade e desinformação. A pesquisa documental demonstra a necessidade de um uso equilibrado dessas plataformas, promovendo práticas mais éticas e um ambiente digital mais saudável.

Palavras-chave: Marketing digital, redes sociais, impacto social, saúde mental.

INTRODUÇÃO

O avanço das redes sociais transformou a forma como as pessoas se comunicam, consomem informações e interagem com marcas, tornando-se uma ferramenta essencial para o marketing digital. No entanto, o uso excessivo dessas plataformas tem gerado impactos preocupantes na sociedade, incluindo sintomas como ansiedade, depressão, estresse e dificuldades de concentração. A hiperconectividade e a constante exposição a conteúdos podem afetar o bem-estar mental e emocional dos usuários, tornando necessário um debate sobre seus efeitos.

¹ Aluno do curso Técnico em Administração na Etec Prof. Francisco dos Santos.

² Aluno do curso Técnico em Administração na Etec Prof. Francisco dos Santos.

³ Aluno do curso Técnico em Administração na Etec Prof. Francisco dos Santos.

Este trabalho tem como objetivo de analisar os impactos das redes sociais na sociedade e os sintomas causados pelo uso excessivo da internet. A pesquisa será realizada por meio de uma abordagem documental, utilizando estudos científicos, relatórios e estatísticas para compreender os desafios impostos por essa nova realidade digital.

2 METODOLOGIA

Este trabalho adota uma pesquisa documental para analisar os impactos das redes sociais na sociedade e os sintomas decorrentes do uso excessivo da internet. A abordagem qualitativa permitirá examinar e interpretar informações extraídas de estudos científicos, relatórios, artigos e livros, garantindo que os dados coletados sejam oriundos de fontes confiáveis. O método documental possibilita a identificação de tendências, desafios e possíveis estratégias para mitigar os efeitos negativos do marketing digital e do consumo desenfreado de conteúdo online, oferecendo uma base teórica sólida para a discussão dos problemas abordados.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação aborda a transformação do marketing digital e o impacto das redes sociais na saúde mental e no comportamento dos indivíduos. Inicialmente, são explorados os conceitos de marketing digital, destacando sua evolução com a digitalização dos meios de comunicação e a importância da personalização e segmentação das estratégias, conforme discutido por autores renomados. Em seguida, a análise concentra-se nas redes sociais como plataformas que potencializam a interação entre marcas e consumidores, mas que, ao mesmo tempo, podem gerar efeitos negativos quando utilizadas em excesso. Estudos indicam que o uso intensivo dessas plataformas está associado a sintomas como ansiedade, depressão e estresse, evidenciando uma relação complexa entre engajamento digital e bem-estar. Dessa forma, a revisão da literatura fornece uma base para compreender tanto os benefícios quanto os desafios do marketing digital, ressaltando a necessidade de se promover um uso equilibrado e consciente das redes sociais.

3.1 PARTE HISTÓRICA

O marketing digital teve seu início com a popularização da internet nos anos 1990, quando as empresas começaram a explorar os primeiros canais digitais, como e-mail

marketing e websites institucionais. Com o avanço tecnológico e a consolidação dos mecanismos de busca e plataformas de anúncios nos anos 2000, o cenário digital passou por uma transformação significativa, permitindo estratégias mais segmentadas e mensuráveis.

Na década de 2010, o surgimento e a popularização das redes sociais, como Facebook, YouTube, Instagram e, posteriormente, TikTok, revolucionaram a comunicação, criando espaços interativos que possibilitaram uma conexão mais direta entre marcas e consumidores. Essa nova era impulsionou o desenvolvimento do marketing de influência e intensificou debates sobre os efeitos do uso excessivo dessas plataformas, tanto em termos de engajamento quanto de impactos na saúde mental e no comportamento social. Atualmente, o marketing digital integra tecnologias avançadas, como algoritmos e personalização, demonstrando uma evolução contínua que reflete as mudanças no comportamento do público e nas demandas do mercado.

