

**A importância das mídias sociais na vida de indivíduos da cidade de Currais Novos/RN**

**The importance of social media in the citizens' life of the city of Currais Novos/RN**

**La importancia de los medios sociales en la vida de individuos de la ciudad de Corrales  
Nuevos / RN**

**Françoise Borges da Silva**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: francoise.borges29@hotmail.com

**Jean Lucas Bezerra da Cruz**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: j.lucasbezerra@gmail.com

**José Robson Batista Dantas**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: robsondantashd@gmail.com

**Maria Girliane Milena de Lima**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: milena2013.1@outlook.com

**Maria Olivia Caline de Lima**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: olivia2011.2@hotmail.com

**Ivisson Maharishe de Medeiros Silva**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8368-0878>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: ivisson.ufrn@yahoo.com

**Max Leandro de Araújo Brito**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2827-9886>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: maxlabrito@gmail.com

Recebido: 05/10/2018 | Revisado: 20/10/2018 | Aceito: 05/11/2018 | Publicado: 18/11/2018

## **Resumo**

O presente trabalho objetiva discutir sobre a importância das mídias sociais na vida dos indivíduos da cidade de Currais Novos/RN, sendo esse realizado com cinco entrevistados de

diversas faixas etárias, entre quatorze e sessenta anos de idade. A metodologia utilizada é de cunho qualitativo, tendo por base um estudo telematizado realizado com sujeitos de idades distintas. A coleta de dados ocorreu através de uma entrevista. Como resultado o estudo evidencia que os indivíduos tornaram-se dependentes das mídias sociais e suas funcionalidades, seja no trabalho ou na interação entre os sujeitos, as mídias são essenciais em suas vidas. Por fim, o estudo aponta que as mídias sociais influenciam de forma significativa na vida dos indivíduos da cidade de Currais Novos/RN, pois possibilitam a interação e comunicação impactando de forma relevante no dia-a-dia desses sujeitos.

**Palavras-chave:** Conectividade; Interação; Marketing.

### **Abstract**

The present work aims to discuss the importance of social media in the life of individuals in the city of Currais Novos / RN, which was conducted with five interviewees from different age groups, between fourteen and sixty years of age. The methodology used is of a qualitative nature, based on a telematized study carried out with subjects of different ages. Data collection took place through an interview. As a result the study shows that individuals have become dependent on social media and its functionalities, whether at work or in the interaction between subjects, media are essential in their lives. Finally, the study points out that social media significantly influence the lives of individuals in the city of Currais Novos / RN, as they enable interaction and communication, impacting in a relevant way in the daily life of these subjects.

**Keywords:** Connectivity; Interaction; Marketing.

### **Resumen**

El presente trabajo objetiva discutir sobre la importancia de los medios sociales en la vida de los individuos de la ciudad de Corrales Novos / RN, siendo éste realizado con cinco entrevistados de diversas edades, entre catorce y sesenta años de edad. La metodología utilizada es de cunho cualitativo, teniendo como base un estudio telematizado realizado con sujetos de edades distintas. La recolección de datos ocurrió a través de una entrevista. Como resultado el estudio evidencia que los individuos se volvieron dependientes de los medios sociales y sus funcionalidades, ya sea en el trabajo o en la interacción entre los sujetos, los medios son esenciales en sus vidas. Por último, el estudio apunta que los medios sociales influyen de forma significativa en la vida de los individuos de la ciudad de Corrales Novos

/ RN, pues posibilitan la interacción y comunicación impactando de forma relevante en el día a día de esos sujetos.

**Palabras clave:** Conectividad; interacción; Comercialización.

## 1. Introdução

A importância do estudo das mídias sociais na vida dos indivíduos se dá pelos benefícios encontrados no uso de recursos da Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs), entre eles a facilidade de comunicação e interação social.

A propagação do uso das mídias sociais ocorreu com mais rapidez nos anos 2000, com o surgimento das redes sociais, se restringindo inicialmente ao Orkut e MSN. Mas, com as constantes atualizações tecnológicas, outras mídias foram ganhando espaço como, por exemplo, Facebook, Twitter, WhatsApp e Instagram, e fez com que as outras desaparecessem. Nesse sentido, as mídias sociais contribuem de forma relevante para as novas formas de se relacionar, além de ter tornado uma ferramenta de trabalho.

