

O IMPACTO DO MARKETING E DAS REDES SOCIAIS NA CARREIRA DOS PROFISSIONAIS DA SAÚDE

Sarah Bezerra Barbosa

Discente - Centro Universitário Fametro -Unifametro
sarah.barbosa01@aluno.unifametro.edu.br

Geicyellen Da Silva Gomes

Discente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
geicyellen.gomes@aluno.unifametro.edu.br

Nayara Kelly De Oliveira Costa

Discente - Centro Universitário Fametro- Unifametro
nayara.costa03@aluno.unifametro.edu.br

Ticiane Duarte De Brito

Discente - Centro Universitário Fametro – Unifametro
ticiane.brito@aluno.unifametro.edu.br

Denise Moreira Lima Lobo

Docente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
denise.lobo@professor.unifametro.edu.br

Natália Bitar da Cunha Olegario

Docente - Centro Universitário Fametro – Unifametro
natalia.olegario@professor.unifametro.edu.br

Área Temática: Estratégias Organizacionais

Área de Conhecimento: Ciências da Saúde

Encontro Científico: Conexão Unifametro

Introdução: O marketing é uma abordagem estratégica de criação e promoção de uma imagem, para uma pessoa ou empresa, identificando as necessidades do público-alvo e traçando meios de atraí-los. As redes sociais (RS) são apenas um canal de divulgação dessa imagem. A tecnologia permitiu o desenvolvimento de um melhor relacionamento com o cliente a partir do compartilhamento de conteúdos personalizados, dependendo da plataforma digital escolhida. De acordo com dados do IBGE de 2024, a utilização da internet pelo público brasileiro está em 83,5% nas redes sociais e tem sido utilizada pelos profissionais da área da saúde como meio de divulgar seu trabalho e possuir visibilidade, possibilitando a acessibilidade dos clientes e permitindo que o profissional se conecte com o seu público.

Objetivo: Conhecer o impacto do marketing e o uso das redes sociais na carreira dos profissionais da saúde. **Metodologia:** Trata-se de uma revisão da literatura de artigos pesquisados nas bases de dados PubMed, BVS e SciELO utilizando os seguintes descritores:

“Marketing” AND “Redes Sociais” AND “Serviços de Saúde” AND “Empreendedorismo” AND “Mídia Social”. Foram incluídos estudos do tipo Revisão da Literatura, artigos de jornais e revistas, publicados nos últimos 5 anos e excluídos os que não correspondiam com a temática e artigos incompletos. **Resultados e Discussão:** A partir da busca realizada foram encontrados 31 artigos. Destes, 10 correlacionam-se com a temática. Os estudos mostram que as RS têm um impacto significativo na carreira dos profissionais da saúde, tais como odontologia, farmácia, enfermagem e medicina, destacando sua capacidade de alcançar um grande número de pessoas para aprimorar o desenvolvimento profissional e publicações acadêmicas. As plataformas mais utilizadas incluem Facebook, Twitter, LinkedIn, WhatsApp e Instagram, que possibilitam uma maior interação com o público e outros profissionais, facilitando o networking e a divulgação de informações, como educação em saúde e notificações de eventos. Além disso, permite que sejam realizadas discussões online e coleta de opiniões do público para o recrutamento e pesquisa na promoção da saúde, estabelecendo um relacionamento de confiança, pautado no respeito, na segurança, de forma humanizada, ética e profissional. Por meio destas, os profissionais da saúde em todos os estágios de sua carreira podem usar a RS para criar sua marca, na elaboração de slogan, delineando tipografias e fazendo combinações de cores que identifiquem o seu público, além de ser visto no mercado de trabalho como profissional qualificado. **Considerações finais:** Os estudos selecionados sugerem que o marketing e as redes sociais são ferramentas valiosas para a carreira dos profissionais da saúde. Estas plataformas não apenas possibilitam a realização de networking, mas também facilitam uma comunicação direta com seu público-alvo, permitindo ao profissional, a divulgação da realização do seu trabalho. Assim como foi benéfico a utilização desses métodos em outras áreas da saúde, os profissionais da fisioterapia também poderão usufruir desses benefícios, havendo a possibilidade de adquirir resultados semelhantes.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Marketing; Saúde; Redes Sociais.

Referências:

BLOOM, P. P. et al. Making Social Media Work for You. **Digestive Diseases and Sciences**, v. 66, n. 7, p. 2149–2153, 28 abr. 2021.

Guidance on the use of social media in reproductive medicine practice. **Fertility and Sterility**, fev. 2021.

CAROLINA, A. et al. Publicidade médica em tempos de medicina em rede. **Rev. bioét.** (Impr.), p. 115–127, 2021.

GORTNEY, J. S. et al. Helping fourth year student pharmacists develop their professional brand. **Currents in Pharmacy Teaching and Learning**, v. 15, n. 10, p. 903–910, 1 out. 2023.

XAVIER, F. et al. Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19. **Estudos Avançados**, v. 34, n. 99, p. 261–282, ago. 2020.

FERNANDA, S.; ELISABETH, M. **Ciclo do Marketing Digital como estratégia para otimizar a comunicação de informações ligadas à alimentação e nutrição, na mídia social Facebook.** Demetra (Rio J.), p. e48812–e48812, 2021.

KIMURA, H.; BASSO, L. F. C.; MARTIN, D. M. L. Redes sociais e o marketing de inovações. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 9, p. 157–181, 1 fev. 2008.

DE, U. **Uso de internet no país cresce mais entre idosos, mostra IBGE.** Disponível:<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-08/uso-de-internet-no-pais-cresce-mais-entre-idosos-mostra-ibge>>. Acesso em: 2 set. 2024.

FAUS, M. et al. Are social networks effective in promoting healthy behaviors? A systematic review of evaluations of public health campaigns broadcast on Twitter. **Frontiers in Public Health**, v. 10, 22 nov. 2022.

SMITH, H. E. et al. Uso de redes sociais por cirurgiões com treinamento especializado em trauma ortopédico. **Revista Brasileira de Ortopedia**, v. 59, n. 01, p. e 119–e 124, fev. 2024.

FARSI, D. Social media and health care, part I: Literature review of social media use by health care providers. **Journal of Medical Internet Research**, v. 23, n. 4, 4 ago. 2021.



CONEXÃO UNIFAMETRO 2024

XX SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645



CONEXÃO UNIFAMETRO 2024

XX SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645