

DAS RAINHAS ÀS BLOGUEIRAS: TRAJETÓRIA DA PAIXÃO PELOS ESMALTES, DOS DOCUMENTOS ARQUEOLÓGICOS AO CIBERESPAÇO

Autora: Carolina Tomaz Batista (UFU)
Autora: Sabrina Tomaz Batista (UFU)
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Mirna Tonnus (UFU)

caroltomazb@gmail.com
sabinatomazb@gmail.com
mirna@faced.ufu.br

INTRODUÇÃO



Das tendências que o ciberespaço apresenta, tem-se o aumento de blogs especializados e o “boom” das mídias sociais. Percebe-se que a cada dia mais blogs, páginas no Twitter e Facebook comentam e analisam as cores e tendências para enfeitar as unhas. A paixão por esmaltes tem despertado a atenção da indústria de cosméticos. Em tempos de internet, a disseminação das novidades e ações de marketing se estende às mídias sociais. Por terem os blogs grande relevância em termos de produção de conteúdo no ciberespaço, têm despertado o interesse de pesquisadores nos cursos de Jornalismo. Este pôster se baseia em um artigo apresentado no “I Encontro de Pesquisa em Moda”, na seção Comunicação e Moda. A partir desse estudo, está em fase de elaboração o projeto de monografia de uma das autoras.

OBJETIVOS



- ❖ Apresentar as novas configurações que a indústria de esmaltes ganhou a partir de sua inserção no ciberespaço, por meio das mídias sociais e blogs de moda.
- ❖ Observar o comportamento das empresas e blogueiras diante do lançamento da coleção “Impala Novo 70”.

DESENVOLVIMENTO



- ❖ A escolha pela coleção “Novo 70” da Impala: grande número de notícias da coleção no ciberespaço, nos blogs e mídias sociais, e também por ser um produto nacional com bom alcance de público.
- ❖ Objetos de monitoramento: Twitter, Facebook e blogs de moda. Motivo: grande visibilidade no ciberespaço.
- ❖ Monitoramento dos blogs: ferramenta “Blog Pulse”. Foram detectadas 498 postagens relacionadas à coleção desde fevereiro de 2011. Os Swatches mostraram vários aspectos dos esmaltes, como brilho e fixação.

Swatche da Coleção “Novo 70” no blog “Nosso Vício”

