

**MÍDIAS SOCIAIS E DIGITAIS: FATOR DE GRANDE INFLUÊNCIA NO CONSUMISMO****INFANTIL**

Pesquisador(es): Rezende, Lucilene; Ferreira, Ajauna

Curso: Psicologia

Área: Ciências da Vida e Saúde

Resumo: O objetivo deste estudo foi analisar o quanto as propagandas voltadas ao público infantil, acabam por estimular o consumismo nas crianças, desta forma sua relevância se dá no sentido de auxiliar os Psicólogos diante dessa demanda que já está chegando nas clínicas psicológicas. Este estudo desenvolveu-se a partir de uma pesquisa qualitativa e descritiva, sendo que foram analisados dois vídeos de youtubers famosos nas mídias: um voltado ao público feminino e outro ao masculino. Como instrumento de coleta de dados foram analisados os vídeos onde os youtubers abrem caixas surpresa que são enviadas a eles por fabricantes de brinquedos. Dentro dessas caixas tem vários tipos de brinquedos e até mesmo doces. Os mesmos são descritos pelos youtubers, carregados de mensagens como “eu preciso muito desse brinquedo, não existe vida na terra sem tal produto”. A ferramenta de análise dos dados foi Análise de Conteúdo, onde foi realizada a categorização de algumas temáticas que mais se destacaram.

Palavras-chave: Mídia e a Criança. Manipulação da Mídia/ Unboxing de brinquedos. Mídia e Contemporaneidade.

E-mails: lucilenemdr@hotmail.com, ajauna.ferreira@unoesc.edu.br