

DESENVOLVIMENTO E EVOLUÇÃO NA CAPTAÇÃO PUBLICITÁRIA DAS MÍDIAS SOCIAIS (APOIO SANTANDER)

Aluno: Flávio Guilherme Alves Ferreira

Orientador: Prof. Dr. César Augusto Belardi

Curso: Publicidade e Propaganda

Campus: Tatuapé

Este trabalho teve por objetivo a compreensão de técnicas e recursos no âmbito da comunicação *on-line* aplicada à análise de quatro casos, sendo eles: caso de sucesso, caso em curso, caso polêmico e caso de fracasso. Buscando o funcionamento da publicidade, quando atuando nas mídias sociais, em um primeiro momento, observou-se a forte influência que as mídias sociais exercem em diversos grupos demográficos, seja essa influência aplicada ao vestuário ou, até mesmo, sendo uma validação no campo político. O procedimento da pesquisa e da aplicação dos dados obtidos por esta foi bibliográfico, retirado de livros, sites e artigos de natureza qualitativa. A construção do trabalho foi inicialmente desenvolver o conceito de captação publicitária e entender a evolução tecnológica que nos fez chegar até este período. Feito este processo, busquei escavar a origem das mídias sociais e entender sua dinâmica com seu público atual. Desta sessão se desdobrou o funcionamento do mercado publicitário, tendo desenvolvido estes tópicos, cheguei ao âmago da pesquisa e analisei os quatro casos com os recursos adquirido até então. Como consequência da análise dos quatro casos, finalizei o estudo revelando a legislação e a ética das campanhas publicitárias feitas na internet. Como elaboração final, desenvolvi uma reflexão sobre o cenário atual envolvendo internet, mídias sociais e publicidade.