

**O PAPEL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA FORMAÇÃO DE PADRÕES DE
CONSUMO: UM ESTUDO DE CASO EM PARCERIA DO CURSO DE MODA
UNISINOS E AS LOJAS RENNER**

Bortholuzzi, Juliana; Doutora; UNISINOS, jubortholuzzi@unisinoss.br¹

RESUMO

Este trabalho apresenta um case desenvolvido na disciplina de Comunicação e Marketing da Unisinoss em parceria com as Lojas Renner, que teve como objetivo identificar e monitorar os influenciadores digitais seguidos pelos alunos, a fim de compreender sua influência nas práticas de consumo desse grupo de consumidores. O projeto foi realizado com quatro marcas diferentes, nos quais os alunos foram divididos em grupos, onde cada grupo trabalhou com uma marca diferente. O estudo teve como base a premissa de que os influenciadores digitais têm um papel significativo no comportamento de consumo dos jovens, especialmente na área da moda. Nesse sentido, o projeto buscou analisar como a escolha dos influenciadores afeta as práticas de consumo e como esse mapeamento pode interferir no planejamento de desenvolvimento de produtos dessas marcas.

Para alcançar os objetivos propostos, foram adotadas diversas etapas. Primeiramente, os 20 alunos foram divididos em quatro grupos e, em seguida, escolheram com qual das quatro marcas apresentadas eles iriam trabalhar. Em seguida, cada grupo ficou responsável por identificar e monitorar os influenciadores digitais seguidos pelos seguidores dessas marcas. A coleta de dados foi realizada por meio da análise de perfis de influenciadores na rede social Instagram. Os alunos registraram informações sobre o número de seguidores, engajamento nas publicações, conteúdo compartilhado e parcerias com marcas. Com base nos dados coletados, foram realizadas análises quantitativas e qualitativas para identificar tendências e padrões de consumo. Além disso, os grupos também promoveram discussões em sala de aula para

¹ Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinoss, Mestre em Processos e Manifestações Culturais pela Feevale, Especialista em Direito Privado /Contratos pela Unisinoss, Bacharel em Moda (Feevale) e Direito (Unisinoss). É professora e coordenadora do Bacharelado em Moda da Unisinoss.

compreender o impacto dos influenciadores nas decisões de compra dos consumidores. A primeira entrega foi uma revista onde toda a pesquisa foi mapeada e a segunda entrega foram quatro perfis de Instagram, um para cada marca, com todas as informações reunidas, inclusive com uma proposta de itens-chave para entrar em coleção.

Os resultados obtidos indicaram que os influenciadores digitais desempenham um papel significativo na formação das práticas de consumo. Os grupos puderam identificar padrões de comportamento e preferências dos seguidores, bem como a influência dos influenciadores no processo de decisão de compra. Com base nesses resultados, foi possível fornecer insights relevantes para as Lojas Renner, auxiliando na compreensão do público-alvo e na elaboração de estratégias de marketing direcionadas aos influenciadores digitais. Além disso, o projeto proporcionou aos alunos uma vivência prática e uma compreensão mais profunda da relação entre moda, consumo e influenciadores digitais.

Esse case apresentou uma experiência bem-sucedida de integração entre academia e mercado, demonstrando como a parceria entre a Unisinos e as Lojas Renner possibilitou o desenvolvimento de um projeto que contribuiu para o entendimento das práticas de consumo influenciadas pelos influenciadores digitais.

Palavras-chave: influenciadores digitais; práticas de consumo; comunicação digital.

