

ÁREA TEMÁTICA: MARKETING

A PERCEPÇÃO DE PROFISSIONAIS DE MARKETING SOBRE A
INFLUÊNCIA DA HIPERCONECTIVIDADE NA SAÚDE MENTAL

36° ENANGRAD

Resumo

A hiperconectividade, marcada pela conexão constante aos meios digitais, representa uma realidade cada vez mais presente no cotidiano profissional. Entre os profissionais de marketing, que atuam em ambientes fortemente dependentes de tecnologias digitais e redes sociais, essa condição intensifica as exigências de produtividade e disponibilidade, ao mesmo tempo em que gera impactos na saúde mental. O presente estudo teve como objetivo compreender como a hiperconectividade afeta o bem-estar psicológico desses trabalhadores. A pesquisa é de natureza qualitativa, exploratória e descritiva, fundamentada na análise de conteúdo proposta por Bardin (2016). Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com três profissionais de marketing de uma fábrica de lingerie localizada em Piripiri-PI. A análise revelou que a hiperconectividade está diretamente associada a sintomas de irritabilidade, insônia, fadiga e sobrecarga emocional, além de dificultar o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Apesar de reconhecerem benefícios, como maior agilidade e eficiência, os participantes relataram sentir dependência digital e desgaste psicológico. O estudo contribui ao evidenciar o caráter ambivalente da hiperconectividade: um fenômeno que amplia a performance, mas também impõe riscos ao bem-estar. Ressalta-se a necessidade de estratégias organizacionais e políticas de direito à desconexão como forma de garantir saúde mental e sustentabilidade do trabalho.

Palavras-chave: hiperconectividade; saúde mental; marketing; dependência digital; análise de conteúdo.

ABSTRACT

Hyperconnectivity, marked by constant connection to digital media, represents an increasingly present reality in professional life. Among marketing professionals, who work in environments strongly dependent on digital technologies and social networks, this condition intensifies productivity and availability demands, while generating impacts on mental health. The present study aimed to understand how hyperconnectivity affects the psychological well-being of these workers. The research is qualitative, exploratory, and descriptive in nature, based on Bardin's (2016) content analysis. Semi-structured interviews were conducted with three marketing professionals from a lingerie factory located in Piripiri-PI. The analysis revealed that hyperconnectivity is directly associated with symptoms of irritability, insomnia, fatigue, and emotional overload, in addition to hindering the balance between personal and professional life. Although recognizing benefits such as greater agility and efficiency, participants reported digital dependence and psychological strain. The study highlights the ambivalent nature of hyperconnectivity: a phenomenon that increases performance but also imposes risks on well-being. The need for organizational strategies and right-to-disconnection policies is emphasized as a way to ensure mental health and work sustainability.

Keywords: hyperconnectivity; mental health; marketing; digital dependence; content analysis.

1. Introdução

No cenário contemporâneo, a tecnologia ocupa um papel central nas relações humanas e profissionais, tornando-se parte inseparável do cotidiano. Como afirma Silva (2022, p. 8), “a internet e as novas tecnologias fazem parte do cotidiano do ser humano do século XXI”. A hiperconectividade, portanto, não se limita ao acesso rápido à informação, mas constitui um fenômeno que redefine formas de viver, trabalhar e se relacionar (Silva et al., 2025).

Nesse contexto, o marketing digital assume protagonismo, impulsionado pela ascensão de plataformas interativas como Instagram, Facebook e X (antigo Twitter), que transformaram a maneira como empresas e consumidores se conectam. Junior (2024) observa que a Web 4.0 surge como resposta às demandas de um consumidor cada vez mais exigente e orientado pela busca de experiências personalizadas, o que obriga as organizações a desenvolver estratégias mais eficientes de comunicação. Assim, os profissionais de marketing, ao mesmo tempo em que fortalecem o posicionamento das marcas, enfrentam a necessidade de manter presença constante no ambiente digital para acompanhar tendências, monitorar dados e garantir competitividade.