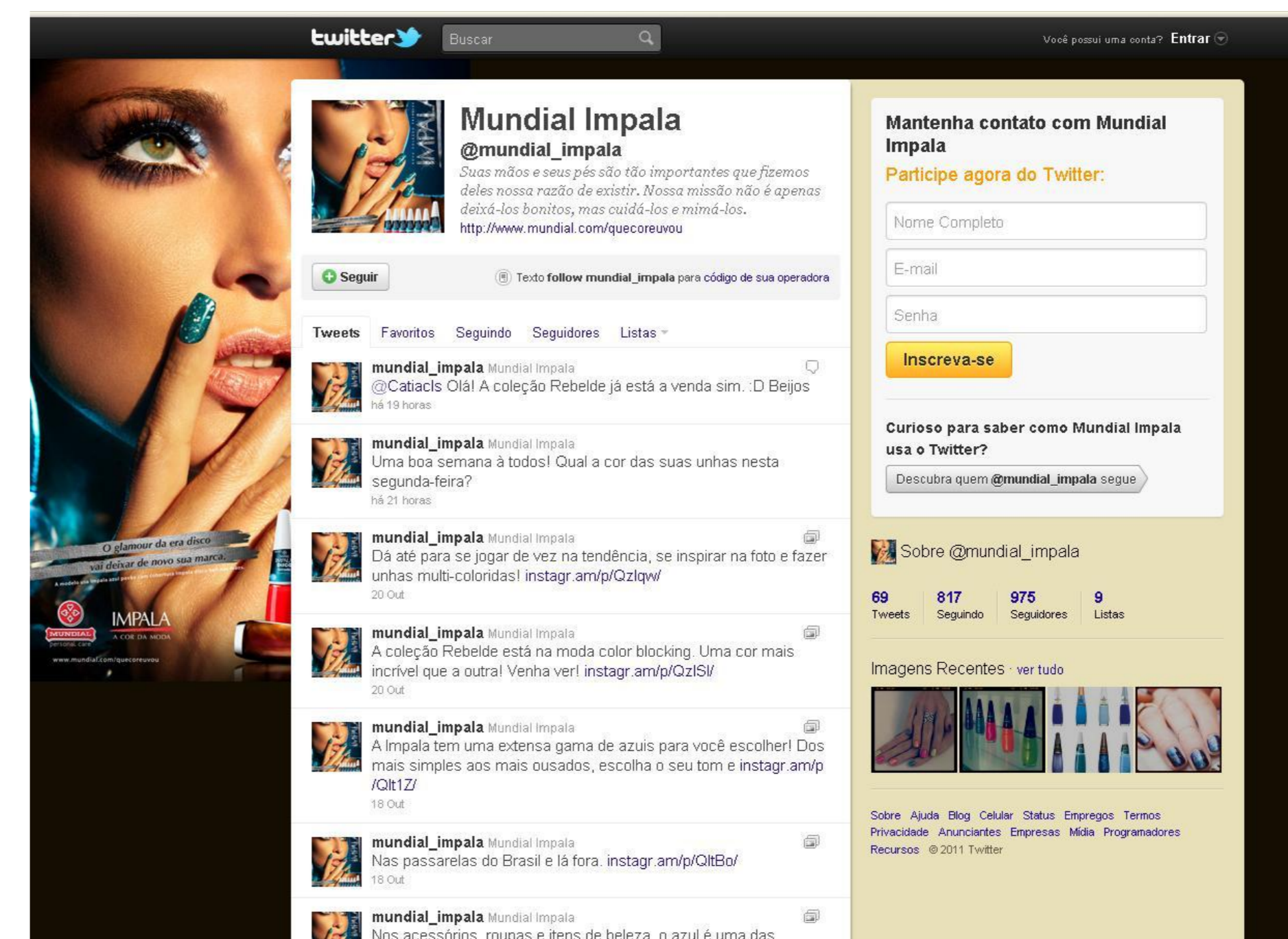


- ❖ Monitoramento do Twitter: “Twitter Search”. Entre três a seis de julho, foram registradas 185 postagens.
- ❖ Fan page da Impala no Facebook: empresa ativa com postagens frequentes, mostrando links de blogs que mencionam seus esmaltes. Grande número de internautas que “curtem” a página.

RESULTADOS



- ❖ Blogs e mídias sociais como nova ação de marketing. Tudo alimentado pelas e para as mídias sociais.



Twitter da empresa Impala

- ❖ Blogs de moda: divulgação indireta de produtos à postagem de opiniões e tendências.
- ❖ Confiança das leitoras nas postagens: elas absorvem as dicas e repassam as informações no ciberespaço.
- ❖ A escolha dos esmaltes se desloca do âmbito dos salões de beleza para o ciberespaço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



- FERREIRA, Aletéia. Cybermarketing e a moda: segmentação através dos blogs e Orkut. In: **Famecos/PUCRS**, nº 18. Dezembro, 2007.
- ORLANDI, Leticia. Papo de Mulher: Um Estudo Sobre os Blogs de Moda e Estilo. In: **Anais INTERCOM - XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vitória, ES – 13 a 15 de maio de 2010.**
- PATINI, Aline. Mídias Sociais: você está conectado? In: GIARDELLI, Gil. **Redes Sociais e Inovação Digital**. Vol – 2. São Paulo, 2011, p. 15-16.
- PAVAN, Maria Ângela. & SILVA, Josimey C. Tatuagem: cultura de massas e afirmação subjetiva incorporadas. **Revista Signos do Consumo – v.2, n.1, 2010. P. 67-81.**
- RAMOS, Gisele. ...Moda. BRAMBILLA, Ana (org.). **Para Entender as Mídias Sociais**. São Paulo, 2011, p. 125-128.
- RECUERO, Raquel. A Nova Revolução: as Redes são as Mensagens. In: BRAMBILLA, Ana (org.). **Para Entender as Mídias Sociais**. São Paulo, 2011, p.14-17.
- SOUSA, Rainer. **A história do mundo**. Disponível em: <http://www.historiadomundo.com.br/curiosidades/historia-do-esmalte.htm> Acessado em: 28 de junho de 2011.
- Coisas de Laddy. **A história do Esmalte**. Disponível em: <http://coisasdeladdy.blogspot.com/2011/04/historia-do-esmalte-de-unhas.html> Acessado em: 28 de junho de 2011.