As redes sociais transformaram a comunicação e o marketing digital, permitindo maior interação entre marcas e consumidores. No entanto, o uso excessivo dessas plataformas tem gerado impactos negativos, como ansiedade, estresse, dependência digital e baixa autoestima. A constante exposição a conteúdos idealizados e a busca por validação online podem afetar a saúde mental e o bem-estar dos usuários. Assim, torna-se essencial promover um uso equilibrado das redes sociais, incentivando práticas que minimizem seus efeitos negativos e favoreçam um ambiente digital mais saudável.

3.2 TRABALHO DE PESQUISA

A pesquisa documental revelou que as redes sociais têm ampliado o alcance e fortalecido o engajamento das campanhas de marketing digital, permitindo uma comunicação mais segmentada e personalizada entre marcas e consumidores. Por outro lado, os estudos apontam desafios significativos, como os impactos negativos do uso excessivo dessas plataformas, que se manifestam em sintomas de ansiedade, estresse e depressão, além de preocupações relativas à privacidade e à sobrecarga informacional. Esses resultados evidenciam a necessidade de práticas de marketing mais éticas e equilibradas, aliadas a políticas de educação digital e transparência na coleta de dados. Em síntese, a discussão reforça que, embora o marketing digital ofereça oportunidades importantes para o fortalecimento das marcas, é fundamental mitigar seus riscos para promover um ambiente online saudável e sustentável para todos os usuários.

O Crescimento do Marketing de influência

O marketing de influência tem se tornado uma estratégia essencial para as marcas na era digital, impulsionado pelo crescimento das redes sociais. Influenciadores digitais atuam como intermediários entre empresas e consumidores, promovendo produtos de maneira autêntica e gerando alto engajamento. Essa abordagem permite uma comunicação mais direta e personalizada, tornando-se uma alternativa eficaz à publicidade tradicional.

No entanto, o marketing de influência também apresenta desafios, como a necessidade de transparência nas parcerias pagas e a escolha adequada de influenciadores alinhados aos valores da marca. Além disso, a crescente concorrência no setor exige inovação constante para manter a relevância. Apesar dessas dificuldades, essa estratégia segue em expansão, adaptando-se às mudanças do mercado e às novas preferências dos consumidores.

Impactos Positivos e Negativos

As redes sociais e o marketing digital revolucionaram a comunicação e a relação entre marcas e consumidores, trazendo benefícios como maior conectividade, democratização da publicidade e acesso facilitado à informação. Empresas de todos os tamanhos podem expandir sua presença online, alcançar públicos segmentados e interagir diretamente com os consumidores, promovendo um engajamento mais autêntico.

No entanto, o uso excessivo dessas plataformas também apresenta desafios, como a dependência digital, a propagação de fake news, a exposição excessiva de dados e os impactos negativos na saúde mental, incluindo ansiedade e baixa autoestima. Além disso, os algoritmos direcionam o consumo de conteúdo, podendo limitar a diversidade de informações acessadas pelos usuários. Diante desse cenário, torna-se essencial equilibrar os benefícios e desafios do marketing digital, promovendo um uso consciente e responsável das redes sociais.

3.4 RESULTADOS ALCANÇADOS E DISCUSSÃO

Os impactos das redes sociais e do marketing digital na sociedade são evidentes e multifacetados. A pesquisa revelou que essas ferramentas transformaram a forma como as pessoas consomem informação, interagem com marcas e tomam decisões.

de compra. Empresas de diversos setores adotaram estratégias digitais para alcançar seu público de maneira mais eficaz, utilizando influenciadores e algoritmos personalizados para aumentar o engajamento. No entanto, esse crescimento acelerado também trouxe desafios, como a dependência digital, a disseminação de fake news e a pressão social gerada pelo conteúdo online.

