



ALESSANDRA CAVENDISH

 @avocadodesign

+55 (61) 9618-8808

alessandra@avocadodesign.org



agenda

reflexões sobre o fenômeno Instagram.

But first let me take a



on tem

posicionamento com foco em benefícios mais
tangíveis como preço, qualidade e tradição.

hoje

momento em que as marcas passam a falar e
focar muito mais em benefícios
intangíveis.

FELICIDADE / LEVEZA / MUDANÇA

<https://www.youtube.com/watch?v=nTf-EMc1Sec>

<https://www.youtube.com/watch?v=mCcN5zDhP5w>

<https://www.youtube.com/watch?v=EOVJK3m1yZM&feature=share>

cadê o produto?

por quê?

Por que hoje nós vivemos uma mudança de era,
onde a reconexão da sociedade tem tirado as
grandes instituições do centro.

Agora o foco é muito mais **HUMANO**.

alô, alô empresa, vamos conversar?



*Claro! Você pode dizer o que quiser
desde que seja pelo sac@empresa.com*



*Empresa, você pode me dar licença e
sair do meio da minha conversa?*



*Como assim? Você não queria conversar? Aprove-
itando.. curte a nossa página no Facebook?*



O mundo está mudando rápido, tudo está ficando
mais **FLUIDO**.

O que era ontem, hoje pode já não ser mais.



sucesso

Tweetar 27

1

A photograph of a man and a woman sitting cross-legged on a paved surface outdoors. They are both wearing yellow t-shirts. The woman is on the left, and the man is on the right. They are holding a large cardboard sign between them. The sign has "SUR" written in large letters, followed by a right-pointing arrow, and "BARRANCAS" written below it. In the background, there are mountains under a blue sky with some clouds. To the right, there is a tree with yellow leaves. At the bottom of the image, there is a dark banner with white text.

*Casal de publicitários
viaja pela América ajudando pessoas*

Inspiração > pessoas > voluntariado



tribos

HIPERCOMPLEXIDADE

identidades mutáveis, transitórias, fluidas

Deslocamento de estruturas e processos centrais

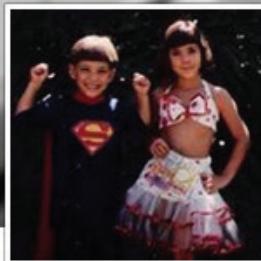
Mudança de referenciais

/crise de identidade/ (*Stuart Hall*)

INTERNET como plataforma de construção de IDENTIDADE.



Fernanda Mujica



Construção constante do ‘si’ e narração do ‘eu’.
Identificações efêmeras e sucessivas.
Eu real x Eu virtual

Fernanda Mujica

✓ Amigos

✓ Seguindo

Mensagem

...

Linha do Tempo

Sobre

Fotos

Amigos 165 em comum

Mais

Sobre

Diretora de arte na empresa Avocado Design
Anterior: Doisnove meia Publicidade e CasaPark/Livraria Cultura

Estudou na instituição de ensino IED - Istituto Europeo di Design
Anterior: Master Design Innovation e UnB

Mora em Brasília

De Brasília

Em um relacionamento sério com Felipe Burato Romero

FOTOS · 271



Publicação Foto / Vídeo

Escreva algo...



Fernanda Mujica

19 de outubro às 19:54 · Instagram ·

Amanhã é segunda!



86%

share to give people a better sense of who they are and what they care about.



"I try to share only information that 2011 will reinforce the image I would like to present.."

‘Era da informação’

*Compartilha-
mos mais
conteúdo*

*De mais
fontes*

*Com mais
gente*

*Mais
frequentemente*

Mais rápido



Necessidade de construção de uma (ou várias) identidades +

Imperativo da visibilidade +

Fluidez +

Nova função social da fotografia

Lógica do ver e ser visto

Resultado do fetiche do homem contemporâneo de se narrar expondo a sua intimidade, o ordinário, o banal.

geração ‘screenager’

‘se não tem registro, não aconteceu’

[Home](#) / [Society](#) / Man Forced To Watch Concert With His Own Eyes

Man Forced To Watch Concert With His Own Eyes

By [The Shovel](#) on December 9, 2013



Por que Instagram?

