

A FUNCIONALIDADE DO MARKETING PESSOAL E DIGITAL NA CRIAÇÃO DE UM ARTISTA DIGITAL: A REFORMULAÇÃO DA CARREIRA DE DEMI LOVATO

Marcela Silva De Rosato Endrissi, Rafael De Carvalho Batista, William Henrique De Castro Tineli, Vanessa Mara Pagliarani Zeitune.

Resumo: O marketing pessoal é uma ferramenta utilizada para construir uma imagem pública, dando a uma determinada pessoa os mesmos traços de uma marca. Já o marketing digital utiliza-se das redes como ferramenta, no auxílio à venda de algo ou de alguém. A partir disso, o presente artigo teve como objetivo estudar a funcionalidade do marketing pessoal e digital na criação de um artista musical. A pesquisa se justifica, tendo em vista que, tanto o marketing pessoal quanto o digital são importantes nos dias atuais, pois ajudam as pessoas a construírem sua reputação e presença online, o que pode abrir portas em suas carreiras e em sua vida pessoal. Com a crescente influência da internet e das redes sociais, é essencial cuidar da imagem que se projeta, destacando suas habilidades, conhecimentos, atitudes e valores de forma positiva. A metodologia utilizada foi uma pesquisa básica e aplicada, observando e analisando os resultados obtidos, que partem de uma revisão literária, cuja coleta de dados foi feita com base em leitura de obras pesquisadas na biblioteca física e online da Unifev, bem como em materiais selecionados em bancos de dados de repositórios nacionais e internacionais online, tais como google acadêmico, entre outros; portanto, os riscos da investigação foram mínimos. Além disso, foi elaborada uma análise de uma campanha publicitária da reformulação da carreira de Demi Lovato, para ilustrar a temática, já que, recentemente, a cantora passou por uma mudança de sua imagem, abandonando seu passado como cantora pop e atriz da Disney, abraçando um visual mais agressivo e uma sonoridade mais influenciada pelo rock. Para tal, foi feita uma campanha nas redes sociais da artista, apresentando sua nova fase. Por fim, concluiu-se que o marketing pessoal tem o papel de vender o conceito de uma personalidade por meio da transformação da imagem desejada em uma marca pessoal. Para tal, ele instiga o consumidor à contemplação e à idealização da imagem de uma potencial celebridade com o fortalecimento das características positivas e minimização das negativas da personalidade do artista, que, amparada pelas ferramentas digitais, consegue intensificar uma relação mais próxima e imediata com o público-alvo.

Palavras-chave: marketing; personalidade; mídia digital.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para humanidade, Rio de Janeiro: GMT, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital, Rio de Janeiro: GMT, 2017.

MONTEIRO, Plínio Rafael Reis. **Gestão de marketing**, Belo Horizonte: SEBRAE Minas, 2017.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital:** tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar, São Paulo: Novatec, 2018.