Essa dinâmica, contudo, tem gerado efeitos colaterais. A hiperconectividade impõe uma rotina de exposição contínua às tecnologias, dificultando a separação entre vida pessoal e profissional e potencializando situações de estresse e exaustão mental. Como ressaltam Luce e Toaldo (2006), o alcance de vantagens competitivas no marketing digital deve estar associado a decisões estratégicas saudáveis, capazes de equilibrar produtividade e bem-estar. Nesse sentido, questiona-se: de que forma a hiperconectividade influencia a saúde mental de profissionais de marketing digital?

Para responder a essa questão, este estudo tem como objetivo geral analisar os impactos da hiperconectividade na saúde mental de profissionais de marketing de uma fábrica de lingerie localizada em Piripiri-PI. A escolha dessa organização justifica-se pelo fato de possuir uma equipe interna dedicada exclusivamente à gestão de marketing, o que possibilita uma análise mais próxima da realidade vivida por esses trabalhadores. De forma específica, o estudo busca: (i) compreender a relação entre hiperconectividade e saúde mental; (ii) identificar os principais indicadores de exaustão associados ao trabalho digital; e (iii) investigar as estratégias pessoais adotadas pelos profissionais para o gerenciamento do estresse.

A relevância desta pesquisa reside no fato de tratar-se de um tema recente e ainda pouco explorado no campo da Administração e do Marketing, sobretudo sob a ótica da saúde mental de profissionais da área. Ao iluminar os desafios enfrentados por esses trabalhadores em um contexto de conexão

permanente, espera-se contribuir para a construção de estratégias organizacionais mais equilibradas, que favoreçam tanto o desempenho profissional quanto o bem-estar humano.

2. Fundamentação Teórica

2.1 HIPERCONNECTIVIDADE E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O avanço da internet transformou profundamente as formas de interação social e profissional, levando a um estado de hiperconectividade, caracterizado pela conexão contínua e intensa ao ambiente digital. Para Silva et al. (2025), esse fenômeno resulta da disponibilidade permanente mediada pelas tecnologias, que remodelou as relações humanas e profissionais. Magrani (2019) reforça que a hiperconexão descreve justamente a constante abertura para comunicação digital, intensificada pelo ritmo acelerado das trocas de informação.

Esse processo, contudo, não é recente. Negroponte (1995) já apontava a diluição entre tempo pessoal e profissional, enquanto Marchiori (2015) denominou de tecnoinvasão a experiência em que o trabalho invade a vida privada. No marketing digital, essa realidade se intensifica, pois a conectividade contínua é ferramenta essencial para acompanhar tendências e manter competitividade. Castells (2010) observa que a conexão amplia possibilidades de aprendizado e engajamento de marca, mas Júnior (2024) e Pessoa e Albuquerque Filho (2024) alertam para os riscos de sobrecarga mental e desgaste emocional, evidenciando os desafios da saúde mental nesse cenário.

2.2 A INFLUÊNCIA DA HIPERCONNECTIVIDADE NA SAÚDE MENTAL

O excesso de informações e a exposição constante a estímulos digitais elevam os níveis de estresse e ansiedade, afetando o equilíbrio emocional dos indivíduos (FURLAN, 2017). Essa condição, chamada de ansiedade de informação (JÚNIOR, 2024), surge da necessidade de processar rapidamente grandes volumes de conteúdo e do medo de perder informações relevantes (WURMAN, 1991). Para os profissionais de marketing, essa pressão é intensificada pela demanda de atualização constante em um mercado altamente competitivo.

O uso intenso de TICs também dilui os limites entre vida pessoal e trabalho, reforçando a sensação de sobrecarga (ALMEIDA; SOUZA; FERREIRA, 2022). A conectividade contínua, embora essencial para a atuação no marketing, pode gerar exaustão, comprometer a criatividade e prejudicar a saúde mental (CASTELLS, 2010; PESSOA; ALBUQUERQUE FILHO, 2024). Assim, compreender e gerenciar a hiperconectividade torna-se crucial para

preservar o bem-estar e evitar impactos negativos tanto para os indivíduos quanto para as organizações.

2.3 PRESSÃO POR INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE NO MARKETING

No ambiente digital tornou-se indispensável para o trabalho dos profissionais de marketing, uma vez que as redes sociais funcionam como canais de grande alcance e influência na formação de opiniões e no consumo (NAVARRO, 2022; ZIMMERMANN; THOMPSON; STASIAK, 2023; LORENZO, 2015). Nesse cenário, a pressão por inovação e criatividade é constante, já que tendências surgem e desaparecem rapidamente, exigindo atualização contínua e campanhas capazes de captar a atenção em um mercado saturado (CASTELLS, 2010). Contudo, a sobrecarga informacional gerada pela hiperconectividade pode limitar o processo criativo, prejudicando foco e concentração (LÉVY, 1999).