Melhor rede social para as marcas interagirem com os usuários (*Forrester Research*)

Engajamento 15x maior do que o Facebook, com usuários gastando aproximadamente 257 minutos no app por mês (*Socialbakers*)

Reúne o maior engajamento e a maior conversão navegador -> compra (*L2*)

A Venn diagram consisting of two overlapping circles. The left circle is dark gray and contains the text 'eu marca'. The right circle is light gray and contains the text 'eu indivíduo'. The overlapping area contains five items listed vertically.

eu marca

*real time
recomendação
co-criação
divulgação
prototipagem*

*pesquisa
observação
'agregador'
de conteúdo*

Informação real time

Hoje, aqui, agora.

Conteúdo em tempo real

Monitoramento em tempo real

O ‘por trás dos bastidores’ das marcas



file a parmegiana com espaguete de brócolis e alho crocante para o almoço hj no Dudu Bar !!!!!

11.36 am 5/28/2014



chefduducamargo

Chef Dudu Camargo

63 Like

poupebem adrianadias2 tonha claraekiko > VIEW

2 Comments



marcellaalencar

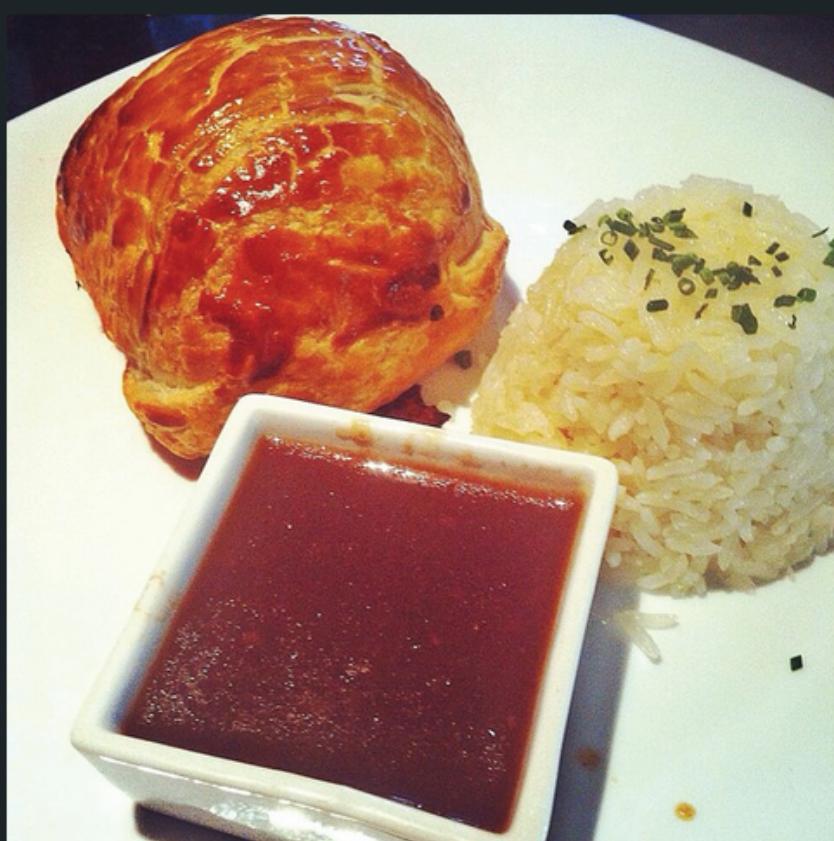
@juliofarcoverde Dica para hoje



antoniocesar_

@bolgue

Your comment



Hoje no almoço temos o delicioso Filé à Wellington (filé mignon recheado com shimeji, shiitake e carne em massa folhada), acompanhado por Arroz Milanês e Molho de Vinho Tinto 😊😊😊 vem almoçar com a gente!



cantuccibistro

Cantucci Bistro 403 Norte

62 Like

betaomattos

marianeab

virginiascascia

amand

> VIEW ALL

11 Comments

> VIEW ALL



analuciaoliviera

@wellingtonwell



wellingtonwell



evy.lourenco

@rafinharas

Your comment



Nosso pizzaiolo já está a todo vapor! Hoje tem mais FESTIVAL DE PIZZA FUNCIONAL! #zeroglutên #zerolactose #biomassadebananaverde #pizzafuncional #gastronomiafuncional

7.10 pm 10/20/2014

duoO restaurante



duoorestaurante
duoO restaurante

pizzafuncional zeroglutên biomassadebananaverde ze
gastronomiafuncional

102 Like

nutamanda naty.viana.1 projetokn adrianagsv > VIE

23 Comments > VIEW ALL

naty.viana.1
@petersonchagas

nannycarneiro
@naty.viana.1 nega já almocei lá. Esse restaurante é do dele?

nannycarneiro
A comida é toda funcional... e tudo uma delícia.

