



## O PODER DE INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO CONSUMISMO DOS JOVENS NA ATUALIDADE

### INTRODUÇÃO

No panorama atual, as redes sociais se estabeleceram como notáveis instrumentos de intercâmbio e troca de informações, modificando significativamente os aspectos sociais, culturais e econômicos da nossa vida.

Em meio a este cenário, o fenômeno do consumo e o excesso dele - o consumismo - despontou como uma área de investigação relevante, sobretudo entre os jovens que se encontram completamente inseridos em um ambiente digital marcado por influxos e incentivos contínuos.

O propósito deste estudo é examinar a interferência das redes sociais no comportamento consumista da juventude na atualidade, discutindo princípios essenciais como consumo, consumismo, poder de persuasão, sociedade e as necessidades humanas.

### OBJETIVO

Demonstrar o cenário atual em relação ao consumismo excessivo dos jovens.

### METODOLOGIA

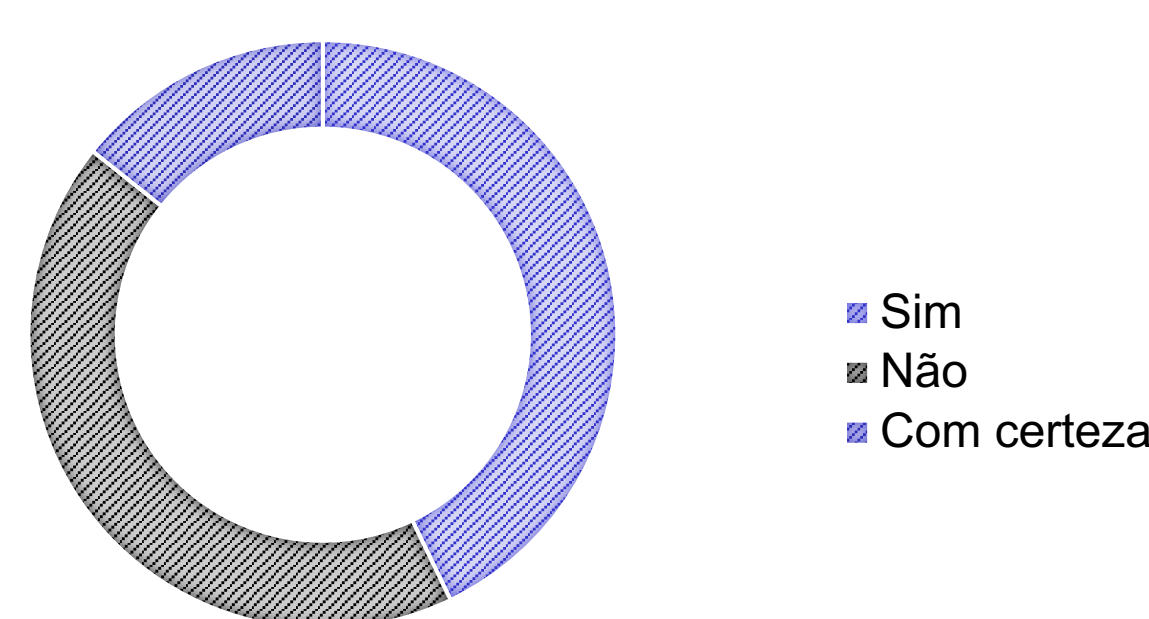
Para o desenvolvimento deste trabalho monográfico foram utilizados dois métodos de pesquisa. O primeiro método foi a pesquisa bibliográfica, da qual foram utilizados como base os artigos acadêmicos, livros, revistas e sites confiáveis.

O segundo método utilizado foi uma entrevista estruturada e com roteiro, realizada com cinco jovens que possuem o perfil semelhante aos aspectos relacionados ao nosso tema. Nessa entrevista foram desenvolvidas perguntas pertinentes ao comportamento humano e sua relação com o consumismo, e como isso influencia nessa prática.