Além disso, a expectativa de resultados imediatos, como engajamento e conversões, amplia a carga emocional desses profissionais, tornando o ambiente de trabalho mais desafiador (JÚNIOR, 2024). Nesse contexto, compreender como equilibrar produtividade, inovação e bem-estar torna-se essencial para mitigar os impactos da hiperconectividade e preservar tanto o desempenho criativo quanto a saúde mental dos profissionais de marketing.

2.4 A IMPORTÂNCIA DE ESTRATÉGIAS PARA REDUZIR A INFLUÊNCIA DA HIPERCONNECTIVIDADE E PROMOVER O BEM ESTAR DIGITAL

O uso excessivo das tecnologias digitais tem gerado impactos significativos na saúde mental, exigindo medidas para minimizar os efeitos da hiperconectividade. Como destaca Silva (2022), o excesso de exposição às telas pode provocar estresse, queda de produtividade e desgaste emocional, especialmente entre profissionais de marketing, que estão constantemente conectados em razão das demandas do trabalho. Nesse sentido, práticas como o “detox digital” surgem como alternativas individuais para restabelecer o equilíbrio e reduzir a ansiedade causada pelo uso contínuo.

Contudo, as iniciativas pessoais não são suficientes diante de um ambiente laboral que estimula a disponibilidade permanente. Nesse contexto, ganha relevância o debate sobre o direito à desconexão, definido por Martins (2019) como a garantia de que o trabalhador tenha períodos de descanso sem a obrigação de se manter conectado ao trabalho. Apesar da ausência de regulamentação específica no Brasil, princípios constitucionais já reconhecem sua importância para preservar a saúde e a convivência social (GAURIAU, 2021).

Autores como Braga (2015) e Cardim (2020) reforçam que a ausência de limites claros entre vida pessoal e profissional fragiliza a qualidade de vida, podendo levar a quadros de sobrecarga e adoecimento. Dessa forma,

promover o bem-estar digital deve ser visto como responsabilidade compartilhada entre trabalhadores e organizações, por meio de práticas que respeitem os tempos de descanso. No caso do marketing digital, em especial, o desafio está em equilibrar inovação e produtividade com a preservação da saúde mental, evitando que a hiperconectividade se torne um fator de vulnerabilidade.

3. Metodologia

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de campo, com abordagem qualitativa e natureza exploratória, escolhida por possibilitar a compreensão aprofundada das percepções e experiências de profissionais de marketing digital diante da hiperconectividade no ambiente de trabalho. Os participantes foram três profissionais atuantes no setor comercial e de marketing de uma fábrica de lingerie localizada em Piripiri (PI), selecionados por amostragem intencional, considerando experiência mínima de um ano na função. A coleta de dados foi realizada em junho de 2025 por meio de entrevistas semiestruturadas, gravadas e posteriormente transcritas, permitindo explorar de forma sensível e contextualizada as vivências relatadas. Para a análise, utilizou-se a técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2016), que possibilitou a organização dos relatos em categorias temáticas relacionadas aos objetivos do estudo, garantindo uma interpretação consistente e alinhada ao referencial teórico.

Objetivo específico	Perguntas
Identificar efeitos, estratégias e implicações organizacionais	Como a conectividade impacta seu dia a dia profissional? Quais sintomas ou efeitos você percebe? Quais práticas você adota para equilibrar? Como a empresa lida com essa questão?