Your comment



ctconscienciacorporal
Consciência Corporal

hidrobike hidroginastica hidrotreino ctconscienc

21 Like

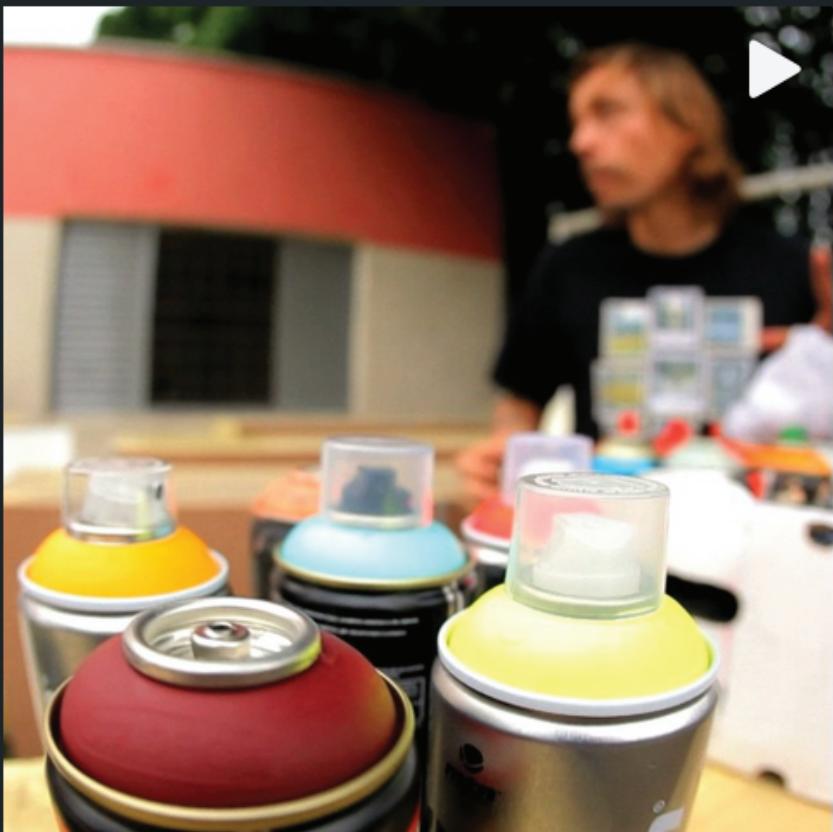
andersonsilva_edf thomas_marques jucns06 luiz

> VIEW ALL

0 Comments

Your comment

Sintam a alegria das nossas alunas do HidroBike, a animação não acaba quando a aula terminal Parabéns meninas, isso que queremos proporcionar sempre a vocês, muita alegria, saúde e bem estar! #ctconscienciacorporal #hidrobike #hidroginastica #hidrotreino



Aula do Yakuza SP com o grande [@cuscorebel](#).

6.23 pm 10/15/2014

Somewhere...



peresgram
Perestroika

♥ 228 Like

[maxpersonalteachers](#) [de_alvarenga](#) [recorrela_](#)

[> VIEW ALL](#)

💬 7 Comments [> VIEW ALL](#)



[mentescritivasr](#)

Criativoooo!!!



[llvlagregory](#)

@guilhermefereira



[cuscorebel](#)

Yeah!

