

AS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS MANIPULADORAS E A RELAÇÃO COM A DIMINUIÇÃO DA CAPACIDADE COGNITIVA

Gustavo Enderli do Nascimento¹
Cristiano Ronaldo Meyer de Lima²
Eduardo Sperling Bombardieri³
Bruno Herter Scheuer⁴
Luis Felipe de Lima Forgiarini⁵
Murilo Antonio Scardoeli Miquelucci⁶

Instituição: Centro de Educação Básica Francisco de Assis

Modalidade: Relato de Pesquisa

Eixo Temático: Tecnologias da Informação e Comunicação.

1. Introdução: O processo de aprimoramento tecnológico das redes sociais acarretou no desenvolvimento de estratégias empresariais para prender a atenção dos usuários. São utilizados algoritmos e o mapeamento dos gostos, além de selecionar o conteúdo que o indivíduo consome, que muitas vezes, é raso e banal. Sem o usuário perceber, esse controle sutil o leva a perder a noção do tempo e da escolha do conteúdo. Esse processo se apresenta como uma manipulação do comportamento do usuário que, ao longo do tempo, traz uma diminuição da capacidade cognitiva, afetando áreas neurológicas relacionadas à atenção e o raciocínio, por exemplo.

O objetivo do trabalho é buscar entender e conscientizar sobre os prejuízos psicológicos dessa manipulação comportamental. Escolhemos este tema pois nosso grupo identificou a importância do debate sobre o assunto, e do quanto é valioso sabermos o que estamos consumindo.

2. Procedimentos Metodológicos: Durante o mês de junho, o planejamento foi necessário e buscamos entender o nosso tema, antes de iniciar a pesquisa, e como ele nos afeta, procuramos entender como os outros podem ser influenciados por esse uso descontrolado das redes sociais. Para produzirmos o trabalho, foi necessário a divisão do grupo, cada um com um subtema para pesquisar e aprofundar de forma que o alcance da pesquisa fosse maior.

¹ Aluno do Centro de Educação Básica Francisco de Assis, gustavo.nascimento@sou.unijui.edu.br

² Aluno do Centro de Educação Básica Francisco de Assis, cristiano.meyer@sou.unijui.edu.br

³ Aluno do Centro de Educação Básica Francisco de Assis, eduardo.bombardieri@sou.unijui.edu.br

⁴ Aluno do Centro de Educação Básica Francisco de Assis, bruno.scheuer@sou.unijui.edu.br

⁵ Aluno do Centro de Educação Básica Francisco de Assis, luis.forgiarini@sou.unijui.edu.br

⁶ Professor de Biologia do Ensino Médio, murilo.miquelucci@unijui.edu.br

Durante as aulas da manhã, planejamos de primeira mão, uma pesquisa em formulário para conseguir dados suficientes para a aplicação de uma pesquisa pelo google forms, utilizando estudantes de diferentes faixas etárias e níveis de ensino.

A pesquisa foi respondida por quarenta estudantes destes vinte e seis ou 65% são do sexo feminino, doze do sexo masculino representando 30% e dois preferiram não responder. Quanto à faixa etária, 57,5% têm entre 14 a 18 anos, 32,5% de 19 a 24 anos e 10% acima de 25 anos.

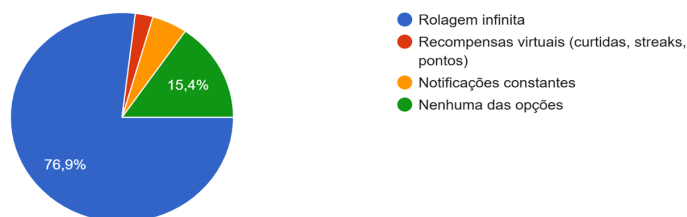
3. Resultados e Discussões: Após a realização de nosso estudo e das pesquisas que desenvolvemos, conseguimos entender a forma como algumas estratégias empresariais são utilizadas para atrair a atenção dos usuários e influenciar seu comportamento. Em muitos casos, essas táticas podem prejudicar a capacidade de concentração, o raciocínio crítico e a autonomia das pessoas.