Outro aspecto relevante identificado é a dualidade entre os benefícios e os riscos do marketing digital. Se, por um lado, ele democratizou o acesso à informação e potencializou oportunidades de negócio, por outro, levantou questões éticas sobre privacidade, manipulação de dados e saúde mental dos usuários. Esses resultados demonstram a importância de um uso consciente das redes sociais, destacando a necessidade de regulamentações e práticas mais responsáveis para minimizar os impactos negativos e garantir um ambiente digital mais equilibrado.

Objetivos e Respostas às Hipóteses

O objetivo principal tem como identificar quando e como o marketing digital auxilia ou atrapalha no desempenho da população. A maioria dos casos negativos são como o impacto do marketing digital pode influenciar no poder das escolhas, exemplo o consumismo em forma de gatilho. Muitas pessoas acabam consumindo de forma totalmente impulsiva a fim de ter o que está sendo divulgado ou em alta no mercado. Portando esses efeitos acabam sendo psicológicos onde o consumidor passa a comprar inconsciente. Um outro efeito negativo seria no excesso do uso de aparelhos celulares. De acordo com uma pesquisa da Faculdade de Medicina UFMG os sintomas de estresse, depressão e ansiedade estão presente na atualidade da era digital. Esse tem sido um grande impacto negativo na sociedade atual.

Entretanto os efeitos positivos do marketing digital podem auxiliar em diversas áreas tecnológicas como, em divulgações de produtos, em criações de conteúdos digitais, além de promover grandes anúncios de uma empresa podendo contribuir ainda mais com a mesma e com o colaborador. O Marketing teve um aumento percentual de 6,4% em 2021 para 9,5% em 2022 em relação aos valores investidos na área. É o que aponta uma pesquisa do Gartner feita com CMOs e líderes de Marketing pelo mundo. Isto explica o quanto o marketing é fundamental.

Relevância dos Resultados

A relevância deste estudo se dá pelo fato de que as redes sociais estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas e influenciam diretamente seu comportamento e consumo. Compreender essa influência é fundamental para propor medidas que incentivem um uso consciente e equilibrado dessas plataformas, minimizando riscos e potencializando seus benefícios.

Os resultados obtidos são essenciais para compreender a dinâmica atual do marketing digital e suas consequências sociais. Ao identificar os impactos positivos e negativos das redes sociais, é possível criar estratégias mais responsáveis e éticas, tanto para empresas quanto para os próprios usuários.

Conclusão Final

Portanto, conclui-se que as redes sociais tem poder de influência na tomada de decisão de compra, onde os consumidores utilizam os recursos oferecidos para auxiliar no seu processo decisório. Recomenda-se ainda que as empresas verifiquem as formas como o feedback são obtidos, para que os pontos negativos sejam melhorados e que o objetivo do marketing que é atender as necessidades e desejos dos clientes sejam sempre alcançados.

Recomendam-se novos estudos abrangendo as relações de marketing, internet e redes sociais onde as empresas utilizam seus sistemas de informação para acompanhar as motivações dos consumidores e posteriormente oferecerem os produtos certos para o público correto no momento oportuno.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.

GARTNER. *CMO Spend Survey 2022: Marketing budgets rebound to 9.5% of company revenue*. 2022. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/insights/marketing>. Acesso em: 10 ago. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG). *Estudo da Faculdade de Medicina aponta aumento de sintomas de estresse e ansiedade relacionados ao uso de celular*. Belo Horizonte: UFMG, 2022. Disponível em: <https://www.medicina.ufmg.br>. Acesso em: 12 ago. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Uso excessivo de telas pode impactar a saúde mental de jovens, alertam especialistas*. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/uso-excessivo-de-telas-pode-impactar-a-saude-mental-de-jovens-alertam-especialistas>. Acesso em: 04 jun. 2025.

SEBRAE. *O que é marketing digital e como usá-lo para vender mais?* Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-marketing-digital-e-como-usalo-para-vender-mais,57fa871d343d8610VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 04 jun. 2025.