Your comment

Recomendação

50% dos usuários de internet dizem que gostam de procurar a opinião de um expert antes de fazer uma compra (*Global Index*)

60% das pessoas diz informar regularmente os seus amigos/família sobre novos produtos e serviços (*Global Index*)

Recomendação

Os usuários de internet compartilham informações sobre produtos/serviços por acreditar que podem **enriquecer a vida das pessoas a seu redor**
(CIG - The New York Times)

*As pessoas gostam de sentir que são influenciadoras.
Todo mundo quer ser referência em alguma coisa*

‘Celebridades’ do Instagram

Dois grandes grupos atuais:
MODA E HEALTHY



Moda: Forma de construção da identidade

A nossa forma de se vestir dialoga com nosso mundo, nossos valores, nossa tecnologia, nosso modo de entender e processar muito daquilo em que acreditamos.

Mais do que tudo, a gente se define pelos nossos gostos. E o que nos permite expressar os nossos gostos é o **consumo**.

Comprar é por para for a nossa personalidade.

UM SALTO ALTO

OS PRINCIPAIS PASSOS DA POPULARIZAÇÃO DOS BLOGS DE MODA E BELEZA NO BRASIL

1 A publicitária mineira Cris Guerra cria o primeiro blog de "looks do dia" brasileiro, o "Hoje vou assim".



2 A grife Dolce e Gabbana chama blogueiros de moda para a primeira fila de seus desfiles de verão. A iniciativa inspira grifes brasileiras a chamar blogueiras locais para seus desfiles na São Paulo Fashion Week.

3 O site Signature 9 inclui os sites Garotas Estúpidas, de Camila Coutinho (foto), e Dia de Beauté, de Vic Ceridono, em sua lista dos 99 blogs de moda mais influentes do mundo.



O CRESCIMENTO DAS BUSCAS POR:

■ BLOG DE MODA ■ BLOG DE BELEZA ■ BLOGS DA CATEGORIA

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

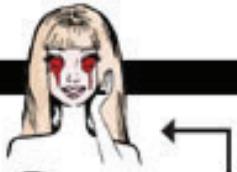
96

97

98

99

100

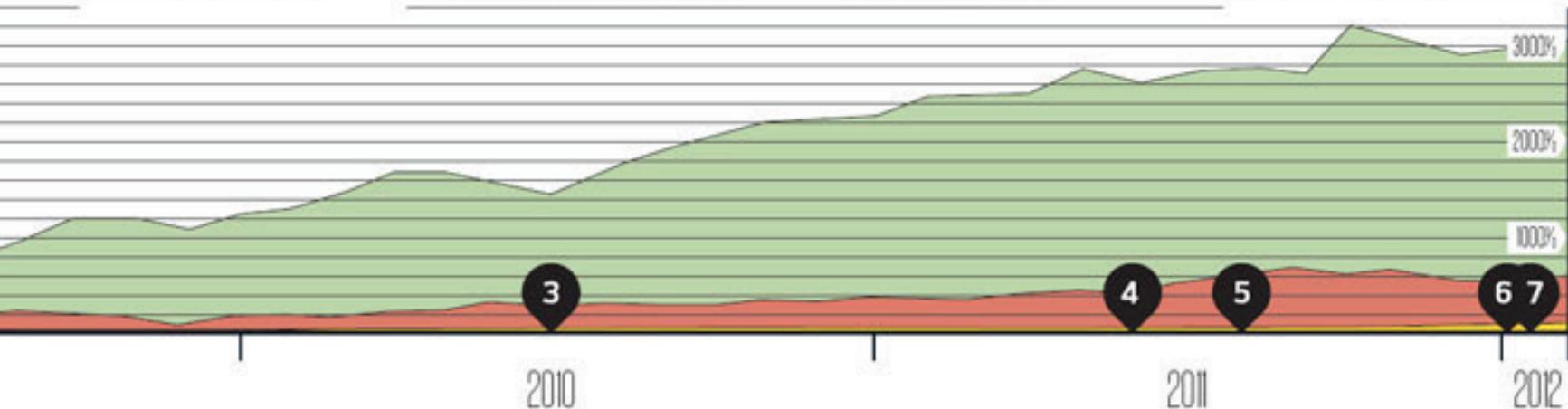


4 A empresária Alice Ferraz lança a rede FHits, grupo que agencia venda de publicidade para 24 blogs de moda.

5 Denúncias de publicidade não identificada passam a ser apontados pelo "movimento hater" encabeçado pelo blog Shame on You, Blogueira.

