



PUBLICIDADE ONLINE: A INTERFACE DIGITAL DO FUTURO

¹Laura Perera, ²Darlan Rangel, ³Lucas Freitas, ⁴Henrique Brites

RESUMO: O *Marketing Digital* é uma estratégia de publicidade que consiste na utilização de mídias sociais para a expansão de informações. Tal estratégia vem sendo adotada por muitos publicitários que se utilizam dela para expandir o seu negócio através da *Internet*, proporcionando uma plataforma mais dinâmica e acessível para o seu público-alvo. A presente pesquisa tem como objetivo explorar o contexto em que a publicidade *online* supera a publicidade convencional, de modo a influenciar o comportamento de usuários de redes sociais, além de analisar a eficiência do *Marketing Digital* como ferramenta estratégica na economia empresarial. A pesquisa foi realizada, através da análise quantitativa de um questionário virtual, produzido e divulgado através da plataforma Formulários Google, com o propósito de explorar a influência dos anúncios publicitários nas redes sociais utilizadas pelo público abordado. O referente questionário foi composto por seis questões, sendo duas de análise transversal, que implicavam a temática “Influência de anúncios publicitários em redes sociais”. Os dados coletados através da pesquisa foram tabulados, descritos e analisados, respectivamente. A pesquisa foi aplicada à 105 pessoas da cidade de Bagé/RS, tendo como pré-requisitos possuir o Ensino Fundamental completo e a idade mínima de 15 anos. Com suporte na análise realizada, observou-se que mais de 90% do público questionado utiliza o Facebook como rede social principal. Estes 90% possuem uma maioria que costuma deparar-se com anúncios publicitários e cerca de 65% relata que já realizou alguma compra por influência desta propaganda digital. Portanto, nota-se que o Facebook é uma plataforma, em meio a várias outras, de grande influência sobre seus usuários através do *Marketing Digital*. Prosseguindo a análise, observa-se que cerca de 20% da amostra ainda apresenta dúvidas em relação à eficácia da publicidade *online*, levando em conta a segurança do usuário. Menos de 5% dos questionados emitem uma visão negativa e alegam que tal ferramenta acaba causando uma poluição visual em aplicativos e *sites*. A maior parte do público questionado acredita que o anúncio *online* é um meio de publicidade eficaz, pois acaba conduzindo, mesmo que inconscientemente, o usuário a ter uma visão positiva sobre os produtos e serviços que o publicitário tem a oferecer e partindo do princípio de busca e interesse, as publicações serão mais objetivas e dispensarão pesquisas futuras. Portanto, concluiu-se que a publicidade virtual possui um maior poder de persuasão sobre o consumidor de modo a ser considerada mais eficaz que o marketing convencional. A

partir deste ponto, infere-se que empresas as quais utilizem-se desse método *online*, obterão um melhor retorno econômico, influenciando diretamente no meio sociopolítico em que vivemos.

Palavras-chave: *Marketing* Digital, Redes Sociais, Publicidade.