Tendo em vista o contexto exposto, o presente estudo tem por objetivo discutir sobre a importância das mídias sociais na vida dos indivíduos da cidade de Currais Novos/RN. Sendo que o estudo procura o entendimento da dimensão dessa importância para sujeitos de diversas faixas etárias. Assim, o artigo apresenta um referencial teórico dividido em estudos referentes às gerações de marketing, mídias sociais e o uso das TIC's no ensino. Em seguida é apresentada a metodologia do estudo, os principais resultados, a conclusão do estudo e as principais referências utilizadas.

## 2. Marketing

Na perspectiva do marketing, o público infante-juvenil é um dos grupos em que há maior entusiasmo em alcançar, por meio da promoção comercial, vistos não apenas como futuros, mas como atuais consumidores. Através da análise, delineou-se uma forma discursiva que utiliza como recursos naturalização, inverossimilidade, dissimulação ideológica, eufemização, por meio dos quais se constrói um universo de significações que serve aos interesses de quem produz o discurso. As considerações e as aplicações da neurociência na psicologia do consumo ganharam popularidade na última década, tanto na pesquisa acadêmica quanto na gestão de marketing. Um dos motivos pelos quais a neurociência aparentou ser uma fonte relevante para pesquisadores de administração e, em especial, de marketing, é a

possibilidade que oferece de investigar respostas fisiológicas (PASTORE; MAFFEZZOLLI; MAZZON, 2018).

No que diz respeito especificamente ao marketing, passada a expectativa desvirtuada de finalmente compreender a mente do consumidor, é proposto que o título Neurociência do Consumidor passe a ser aquele utilizado para descrever o uso de conhecimentos e ferramentas neurobiológicas neste contexto (PASTORE; MAFFEZZOLLI; MAZZON, 2018).

É fundamental ao avanço das teorias de marketing que se abram novas possibilidades de multidisciplinidade, fomentando diferentes visões aos comportamentos observados. Ao se colocarem diferentes ferramentas neurocientíficas em perspectiva, percebe-se que algumas questões sobre tempo, custo, tratamento dos dados, formação de equipes e objetivos de pesquisa são norteadores sobre os caminhos mais apropriados de investigação (PASTORE; MAFFEZZOLLI; MAZZON, 2018).

No espaço eletrônico, redes, fluxos de informação, troca de dados, conectividade incessante, virtualidade ou digitalização são todos processos codificados e até mesmo multiplicados. Neste sistema impulsionado pelos próprios usuários, as ferramentas digitais que permitem essa comunicação permanente foram modificadas à medida que a tecnologia evolui (AYALA PEREZ, 2015).

Atualmente, a tecnologia tem feito parte da vida dos jovens, que passaram a crescer em um ambiente onde eles se comunicam através de redes sociais como membros de comunidades em diferentes regiões geográficas e estão conectados ao longo do dia por meio de smartphones, notebooks ou tablets que praticamente constituem uma extensão de seu corpo (AYALA PEREZ, 2015).

### **3. Mídias Sociais**

Segundo Seller e Laurindo (2018), nos últimos anos, a mídia social vem se tornando um novo componente do conjunto de ferramentas de marketing à disposição das empresas, permitindo a estas estabelecer novas formas de relacionamento com seus clientes. O autor destaca também que as mídias sociais abrem um canal de comunicação bidirecional entre a organização e seus consumidores, assim como promove a interação entre estes.

Ainda de acordo com os estudos de Seller e Laurindo (2018) comunidades de marca têm efeito positivo sobre os relacionamentos cliente/produto, cliente/marca, cliente/empresa e entre clientes, que, por sua vez, têm efeitos positivos sobre a confiança na marca, ou seja, as relações tornaram-se muito mais otimizadas e ágéis devido ao uso das mídias sociais.

Muitos são os exemplos da importância das mídias sociais, nas áreas de política e administração pública, essas mídias têm o poder de disseminar opiniões que podem resultar tanto em melhorias nos serviços públicos quanto em protestos motivados pela insatisfação dos cidadãos com os governos (OLIVEIRA; BERMEJO, 2017).

Nesse sentido, o autor foca no compartilhamento de textos, imagens, áudios e vídeos, muitas vezes utilizadas por organizações com fins comerciais, sendo que essas transformações são constantes, e tanto empresa quanto a sociedade devem estar acompanhando esse desenvolvimento para manter-se informado e atualizado se adaptando a realidade de hoje.

#### **4. O Uso das TIC's no Ensino**

Pedro e Chacon (2017) destacam a velocidade com que os avanços tecnológicos têm ocorrido nos últimos tempos, além da facilidade de acesso de uma parcela maior da população às Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), sendo utilizados, entre outras finalidades, para o trabalho, lazer e educação.