Os dados que coletamos e os conteúdos que analisamos mostraram que ferramentas como gamificação, marketing emocional, manipulação comportamental e o uso de algoritmos estão sendo empregadas de maneira cada vez mais sofisticada. Embora essas estratégias possam parecer inofensivas ou até divertidas à primeira vista, elas têm um impacto significativo na saúde mental e cognitiva dos usuários, especialmente entre os jovens.

Por exemplo, notamos que a rolagem infinita e o design atraente dos aplicativos não são acaso eles foram cuidadosamente planejados para manter os usuários engajados por mais tempo, incentivando o consumo contínuo. Para descobrirmos e entendermos na prática, como as redes sociais afetam o desenvolvimento humano, fizemos uma pesquisa com alunos da escola e universidade para que respondessem uma série de perguntas. Na figura 1 observa-se as respostas dos jovens quando perguntados sobre as estratégias que prendem ao conteúdo digital.

Figura 1: Estratégias que mais prendem ao conteúdo digital

Qual dessas estratégias mais te prende ao conteúdo digital
39 respostas



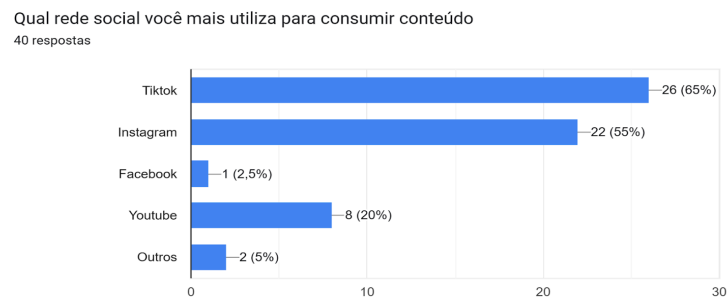
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores (2025)

Da mesma forma, os sistemas de recompensas imediatas, como pontos, desafios diários e medalhas virtuais, são projetados para ativar áreas do cérebro ligadas à dopamina, criando um ciclo de dependência que favorece a lealdade do cliente.



A grande maioria dos 41 participantes, passa mais tempo no Tik Tok diariamente, cerca de 3 a 4 horas diárias. Nota-se que a rolagem infinita, predomina em relação às demais, afetando de forma demasiada, pois o excesso em vídeos curtos corrói o nosso cérebro.

Figura 2: Rede social mais utilizada



Fonte: Pesquisa realizada pelos autores (2025)

Ficou claro que os algoritmos que personalizam o conteúdo com base nas preferências individuais contribuem para o isolamento em uma “bolha de interesses”. Isso limita a diversidade de informações, dificulta o pensamento crítico e torna os usuários mais suscetíveis à manipulação de opiniões.

Figura 3: Sobre os conteúdos recomendados pelo algoritmo



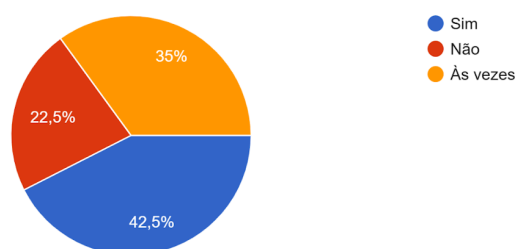
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores (2025)

Outro aspecto que discutimos foi a obsolescência programada, uma prática comum entre grandes empresas que visa forçar o consumo constante. Ao tornar produtos rapidamente descartáveis, essas corporações não apenas aumentam seus lucros, mas também contribuem para o esgotamento de recursos naturais e o crescimento do lixo eletrônico. Isso mostra que a manipulação vai além do mental, afetando também o meio ambiente e a sociedade.

Outra questão muito importante se relaciona a capacidade de concentração em outras atividades após o uso prolongado das redes sociais. Na pesquisa realizada 42,5% dos respondentes afirmam que sentem dificuldades, 35% responderam que as vezes isto representa 77,5% dos jovens tem dificuldades de concentração após o uso prolongado das redes sociais.