Entrevistado	Cargo	Tempo de atuação	Idade	Gênero
E1	Analista de Marketing	5 anos	28	Feminino
E2	Coordenador de Marketing	10 anos	35	Masculino
E3	Assistente de Marketing	3 anos	24	Feminino

4. Análise e Discussão dos Resultados

A análise das entrevistas evidenciou que a hiperconectividade está profundamente enraizada na rotina dos profissionais de marketing,

configurando-se como um elemento quase inevitável de sua atuação. Todos os participantes relataram estar conectados praticamente durante todo o tempo, inclusive em momentos de lazer e descanso. O Entrevistado 1 afirmou que “a conectividade está presente 100% do tempo”, enquanto o Entrevistado 3 declarou que se mantém conectado “em praticamente todo o tempo acordado”. Já o Entrevistado 2 destacou a pressão constante por atualização, relatando que “a necessidade de se atualizar constantemente causa sensação de não conseguir acompanhar o mercado”. Esses depoimentos revelam o que Silva et al. (2025) descrevem como estado de hiperconectividade digital, em que a disponibilidade permanente é vista como uma exigência da profissão. Essa percepção é reforçada por Magrani (2019), ao afirmar que o trabalho no ambiente digital impõe um ritmo acelerado e uma conexão ininterrupta, que acabam sendo naturalizadas como parte do perfil esperado dos profissionais.

A presença contínua no ambiente digital também mostrou afetar os limites entre vida pessoal e profissional. O Entrevistado 2 observou que até momentos de lazer acabam associados ao trabalho: “Quando a gente vê um vídeo, já lembra que está relacionado ao trabalho”. Essa diluição das fronteiras evidencia a dificuldade em se desligar das demandas profissionais, mesmo fora do expediente, confirmando o que Marchiori (2015) conceitua como tecnoinvasão. Pessoa e Albuquerque Filho (2024) reforçam que essa sobreposição de espaços e tempos compromete o bem-estar emocional, ao manter os indivíduos em estado permanente de alerta.

Os impactos da hiperconectividade apareceram de forma clara nos relatos sobre sintomas físicos e emocionais. O Entrevistado 3 relatou “espasmo no olho, insônia, sobrecarga mental”, associando esses sinais ao tempo excessivo em frente às telas. O Entrevistado 1 citou “dor de cabeça, insônia, estresse”, enquanto o Entrevistado 2 descreveu sentir “pouca paciência e sensação de improdutividade”, chegando a afirmar que, em alguns momentos, “parece que a cabeça vai explodir”. Esses relatos demonstram que a sobrecarga informacional interfere diretamente na saúde mental e física, o que está em consonância com Furlan (2017), ao destacar que o excesso de estímulos digitais eleva o nível de estresse e ansiedade, e com Júnior (2024), que ressalta como a pressão por respostas rápidas e desempenho constante contribui para a ansiedade de informação.

Apesar desses efeitos negativos, os entrevistados relataram iniciativas pessoais para reorganizar suas rotinas na tentativa de amenizar o esgotamento. O Entrevistado 2 afirmou que “as férias ajudaram a reorganizar a rotina”, enquanto o Entrevistado 3 contou que procura manter o “foco em uma tarefa só para não sobrecarregar”. Já o Entrevistado 1 destacou que “repensou a rotina para não repetir o ciclo diariamente”. Essas estratégias pessoais demonstram uma busca por equilíbrio, ainda que individual, diante

da ausência de medidas institucionais que garantam o bem-estar no ambiente de trabalho. Pessoa e Albuquerque Filho (2024) apontam que o excesso de informações afeta o equilíbrio emocional e, por isso, reorganizar a rotina torna-se uma forma necessária de enfrentamento, embora limitada.

Além das mudanças de rotina, os participantes também relataram práticas restaurativas e de desconexão intencional. O Entrevistado 1 afirmou que procura “estar em contato com a natureza e ir ao interior para se desligar totalmente (offline)”. O Entrevistado 2 relatou que pratica exercícios físicos, como andar de bicicleta, além de ouvir podcasts e se desconectar das redes sociais. O Entrevistado 3 contou que gosta de “assistir séries, tocar violão e ir ao interior”, ainda que nem sempre consiga se desligar completamente. Essas falas dialogam com o direito à desconexão, discutido por Martins (2019), que defende a importância de períodos de descanso livres de exigências profissionais para assegurar a recuperação física e emocional. Braga (2015) e Gauriau (2021) reforçam que a separação entre vida profissional e pessoal é essencial para a saúde, embora Cardim (2020) alerte que muitos profissionais internalizam a obrigação de estarem sempre disponíveis, o que dificulta a efetivação dessa prática.

