

MÍDIAS SOCIAIS E O LANÇAMENTO EM MASSA DE TENDÊNCIAS MUNDIAIS

Uma análise embasada na relação do consumismo com as mídias sociais

MACEDO, Beatriz Leoni;

SANTANA, Izadora Caires;

UDO SANTOS, Guilherme William.

RESUMO

O consumismo é um fenômeno social que se intensificou nas últimas décadas, impulsionado pelo desenvolvimento tecnológico e pela globalização. As redes sociais desempenham um papel importante na promoção do consumismo, pois oferecem um canal para a publicidade e a criação de uma cultura de imagem e ostentação. Através de plataformas como Instagram e TikTok que tiveram um grande avanço no número de usuários durante a pandemia entre 2020 e 2022, as pessoas podem exibir produtos de luxo e mostrar um estilo de vida aparentemente glamoroso, levando muitas vezes a uma busca incessante por mais coisas e uma sensação constante de insatisfação. Além disso, as problemáticas se estendem a problemas ambientais, incentivo à distorção de imagem ao consumismo desenfreado.

PALAVRAS-CHAVE: Consumismo, TikTok, Mídias Sociais, Instagram, Estética, Influência Digital.