

### Sessão 23

## Estudos sobre Imagem, Mídia e Tecnologia da Informação B

207

**A PROPAGANDA NA CIBERCULTURA: O CASO MELISSA.** Priscila Jaekel Krolow, Raquel da Cunha Recuero (orient.) (UCPEL).

O Artigo é uma produção científica inicial, um ensaio sobre o referencial teórico. A análise teórica tem início a partir de um estudo sobre duas formas recentes da propaganda, o marketing online e o marketing viral, dois novos conceitos que utilizam como mídia a Internet. As duas propostas são estudadas a partir de suas especificidades, e de acordo com a nova cultura advinda das novas tecnologias, a Cibercultura. O primeiro capítulo visa discutir o ambiente mercadológico em que estamos inseridos, procurando entender como as técnicas de marketing online podem ser aplicadas. O segundo capítulo parte para a discussão da propaganda difundida em redes sociais na Internet, o marketing viral, começando por entender as redes sociais presentes na Cibercultura e a difusão de informação que acontece dentro dessas redes. O terceiro capítulo aborda a construção de marcas com o auxílio dessas duas novas ferramentas de comunicação, de acordo com a análise da campanha *Create Yourself* dos calçados Melissa. O último capítulo aborda a prática do marketing online e do marketing viral através da análise teórica do blog da “Melissa” e dos fotologs das Goldies. Após tentar analisar essas técnicas, tanto de Marketing Online como Viral, e também a forma como elas podem ser aplicadas, é possível perceber que elas formam um conjunto de ações inovadoras que atingem um público-alvo novo, e dessa forma esse tipo de comunicação é muito eficiente para divulgar produtos para nichos específicos que já fazem parte da Web.