Outro aspecto identificado foi a tentativa dos entrevistados de estabelecer limites subjetivos para reduzir os impactos da hiperconectividade. O Entrevistado 1 afirmou: “Pisei fora da empresa, já não quero mais saber de nada”, enquanto o Entrevistado 2 explicou que procura se desconectar fora do expediente para não se sentir “escrava do trabalho”. O Entrevistado 3 disse que, embora não se estresse com frequência, “às vezes limita o uso dos aparelhos digitais”. Essas falas evidenciam o esforço individual em preservar o tempo pessoal, ainda que sem apoio organizacional formal.

Por fim, chama atenção a ausência de apoio profissional estruturado. Nenhum dos participantes relatou ter buscado acompanhamento psicológico, recorrendo apenas a estratégias de autocuidado informal. O Entrevistado 1 contou que “busca conteúdos em vídeo para entender melhor o tema”, enquanto o Entrevistado 2 adota ações preventivas, como pausas digitais, e o Entrevistado 3 reconheceu que “ainda não procurou ajuda, mas acha importante”. Esse cenário mostra que, apesar da consciência sobre os efeitos da hiperconectividade, os profissionais ainda tratam o problema como responsabilidade individual, e não como algo que também deveria ser amparado pela instituição. Cardim (2020) observa que esse comportamento é comum em ambientes digitais, nos quais o medo de parecer improdutivo faz com que os trabalhadores resistam em buscar ajuda.

De forma geral, os resultados evidenciam que a hiperconectividade, ao mesmo tempo em que viabiliza a atuação profissional no marketing digital, traz consigo impactos relevantes sobre a saúde mental e física dos

trabalhadores. Embora eles adotem estratégias pessoais para lidar com a sobrecarga, a ausência de políticas institucionais de apoio e de uma cultura que respeite o direito à desconexão agrava a vulnerabilidade desses profissionais. Assim, os achados desta pesquisa reforçam a necessidade de compreender a hiperconectividade não apenas como uma escolha individual, mas como um fenômeno coletivo que demanda respostas organizacionais, sociais e jurídicas voltadas à promoção do bem-estar digital.

5. Conclusão e Contribuições

O estudo permitiu compreender como a hiperconectividade impacta o cotidiano de profissionais de marketing digital atuantes em uma empresa do interior do Piauí. As narrativas evidenciaram que a conexão contínua está naturalizada na rotina de trabalho, ultrapassando os limites do expediente formal e invadindo momentos de lazer e descanso. Essa condição, embora muitas vezes vista como inerente ao perfil profissional contemporâneo, mostrou-se associada a sinais de desgaste físico e emocional, como insônia, dores de cabeça, estresse e sensação de improdutividade.

Apesar das dificuldades, os participantes demonstraram consciência sobre os efeitos da hiperconectividade e buscaram, por meio de iniciativas pessoais, estabelecer estratégias de enfrentamento, como práticas de lazer, contato com a natureza, exercícios físicos e imposição de limites digitais. No entanto, observou-se a ausência de apoio institucional e de acompanhamento psicológico formal, o que reforça a percepção de que o gerenciamento da sobrecarga digital ainda recai sobre a esfera individual.

Assim, conclui-se que a hiperconectividade, embora indispensável às práticas de marketing digital, exige reflexão crítica acerca de seus impactos sobre a saúde mental e a qualidade de vida dos profissionais. O estudo contribui para a área ao indicar que a gestão do trabalho em tempos de conexão permanente deve considerar não apenas a produtividade, mas também a necessidade de políticas organizacionais que promovam o direito à desconexão e ofereçam suporte ao bem-estar dos trabalhadores. Recomenda-se que pesquisas futuras ampliem a amostra e explorem diferentes segmentos do marketing digital, a fim de aprofundar a compreensão desse fenômeno e propor alternativas para um equilíbrio mais saudável entre tecnologia, trabalho e vida pessoal.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Y. L. de; SOUZA, Y. M. S. de; FERREIRA, V. R. O direito à desconexão: uma análise dos impactos do teletrabalho na saúde do trabalhador. Revista Jurídica do Cesupa, v. 3, n. 1, p. 79-97, 2022.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016

BRAGA, Eduardo Souza. Direito à desconexão do trabalho como instrumento de proteção à saúde do trabalhador. 2015. 163 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Franca, 2015.