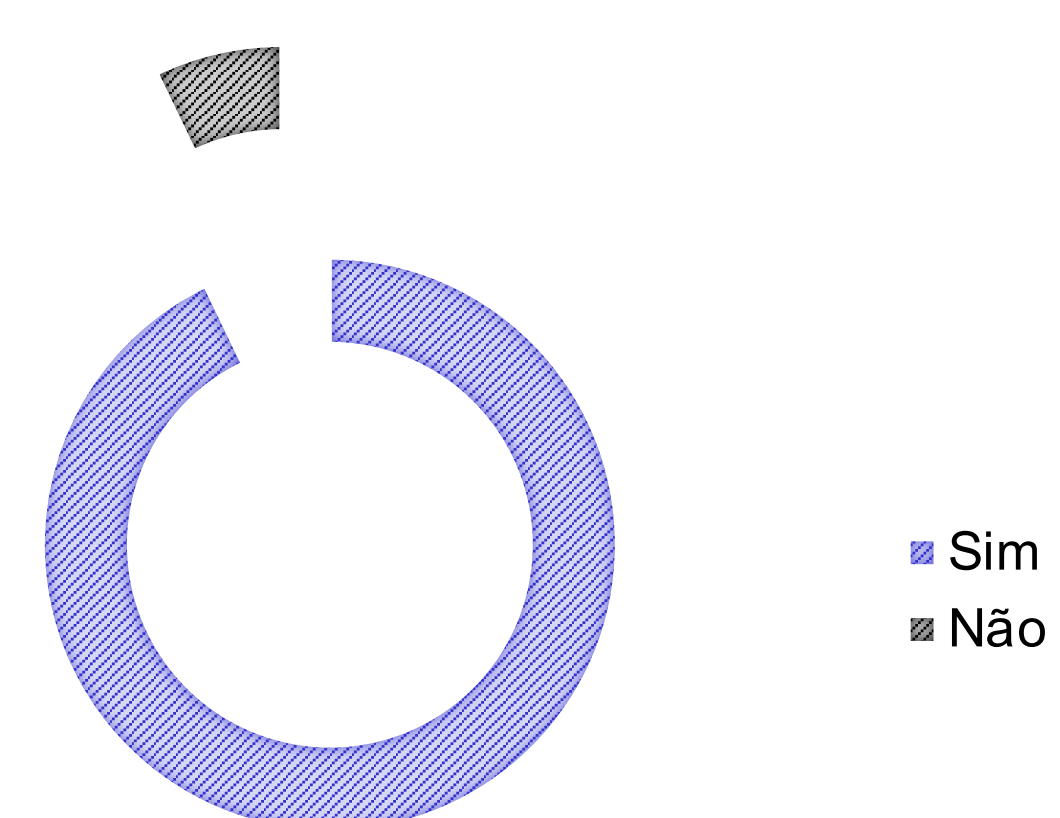
O objetivo da pesquisa foi identificar pontos comuns que acarretam a esses comportamentos e ações, evidenciando as características que os influenciam, por meio da análise do resultado das entrevistas.

### RESULTADOS

AS REDES SOCIAIS TE INFLUENCIAM A COMPRAR PRODUTOS OU SERVIÇOS QUE VOCÊ NÃO PRECISA?



VOCÊ JÁ COMPROU ALGUM PRODUTO OU SERVIÇO APÓS VÊ-LO ANUNCIADO EM UMA REDE SOCIAL?



### CONCLUSÃO

O consumismo excessivo entre os jovens é uma realidade influenciada por diversos fatores, sendo as redes sociais e os *influencers*, agentes significativos nesse cenário. A constante exposição a produtos e padrões de consumo nas plataformas digitais, aliada à busca por integração social e satisfação momentânea, contribui para a adoção de hábitos consumistas descontrolados.

Na atualidade, as reflexões de Bauman sobre o consumo como ferramenta de inserção social, encontra-se nas práticas observadas entre os jovens, especialmente através das dinâmicas estabelecidas pelos *influencers*. Estes, ao construírem comunidades virtuais, delineiam padrões estéticos e comportamentais que influenciam diretamente seus seguidores. Essa influência é uma manifestação direta do conceito de Handy sobre tal conceito, destacando como os *influencers* direcionam o público para decisões de consumo específicas.

É fundamental promover uma reflexão contínua sobre a influência das redes sociais e dos *influencers* no consumo dos jovens, incentivando uma relação mais consciente e equilibrada com o ato de comprar. A compreensão dos aspectos psicológicos, sociais e culturais que moldam nossas escolhas e identidades é essencial para combater o consumismo excessivo e promover um consumo mais consciente e sustentável no contexto atual.