6 FHits lança sua própria plataforma de e-commerce, com acesso restrito às clientes com cadastro aprovado.

7 As buscas por "blog de moda" são 2.275% maiores do que a de 2007, crescimento mil vezes maior do que o da categoria moda, como um todo.



2013/2014 - Migração de plataformas *Blog -> Instagram*

Demanda por conteúdo em tempo real
(*hoje, aqui, agora*)

Maior quantidade de atualizações

Conteúdo mais resumido
“Vamos logo ao que interessa” / **sneak peak**



9:56 am | 03/10 | Bonjour Paris! Post incrivelmente lindo no #BlogDaThassia! |
Scarpin [@luizabarcelos](#) e vestido [@farfetchbrasil!](#) ❤️😊 #checkitout #newpost
#blogged #thassiafrenchdays #btviaja

Sucesso + Atenção - Capitalização

Publicidade ***espontânea***/recomendação

Publicidade ***escancarada*** (imaginário coletivo?)

Publicidade ***disfarçada***/contextualizada
'Lifestyle'



Bom dia!! Como surgiram algumas dúvidas sobre o uso de Dove True Tone Underarm Dark Mark Eraser resolvi fazer um post explicando o jeito certo de usá-lo. E para quem ainda não conhece, é um super lançamento para quem tem aquele probleminha chaaaato de axilas manchadas. É só ir no blog! Vem ver!
#tips4life #beautytips #publicidade



Sweet sunday in Paris! 🍓🇫🇷 delicia de almoço de domingo!! #paris #pfw #dessert

Marcas mais humanizadas Publicidade mais humanizada

Marcas muito mais focadas em retratar um estilo de vida

Associação das marcas a pessoas representantes do seu *lifestyle*



sachiibeachwear



trackfieldoficial

Publicidade com contexto



Nova dinâmica

Look do dia

Quem usa

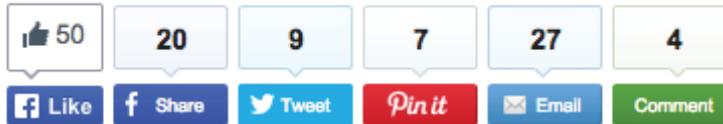
Forma de se pensar tendências

Forma de se pensar conteúdo - mais e mais rápido

Navy Blue Is The New Black, At Least According To Instagram

The Huffington Post | By Megan Mayer   

Posted: 10/19/2014 7:00 am EDT | Updated: 10/20/2014 8:59 am EDT



Healthy:

Mudança de paradigmas/comportamentos

Ex: Nutricionista hoje tem que saber cozinhar

Pessoas muito mais preocupadas em ter um estilo de vida saudável - pertencimento

Ferramenta de ‘motivação’

RIO DE JANEIRO
MÃOS NA MASSA!

ÚLTIMAS VAGAS

CURSO TOTALMENTE HANDS ON
[RECEITAS INEDITAS] **01/11**
09h | LANCHES FUNCIONAIS
14h30 | PREPARAÇÕES FUNCIONAIS DE DAR ÁGUA NA BOCA

INFOS E INSCRIÇÕES:
CURSOS@LIDIANE BARBOSA.COM.BR

Mila Cozzi gastronomia saudável

Turma Extra

workshop NITERÓI
23 de outubro
18h às 22h
Tema: Receitas rápidas para o dia a dia

Inscrições
workshopniteroi@milacozzi.com.br

APOIO: Todeschini ❤



Peito de peru é saudável?



track&fieldbrasilia

TRACK&FIELD

O peito de peru não é considerado um alimento e sim um produto alimentício, embutido e composto por restos de carne misturadas com agressivos aditivos alimentares, como conservantes e realçadores de sabor, por exemplo. Em sua composição há presença de altas concentrações de sódio além de nitrato ☠️☠️ que em contato com o estômago libera substâncias potencialmente

A publicidade imperativa não é mais tão eficiente. Para passar seu recado, é melhor se aproximar do que as pessoas já estão discutindo.

