

OS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS NO INSTAGRAM, SNAPCHAT E WHATSAPP: DESENVOLVENDO UM MODELO DE PUBLICIDADE APLICÁVEL ÀS TRÊS PLATAFORMAS.

Bruna de Mello Franco¹; Vitor Pachioni Brumatti²;

¹ Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Graduanda em Publicidade e Propaganda pela
Universidade do Sagrado Coração (USC).

brunahfranco@hotmail.com

² Docente da Universidade do Sagrado Coração e orientador da pesquisa.

vitor.brumatti@usc.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica voluntária– PIVITI

Agência de fomento: Não há

Área do conhecimento: Comunicação – Publicidade e Propaganda

Os aparelhos móveis atrelados às redes sociais digitais, tornaram-se cada vez mais imprescindíveis no cotidiano da sociedade, e essa característica inerente entre aparelho e usuário faz com que a presença do indivíduo nessas redes de informações torne-se constante, ou seja, abrindo as portas para atuação da publicidade no meio digital. O presente estudo abordará o uso dos aplicativos de comunicação social Instagram, Snapchat e WhatsApp, bem como sua influência sobre os usuários e a presença da publicidade nessas três plataformas. O trabalho tem como um dos objetivos, estudar a publicidade digital, bem como seus formatos, proporções e demais características técnicas, com a finalidade de desenvolver um modelo de aplicação da publicidade que fosse adaptável às três redes em questão. A metodologia contou primeiramente com um levantamento de informações através da pesquisa bibliográfica, explorando materiais já publicados relacionados ao tema, a fim de gerar um embasamento teórico. O segundo passo foi realizar uma análise descritiva dos objetos de estudo citados a partir da utilização pessoal dos mesmos e coleta de anúncios veiculados nas plataformas em questão, com o propósito de compreender melhor o âmbito estudado e desenvolver um modelo de publicidade aplicável aos aplicativos escolhidos.

Palavras-chave: Redes Sociais. Publicidade. Instagram. Snapchat. WhatsApp.