

## **A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA CELEBRIDADE COMO ÉLAN PARA FORTALECER O CONSUMO DO FÃ DA GERAÇÃO Z.**

TESSAROTO, Natália Sartori<sup>1</sup>;

### **RESUMO:**

O objetivo desse artigo é estudar como o relacionamento entre a celebridade e o fã influencia nos hábitos de consumo dos fãdons. Analisando o desenvolvimento da celebridade e do fã dentro da cultura de massa e Indústria Cultural até os dias atuais. Identificando como as mídias influenciam na atual relação entre ídolo e fã e como se dá o consumo gerado a partir dessa relação. Para a compreensão mais profunda disso serão analisadas duas celebridades, Anitta e Harry Styles, nas esferas de suas carreiras, posicionamentos, trabalhos publicitários e relacionamentos com os fãs.

**PALAVRAS-CHAVE:** fã; celebridade; consumo; consumo de massa; entretenimento.