*Participar da conversa
Não ser um intruso no feed*

TOP 5 Instagram Brands by Followers

Followers



Victoria's Secret

[instagram.com/victoriassecret](https://www.instagram.com/victoriassecret)

4 209 740



nike

[instagram.com/nike](https://www.instagram.com/nike)

3 937 152



forever21

[instagram.com/forever21](https://www.instagram.com/forever21)

3 166 195



Christian Louboutin

[instagram.com/louboutinworld](https://www.instagram.com/louboutinworld)

2 375 329



Starbucks Coffee

[instagram.com/starbucks](https://www.instagram.com/starbucks)

2 263 696

Data Range: March 01 - March 31, 2014

TOP 5 Instagram Brands by Post Engagement Rate

Engagement Rate



Note: For the purposes of this ranking, we have only included pages possessing more than 100,000 followers between the first and last day of the selected time period.

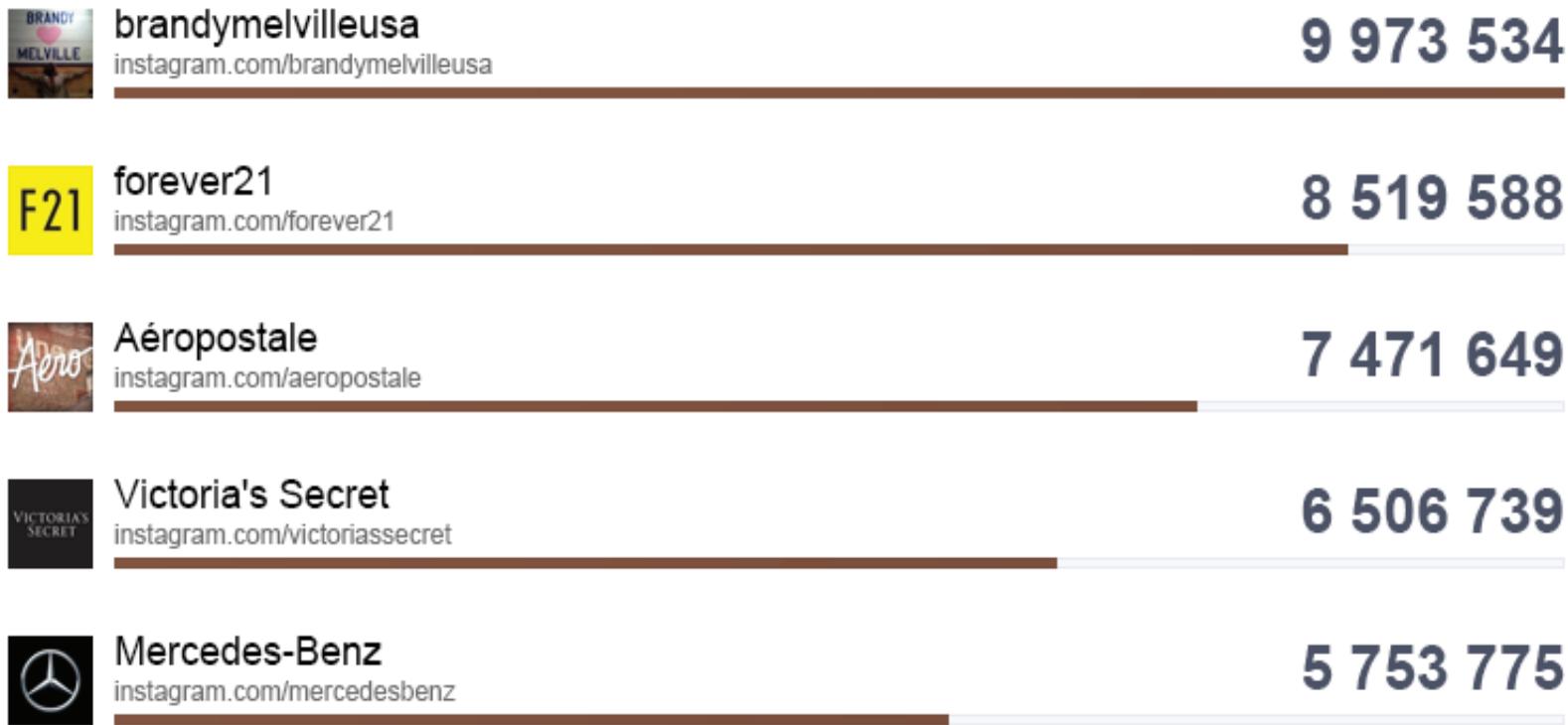
Data Range: March 01 - March 31, 2014



Marcas que mais convertem posts em compra.