Com a disseminação das TDIC e a facilidade de acesso à internet que temos atualmente, não se pode ignorar que os estudantes estão imersos em uma cultura digital, apresentam características e comportamentos diferenciados, são influenciados pelo enorme fluxo de informações disponíveis na internet e pela interatividade imediata proporcionada pelos recursos digitais (PEDRO; CHACON, 2017).

Há que se considerar que embora alguns estudantes sejam nativos digitais, isto não significa que eles não tenham mais nada para aprender e nem que saibam utilizar as TDIC a favor do seu processo de aprendizagem (PEDRO; CHACON, 2017).

A incorporação das TDIC no contexto educativo, de maneira inovadora, juntamente com a criatividade dos estudantes PCS, retira-os do papel de receptores do conhecimento e os alça à condição de produtores ativos, mudança esta que irá favorecer o desenvolvimento de todos os estudantes, principalmente aqueles que são impulsionados por uma motivação intrínseca e que usam os recursos das TDIC como uma ferramenta de aprimoramento intelectual, a fim de potencializar os fenômenos da precocidade e da superdotação (PEDRO; CHACON, 2017).

A construção de conhecimentos que se adequa ao uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) para fins educativos considera-se como uma nova barreira a ser superada pelos professores (SCHUHMACHER; SCHUHMACHER, 2017).

As novas tecnologias devem ser empregadas para enriquecer o ambiente educacional. Para que aconteça essa inserção no cenário educacional é solicitado aos professores novos saberes e competências para lidar criticamente com as TIC em seu dia a dia docente. O autor garante ser necessário ao docente ter domínio referente ao computador, os suportes midiáticos e todas as possibilidades educacionais e interativas para aproveitá-las nas mais variadas situações de ensino-aprendizagem e nas mais diferentes realidades educacionais. O professor passa a ser o encarregado de uma grande responsabilidade - a de utilizar as TIC como recurso para construir e difundir conhecimentos em sua prática docente (SCHUHMACHER; SCHUHMACHER, 2017).

No Brasil são recorrentes relatos nos quais os obstáculos mais relevantes referem-se à infraestrutura física da escola em termos de equipamentos, conexão de internet e ambientes em que esses equipamentos serão utilizados na prática do professor. A inexistência ou insuficiência de apoio institucional para seu uso - entendido nos relatos como a direção da escola, Secretarias de Estado, coordenações e órgãos gestores das universidades - torna-se um agravante para o professor que pretende adotar as TIC em sua prática nos enfrentamentos do dia a dia escolar (SCHUHMACHER; SCHUHMACHER, 2017).

## **5. Metodologia**

O presente artigo é qualitativo, sendo que pesquisa qualitativa, segundo Silva (2011), é caracterizada como compreensiva, holística, ecológica, humanista, bem adaptada para a análise minuciosa da complexidade, próxima das lógicas reais, sensível ao contexto no qual ocorrem os eventos estudados, atenda aos fenômenos de exclusão e de marginalização.

Quanto à natureza o estudo é trabalho científico original. Para Cervo e Bervian (1978), entende-se por trabalho científico original aquela pesquisa, cujos resultados venham representar novas conquistas para a ciência respectiva.

Quando ao objeto é um estudo telematizado, conforme explica Zanella (2006) a pesquisa telematizada faz uso de informações que combinam o uso de computador e de telecomunicações. Sendo nesse caso a pesquisa realizada através de aparelho celular, efetuada por meio da mídia social Whatsapp.

A amostragem utilizada foi por conveniência, segundo Flick (2009), diz respeito à seleção daqueles casos mais acessíveis sob determinadas condições. Isso pode acontecer simplesmente em função de reduzir o esforço. A Técnica de coleta de dados foi a entrevista.

A pesquisa foi realizada na cidade de Currais Novos-RN, através de um aplicativo de

mensagens instantâneas. Foram entrevistados 5 sujeitos, considerando que é uma pesquisa qualitativa, e por serem de idades diferentes abrangem uma maior diversidade de ideias. O sujeito A é uma criança que nasceu em 2004 e estuda o 9º ano do ensino fundamental II. O sujeito B é um jovem nascido em 1999, estudante universitário. Quanto ao sujeito C, nasceu em 1992 é graduado em Sistemas de informação e especialista em Gestão de Marketing. O sujeito D é um senhor que nasceu em 1983, empresário do ramo de multimarcas em mercado online. Por fim o sujeito E nasceu em 1973, funcionário público municipal.

A Técnica de análise foi a análise de conteúdo. De acordo com Chizzotti (2001, p.98) a análise de conteúdo é

[...] um método de tratamento e análise de informações colhidas por meio de técnicas de coleta de dados, consubstanciadas em um documento. A técnica se aplica à análise de textos escritos ou de qualquer comunicação (oral, visual, gestual) reduzida a um texto ou documento.

