ANAIS - XXII FÓRUM DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, III FÓRUM DE DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO E INOVAÇÃO E II FÓRUM DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO ENSINO MÉDIO.
n.1 (2015)

ESTUDO SOBRE O COMÉRCIO DIGITAL PARA CRIANÇAS

Autores: ROCHA, L; BRUMATTI, V.P.
Tipo de pesquisa: Iniciação Científica Voluntária
Agência de fomento: Não se aplica
Área do conhecimento: Sociais Aplicadas – Publicidade e Propaganda
Instituição de origem: USC

A nova era digital trouxe mudanças significativas e este trabalhobuscou por explicita-las, analisa-las e concluir a respeito de suas particularidades no que abrange a publicidade infantil e produtos para esse público, tanto na publicidade veiculada no meio digital, como *sites* de produtos para esse consumidor potencial. O presente estudo visa por analisar a influência do meio digital nessa espécie de consumo, como os anseios de compra foram alterados por ele, tanto quanto ao tipo de publicidade realizada para esse público no meio digital. O trabalho buscou explicar como é feita a publicidade infantil e os impactos que a nova era digital causa nos desejos de consumo das gerações futuras. Através do método qualitativo, com utilização de entrevistas individuais, bem como fundamentação teórica, foramavaliados os elementos que fundamentaram a base da investigação. Com o estudo e observação da interação entre as crianças com o meio digital, foi possível a elaboração da base da pesquisa, embasado em dados obtidos a partir de ambiente real, bem como estudo de casos de *sites* voltados a esse público.

Palavras chave: Publicidade. Digital. Infantil. Consumo. Internet.