Figura 4: Dificuldades de concentração após o uso das redes sociais

você sente dificuldade em se concentrar em atividades longas após passar muito tempo em redes sociais
40 respostas



Fonte: Pesquisa realizada pelos autores (2025)

De maneira geral, nossos resultados ressaltam a necessidade urgente de conscientizar a população, sobre como essas estratégias funcionam e quais são seus efeitos. É fundamental que desenvolvamos um senso crítico, capacidade de escolha e uma relação mais equilibrada com a tecnologia. O trabalho evidenciou que, embora essas ferramentas empresariais sejam extremamente eficazes em capturar a atenção, elas podem comprometer seriamente o desenvolvimento cognitivo, o bem-estar emocional e a autonomia dos usuários se forem utilizadas de forma indiscriminada e sem controle.

4. Conclusão: Ao final da pesquisa, ficou evidente que essas estratégias vão além da simples publicidade: elas afetam diretamente a maneira como pensamos, sentimos e agimos. As diversas áreas do corpo que nos auxiliam no desenvolvimento, tanto cognitivo quanto coordenativo, são prejudicadas e passam a atuar de forma inconsistente, causando dificuldade na assimilação de fatos e de concentração em conteúdos mais densos, principalmente os contidos nas diversas áreas do conhecimento presentes nos locais de ensino.

É importante ressaltar que as redes sociais, nem sempre são ruins, elas assim como ajudam a ter uma comunicação com outras pessoas a longa distância, possuem conteúdo educativo. Ao sabermos controlar as tentações, os conteúdos vazios, tornamos nosso ambiente de lazer cada vez mais intuitivo e com vídeos que realmente agregam. Por isso, devemos observar e entender, com um olhar mais crítico e consciente de como usamos a tecnologia e como a deixamos nos utilizar, devemos evitar o vício e procurar um ambiente de lazer fora do celular.

5. Referências

ANTUNES, Inês; MARTINEZ, Luisa M.; MARTINEZ, Luis F. A eficácia das técnicas de promoção de vendas no comportamento de compra dos consumidores millennials. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 21 n. 3 (2022): (abr./jun.).

Disponível em <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/19997> acesso em 06 de jul. 2025

KOOISTRA, Lisa *et al.* Aliança de Trabalho em Tratamento Cognitivo-Comportamental Misto e Presencial para Pacientes com Depressão em Cuidados Especializados em Saúde Mental. **J Clin Med**. 2020 Jan 27;9(2):347. doi: 10.3390/jcm9020347. PMID: 32012722; PMCID: PMC7073833.

Disponível em <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7073833/> Acesso em 02 de jul 2025

MEDEIROS, Taynara Goulart; LIMAS, Alessandro Oliveira de. Monitoramento dos resultados de doseamento do princípio ativo hidróxido de magnésio em um fármaco, utilizando cartas de controle. Relatório de estágio do curso de graduação em Química, UNISUL, Tubarão SC, 2021.

Disponível em <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/7a2c7eb1-7818-4207-b932-85a6fca29517> acesso em 02 de jul. 2025

MURR, Caroline Elisa; FERRARI, Gabriel. **Entendendo e Aplicando a Gamificação** (recurso eletrônico): o que é, para que serve, potencialidades e desafios. Florianópolis: UFSC, UAB, 2020.

Disponível em <https://sead.paginas.ufsc.br/files/2020/04/eBOOK-Gamificacao.pdf> Acesso em 05 de jul. 2025

SILVA, João Batista da; SALES, Gilvandenys Leite; CASTRO, Juscileide Braga de. Gamificação como estratégia de aprendizagem ativa no ensino de Física. **Revista Brasileira de Ensino de Física**, vol. 41, nº 4, e20180309 (2019)

Disponível em <https://www.scielo.br/j/rbef/a/Tx3KQcf5G9PvcgQB4vswPbq/?format=html&lang=pt> Acesso em 05 de jul.2025