Nesse sentido, o estudo realizou-se através da interação entre o pesquisador e o entrevistado, tendo como meio de comunicação a mídia social, o que proporcionou uma maior agilidade e otimização de tempo no que diz respeito a obtenção dos dados da pesquisa.

## 6. Resultados

Ao responder sobre o impacto das mídias sociais na vida do indivíduo o sujeito A respondeu:

Eu já tive problemas por gastar muito tempo livre e até mesmo adiar coisas importante para ficar apenas acompanhando atualização nelas, as mídias sociais, hoje em dia eu só as uso quando realmente preciso ou em momentos que eu sei que realmente não vão me prejudicar. Eu acredito que as publicações, compartilhamentos, e vários outros tipos de atos públicos que as pessoas realizam nas suas redes sociais revelam muito sobre elas, e eu acabo me guiando um pouco por isso. Eu não costumo aceitar sempre solicitações de amizade de desconhecidos, confesso que quando não conheço a pessoa costumo visualizar o perfil, informações pessoais, linha de tempo, publicações, na tentativa de fazer uma análise mesmo que superficial de quem é essa pessoa, e se eu jugar interessante ter essa pessoa como amigo virtual à adiciono. Também é muito útil para manter contato com pessoas conhecidas quando, estas estão fisicamente distantes, em outros lugares. Eu não acho que elas afetem muito minha privacidade, quando eu público algo eu já tenho uma ideia de como aquilo pode chegar para as pessoas e que tipo de retorno posso ter.

De acordo com as informações obtidas como indivíduo A o compartilhamento de informações nas mídias sociais deixa o adolescente vulnerável em relação a sua segurança, pois o contato com pessoas desconhecidas é mais frequente nas redes sociais e as informações em seus perfis podem não corresponder à sua vida real. Além disso, o tempo dedicado à atualização dos perfis sociais pode prejudicar o estudante em seus estudos. Mas, ainda assim, veem a necessidade de manter as redes sociais ativas como forma de manter contatos e fazer novas amizades. Desse modo existe proximidade com a ideia de Ayala Perez (2015).

Sobre o que foi perguntado o sujeito B relata:

O impacto das redes sociais na minha vida tem um lado positivo e outro negativo. O positivo é que a comunicação é bem mais fácil e rápida, sendo possível resolver problemas, por exemplo, pelo próprio WhatsApp, na minha vida de estudante universitária ela é uma grande ferramenta para que trabalhos em grupo possam ser realizados, já que os colegas geralmente são de outra cidade. O lado negativo é que o vício prejudica muito o rendimento da minha rotina. As vezes perco muito tempo vendo coisas inúteis ao invés de estar fazendo algo produtivo, por isso que na hora dos estudos procuro deixar o aparelho bem longe para não ter o impulso de tirar uns minutos para olhar rede social.

Ao analisar o discurso do sujeito B fica evidente a princípio que para os jovens as mídias sociais têm um papel importante, pois ajuda nos estudos, facilitando seu dia a dia. Mas tem o lado negativo, quando não são impostos limites prejudica sua vida, de modos diversos. Portanto, se usada de modo adequado às redes só têm a contribuir para o conhecimento de forma geral.

Quando questionado o sujeito C afirma:

As mídias sociais funcionam como uma fonte de dados que muitas vezes são compilados de forma errônea pela maior parte da população, seja por ingenuidade ou por ignorância, os dados encontrados nas mídias não são analisados de forma profundo e assim causam uma grande alteração no pensamento da massa, esse tipo de dado é conhecido como Fake News, assim sendo na atual conjuntura do país esse é de longe o maior impacto dessas mídias na vida e no futuro da sociedade. Por outro lado, a praticidade gerada por elas atua como um fator positivo quando o seu uso é consciente.

Segundo o exposto pelo sujeito C, as mídias sociais geram um impacto altamente negativo na vida do indivíduo, por vezes elas funcionam como um agente de alienação para a sociedade, com isso as notícias não verídicas conhecidas como fake News influenciam



fortemente o processo decisório do indivíduo tanto para escolhas pessoais quanto coletivas. Contudo a praticidade que elas oferecem é um ponto positivo destacado.

O sujeito D, expressa apenas pontos positivos quanto ao uso das mídias sociais na vida cotidiana do indivíduo, ele destaca principalmente a praticidade e agilidade que essas mídias geram no seu ambiente profissional. Dessa forma, elas atuam como aplicativos auxiliares para a gestão do empreendimento dos indivíduos, bem como uma forma de ampliar a rede de contatos e de amigos do mesmo.

