

REFLEXÕES SOBRE O DISCURSO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL

Ana Paula Lima Santos (UERJ)
aluaplim@gmail.com

Considerando a necessidade de reflexão sobre os aspectos socioculturais incentivadores do consumo na contemporaneidade, o presente artigo pretende ilustrar, com base em conceitos da Análise do Discurso, o lugar que o digital ocupa nas composições simbólicas dos sujeitos. Para tanto, foram trazidos alguns argumentos, pautados em estudos já realizados sobre a lógica consumista da sociedade contemporânea, submetida à forte influência das mídias, aliadas ao discurso publicitário em prol da ideologia de consumo. Destaca-se que durante o período de crise sanitária causada pela COVID-19, o setor comercial voltou-se também para o ambiente virtual, e a “cultura do perfume” sustentou-se, apesar de não figurar como elemento essencial à sobrevivência.

Palavras-chave:

Discurso. Publicidade. Sociedade de Consumo.