

A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA E MARKETING NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO INFANTIL

Mabily Peres FERREIRA^{*}
Denise Rossi Foresto DEL COL^{**}

RESUMO

O estudo da publicidade e do marketing voltado a criança e seu relacionamento com a consumo é uma área com baixo número de pesquisas no Brasil. Apesar disso, o setor de marketing e propaganda infantil tem grande representatividade para o país. Sendo a criança um ser em formação, que sente intervenções do meio em que vive e da cultura em que está inserida o presente artigo tem como objetivo identificar a influência do marketing e da propaganda no comportamento de consumo infantil. Trata-se de uma revisão integrativa da literatura com base em seis artigos encontrados em bases de dados eletrônicos como a Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Scientific Electronic Library Online (SciELO) e Google Acadêmico. Após a revisão foi possível concluir que a propaganda e o marketing influenciam no comportamento de consumo das crianças e em sua formação de identidade consumista.

Palavras-chave: Psicologia. Marketing. Publicidade Infantil.

^{*}Graduanda do curso de Psicologia do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP – UNIFUNEC, mabiferreira@hotmail.com

^{**}Docente do Centro Universitário de Santa Fé do Sul- SP, UNIFUNEC, deforest@hotmai.com