No que tange à pergunta exposta, o sujeito E informa que: “Tornou-se parte da vida diária, não consigo passar um dia sem ter acesso a elas. Tornou-se necessário está sempre interligado para não sentir alheio ao mundo”.

De acordo com a pesquisa realizada com o público de 41 a 60 anos de idade, as mídias sociais tornaram-se essenciais, tornando o ser humano dependente desse universo, onde a troca de informação acontece de forma muito ágil, possibilitando uma comunicação imediata, ou seja, a parcela de indivíduos mais maduros também se rendeu as mídias sociais, e ao leque de possibilidades que esse universo oferece.

## **7. Conclusão**

A importância do uso das mídias sociais na vida dos indivíduos da cidade de Currais Novos/RN de acordo com a pesquisa está relacionada à agilidade e facilidade na comunicação proporcionada pelas redes sociais e, apesar dos seus benefícios, as mídias sociais também apresentam perigos quanto à segurança e a ociosidade do tempo. Porém, de acordo com os dados obtidos os usuários não conseguem viver sem usar as mídias sociais, seja para se comunicarem, ou para se informar a respeito dos acontecimentos recentes. Dessa forma, os indivíduos tornaram-se dependentes e inseparáveis das mídias sociais e suas funcionalidades.

Dentro das limitações para realização do estudo está o pouco tempo para aplicação da pesquisa e o número limitado de entrevistados, que pode de certa forma influenciar em um resultado onde os entrevistados se posicionam praticamente da mesma forma, com basicamente as mesmas opiniões. Porém isso pode se acontecer por se tratar de um assunto que é de interesse geral, e por atualmente, grande maioria dos sujeitos serem dependentes das mídias sociais.

Como sugestão, os estudos futuros poderão utilizar uma amostra maior de entrevistados, para obtenção de dados mais abrangentes sobre o impacto das mídias sociais em diferentes âmbitos das suas vidas. Bem como explanar a pesquisa no que diz respeito as

faixas etárias dos entrevistados, além disso, ser realizado um número maior de perguntas, afim de entender melhor as opiniões dos indivíduos.

Portanto, o estudo realizado sobre a importância das mídias sociais para os indivíduos da cidade de Currais Novos/RN, foi de suma relevância, uma vez que se pode, mesmo que de forma sucinta, compreender como esses sujeitos são dependentes dessas mídias, e como suas vidas são afetadas com seu uso.

## Referências

AYALA PEREZ, Teresa Cecilia. Redes sociales e hiperconectividad en futuros profesores de la generación digital. **Cienc. docência tecnol.** Concepción del Uruguay , n. 51, p. 244-270, dic. 2015 .

CERVO, Amado L. e BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 2. ed. São Paulo: McGraw- Hill do Brasil, 1978.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, p. 405, 2009.

OLIVEIRA, Daniel José Silva; BERMEJO, Paulo Henrique de Souza. **Mídias sociais e administração pública**: análise do sentimento social perante a atuação do Governo Federal brasileiro. *Organ. Soc.* Salvador, v. 24, n. 82, p. 491-508, set. 2017 .

PASTORE, Cristina Maria de Aguiar; MAFFEZZOLLI, Eliane Cristine Francisco; MAZZON, José Afonso. O Uso de Biomarcadores em Pesquisas de Marketing. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 22, n. 3, p. 403-423, jun. 2018.

PEDRO, Ketilin Mayra; CHACON, Miguel Claudio Moriel. Competências digitais e superdotação: uma análise comparativa sobre a utilização de tecnologias. **Rev. bras. educ. espec.** Marília, v. 23, n. 4, p. 517-530, dez. 2017.

SCHUHMACHER, Vera Rejane Niedersberg; ALVES FILHO, José de Pinho; SCHUHMACHER, Elcio. **As barreiras da prática docente no uso das tecnologias de informação e comunicação**. *Ciênc. educ. (Bauru)*, Bauru, v. 23, n. 3, p. 563-576, jul. 2017.

SELLER, Michel Lens; LAURINDO, Fernando José Barbin. **Comunidade de marca ou boca a boca eletrônico**: qual o objetivo da presença de empresas em mídias sociais?. *Gest. Prod.*, São Carlos, v. 25, n. 1, p. 191-203, mar. 2018.

SILVA, José Maria da. **Apresentação de trabalhos acadêmicos**: normas e técnicas. 6. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia da pesquisa**. Florianópolis: SEaD/UFSC, 2006.