

PUBLICIDADE NAS REDES SOCIAIS

Monique Vandresen¹, Flávia Dummer de Azambuja²

¹ Orientador, Departamento de Moda do CEART – mvandresen@hotmail.com

² Acadêmico(a) do Curso de Design de Moda do CEART - bolsista PROBIC/UDESC.

Palavras-chave: Instagram. Comunicação. Moda.

Com o passar dos anos, a internet vem se tornando cada vez mais onipresente na vida das pessoas. O acesso à rede vem sendo facilitado e democratizado a cada dia através da criação de novos aparelhos que se adequam às mais diferentes ocasiões e aos mais diferentes públicos. Sendo assim, se algo deseja fazer-se onipresente na vida de um indivíduo, estar na internet é um passo importante para alcançar tal objetivo.

Pensando nisso, no último ano foi desenvolvido artigo “Instagram: uma conversa entre marca e consumidor”. O artigo compara as páginas do Instagram de duas tradicionais grifes de moda internacionais que atendem públicos muito semelhantes, e que, apesar de serem igualmente conhecidas, possuíam desempenhos muito diferentes na rede social. Comparando as duas marcas foi possível apontar aspectos que contribuem para o fracasso ou o sucesso de uma marca neste meio de comunicação.

Com mais de 400 milhões de usuários mensais, o Instagram é a oitava maior plataforma de redes sociais do mundo. Mas no mundo da moda, provavelmente é o número um. No ano passado, o Conselho de Estilistas de Moda da América premiou o aplicativo com o prêmio de mídia, concedido anteriormente a jornalistas e fotógrafos. E, sem dúvida, o Instagram mudou mais o produto mais diretamente do que qualquer um deles. Em comparação com outras plataformas de mídia social, a natureza viral do Instagram é muito mais potente na divulgação de uma mensagem comercial quando se trata de moda. Um designer não precisa de muitos seguidores para chamar a atenção: uma foto do Instagram - apenas um dos 80 milhões postados todos os dias - pode ser rapidamente "programada", levando os usuários à fonte original. Se um Instagram de alto perfil (como o muito seguido Chen ou o modelo de mídia social de mogol Cara Delevingne, que possui 29 milhões de seguidores) se sentir animado o suficiente para reformular seu produto, você pode ser um vencedor. Arrastar um sapato ou uma bolsa na parte de trás da publicidade pode rapidamente se equiparar a muito dinheiro.