TOP 5 Brands by Interactions

Sum of Interactions Count



Data Range: March 01 - March 31, 2014

Mas o que esses perfis tem em comum?

O conteúdo consegue facilmente se inserir no feed do usuário de forma que não atrapalhe ou interrompa a sua experiência.

Instagram não é lugar de propaganda.

Co-criação

@GoPro #PhotoOfTheDay

gopro
gopro

Official GoPro Instagram. We make the World's Most Versatile Camera. Wear it. Mount it. Love it.
<http://GoPro.com/submit>

FOLLOW

1148 media

3242467 followers

211 followings

The image shows a grid of ten Instagram posts from the official GoPro account (@gopro). Each post includes a thumbnail image, the number of likes, and the number of comments. The posts represent various GoPro-supported activities:

- Post 1: A person on a sailboat with a red flag, 79891 likes, 509 comments.
- Post 2: A mountain biker on a rocky trail, 176544 likes, 824 comments.
- Post 3: Two people at a Holi festival, 244747 likes, 1902 comments.
- Post 4: A surfer riding a wave, 172238 likes, 440 comments.
- Post 5: A person on a bridge, 184548 likes, 8964 comments.
- Post 6: A person on a motorcycle with a herd of sheep, 509 likes, 0 comments.
- Post 7: A person being held up by a crowd, 0 likes, 0 comments.
- Post 8: A person kiteboarding, 0 likes, 0 comments.
- Post 9: A person performing a trick in a bubble, 0 likes, 0 comments.
- Post 10: A person sitting on a large pizza, 0 likes, 0 comments.

Co-criação

@chobani

chobani
Chobani

We believe how your food is made matters. #howmatters
<http://www.pinterest.com/chobani>

FOLLOW

1982 media

86695 followers

2086 followings

#StopSadBreakfast 781 16

Simple Cook 1340 34

1240 5

2165 50

2128 163

@organomix



organomix

Organomix.com.br

Tudo em saúde e sabor? Tem no Organomix. O supermercado delivery com a maior variedade de Orgânicos e Naturais do Brasil. Online, completo! 😊👌

<http://www.organomix.com.br>

FOLLOW

861
media

14340
followers

93
followings



119 4



116 5



136 2



183 3



200 5



@australia



australia
Australia

Tourism Australia's official account. Tag @Australia, #SeeAustralia or #RestaurantAustralia to give us permission to repost. 🐢☀️💡💡💡 more info: <http://restaurant.australia.com/instagram>

FOLLOW

3726 media

911409 followers

879 followings



36962 287



45447 416



32717 844



43399 547



50567 1587



36962 287



45447 416



32717 844



43399 547



50567 1587

Desafio

Uma mídia em que o número de seguidores e likes já não diz mais tanta coisa.

Não basta existir, tem que participar.

Enxergando além das possibilidades óbvias:

<http://vimeo.com/98909669>

eu marca

A Venn diagram consisting of two overlapping circles. The left circle is dark gray and contains the text 'eu marca'. The right circle is light gray and contains the text 'eu indivíduo'. The overlapping area contains a list of six concepts: 'real time', 'recomendação', 'co-criação', 'divulgação', 'prototipagem', 'pesquisa', 'observação', '‘agregador’', and 'de conteúdo'.

real time
recomendação
co-criação
divulgação
prototipagem

pesquisa
observação
‘agregador’
de conteúdo

eu indivíduo

Prototipagem

“Costumávamos viver em um mundo onde existiam pessoas e empresas. Agora vivemos em um mundo onde as pessoas podem virar empresas em 60 segundos”

Fundador da AirBnb

Pesquisa/Observação/Conteúdo

Coolhunting

Não existem mais limitações geográficas. O mundo todo ao seu alcance.

Possibilidade de agrupar todos os conteúdos de interesse em uma só plataforma

dúvidas? obrigada!



ALESSANDRA CAVENDISH

 @avocadodesign

+55 (61) 9618-8808

alessandra@avocadodesign.org