CARDIM, Talita Corrêa Gomes. Direito à desconexão: um novo direito fundamental do trabalhador. In: DIREITOS fundamentais e inovações no direito. [S.l.]: [s.n.], 2020. p. 143.

CASTELLS, M. The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture. 2. ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. p. 355–406.

FURLAN, M. V. G. A importância das tecnologias de informação e comunicação no ambiente escolar. Revista Eletrônica Científica Inovação e Tecnologia. Medianeira, v. 8, n. 16, p. 1-14, ago. 2017.

GAURIAU, Rosane. Direito à desconexão e teletrabalho: contribuição do Direito do Trabalho francês. Estudo comparado franco-brasileiro. Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região, Goiânia, p. 131, 2021.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

JUNIOR, C. E. dos S. C. et al. Hiperconectividade e ansiedade: os impactos da era digital na saúde mental e nas relações interpessoais. Revista Educação Contemporânea, v. 1, n. 2, p. 212-236, dez. 2024.

LÉVY, P. Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. p. 11–20.

LORENZO, E.; MAIA, E. A utilização das redes sociais na educação. Clube de Autores, 2015.

LÖSCH, S.; RAMBO, C. A.; FERREIRA, J. L. A pesquisa exploratória na abordagem qualitativa em educação. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, Araraquara, v. 18, n. 00, p. 3-4, 2023. DOI: 10.21723/riaee.v18i00.17958. Disponível em:

<https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/17958>. Acesso em: 21 fev. 2025.

LUCE, F. B.; TOALDO, A. M. M. Estratégia de marketing: contribuições para a teoria em marketing. Revista de Administração de Empresas – RAE, Rio Grande do Sul, v. 46, n. 4, p. 27, out./dez. 2006.

MAGRANI, E. Entre dados e robôs: ética e privacidade na era da hiperconectividade. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2019.

MARCHIORI, D. M. O tecnostress e a qualidade percebida de serviços de tecnologia da informação: o papel do gênero, da idade e do nível educacional dos usuários. In ANPAD, 39, 2015, Belo Horizonte, p. 7.

MARTINS, Adalberto. O direito à desconexão no teletrabalho. Revista de Direito do Trabalho, São Paulo, v. 45, n. 202, p. 201, jun. 2019.

NASCIMENTO, G. A. F.; CREADO, R. S. R. O direito à desconexão no período de home office: análise dos impactos da quarentena pelo Covid-19 na saúde do trabalhador. Revista de Direito UFMS, Campo Grande, v. 6, n. 1, p. 139, jan./jun. 2020.

NAVARRO, J. M. Tecnologias da Informação e Comunicação. São Paulo: Editora Exemplo, 2022.

NEGROPONTE, N. A vida digital. Tradução Sérgio Tellaroli. 2.ed. São Paulo: Schwarcz, 1995.

PESSOA, J. N.; ALBUQUERQUE FILHO, B. C. de. Trabalho remoto e a luta pela desconexão em um cenário de pressão contínua. Revista Políticas Públicas & Cidades, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 3-15, 2024. DOI: 10.23900/2359-1552v13n2-262-2024. Disponível em: <https://journalppc.com/RPPC/article/view/1297>. Acesso em: 18 fev. 2025.

SILVA, K. S.; OLIVEIRA, E. S. A. de; SANTOS, M. S.; SILVA, A. S.; NETO, H. C. M. Hiperconexão com tecnologias digitais: percepções de estudantes universitários. ARACÊ, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 591–610, 2025. DOI: 10.56238/arev7n1-035. Disponível em: <https://periodicos.newsciencepubl.com/arace/article/view/2693>. Acesso em: 18 fev. 2025.

SILVA, M. M. C. Por detrás dos ecrãs: Da utilização dos telemóveis ao detox digital. 2022. p. 8-11.

WURMAN, Richard Saul. Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão. 5. ed. São Paulo: Cultura, 1991. 380 p.

ZIMMERMANN, D. D.; TRINDADE, E.; MEIRA, K. M. A. Visibilidade, influência e consumo: o processo de formação da opinião pública de marcas por meio das redes de hiperconexão digital. Interfaces da Comunicação, v. 1, n. 1, p. 1, 2023.

