



DOVE E RED BULL: O USO DA DIVULGAÇÃO DE UM ESTILO DE VIDA NO INSTAGRAM PARA CONQUISTAR UM PÚBLICO.

Nicoli Miwa Uehara¹; Vitor Pachioni Brumatti¹

¹Área de Ciências Humanas e Sociais – Centro Universitário Do Sagrado Coração
nicoli.uehara@gmail.com, vitor.brumatti@unisagrado.edu.br

Tipo de Pesquisa: Iniciação Científica – PIVIC
Área do Conhecimento: Publicidade e Propaganda

O presente estudo visou compreender a funcionalidade da transmissão de um estilo de vida das empresas Dove e Red Bull no perfil do Instagram, abordando a evolução da comunicação, das propagandas, a migração para as redes sociais, a história de cada empresa selecionada e como os consumidores evoluem os seus processos de compra, forçando as empresas a uma transformação constante da sua comunicação. Uma pesquisa qualitativa com coleta de dados do Instagram e suas plataformas (*feed, stories, reels e vídeos*), demonstra que a quantidade de publicações, desde que criem um relacionamento com o público através do estilo de vida, trará resultados eficazes ao perfil. Tem-se então, que a comunicação e os consumidores estão em constante evolução e os novos métodos de publicidade tomam conta das redes sociais, principalmente no Instagram, e a abordagem do estilo de vida faz parte deste novo mundo. Palavras-chave: Marketing; Estilo de vida; Dove; Red Bull; Instagram.