



XXIV Jornada Científica dos Campos Gerais de 6 a 8 de outubro de 2026

QUEM ESCOLHE POR NÓS?

A influência das mídias sociais na autonomia e na tomada de decisões.

INTRODUÇÃO

As mídias sociais influenciam decisões cotidianas por meio de algoritmos, engajamento e estratégias de design. Essas ferramentas podem direcionar comportamentos, preferências e consumo, levantando questionamentos sobre a autonomia das escolhas.

ECONOMIA DA ATENÇÃO

A atenção tornou-se um recurso de valor econômico. As plataformas buscam aumentar o tempo de permanência e a frequência de acesso dos usuários, utilizando diferentes estratégias de engajamento.

DARK PATTERNS

São estratégias de design que podem direcionar, influenciar ou dificultar determinadas decisões dos usuários. Exemplos apresentados no trabalho são a rolagem infinita e as notificações contínuas.

CREATORS E DECISÕES

Os creators ganharam espaço nas decisões de consumo. Segundo os dados apresentados, 81% dos brasileiros foram influenciados por creators a comprar pelo menos um produto nas redes sociais.

INFLUÊNCIA E JORNADA DO CONSUMIDOR

A influência dos creators nem sempre resulta em uma compra imediata. As indicações funcionam como ponto de partida para descoberta e validação, levando os usuários a buscar pesquisas, comparativos e avaliações antes da decisão.

CREATOR ECONOMY

Os creators passaram de simples canais de mídia a curadores, vitrines orgânicas e articuladores de capital social. Por meio de apelo emocional, autenticidade e proximidade, influenciam os processos decisórios e a relação entre público e produto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais utilizam diferentes estratégias capazes de influenciar comportamentos e decisões. Compreender essa dinâmica permite refletir sobre a autonomia das escolhas no ambiente digital.

Autores:

Valentina Talegnani Fogaça de Almeida de Paula
Gabriela de Oliveira
Thalita Christine Pereira Silva
Eduardo Smiderle
Donizeti Pessi