

A influência dos fashion bloggers no e-commerce

Por Ana Bossler

Os fashion bloggers reduzem os custos de transação no e-commerce, adquirindo reconhecimento através de seus sites, que também tem a capacidade de acelerar a difusão da inovação.

Para um mercado ser viável, é necessário instituições que reduzam os custos de transação, pois a informação é cara. Em um ambiente em que as regras e os espaços são difusos e de rápida movimentação-evolução, como o *e-commerce* mundial, as tradicionais instituições existentes como o sistema legal de um país não são mais suficientes para garantir a redução desses custos, transformando os blogueiros em uma poderosa ferramenta de difusão de tendências com uma importante função econômica e de redução de custos.

Da interação com o comércio, surge o fenômeno atual citado acima, onde os blogues ganham importância estratégica desde a necessidade de reduzir os custos de informação sobre o produto a ser comprado, tais como sua qualidade, fornecedor, métodos de entrega. Desde seus sites-posts, indexados à ferramentas de busca, se determina o que e onde comprar, pois os *fashion bloggers* provêm novas formas de seguir tendências.

Por essa razão, são cada vez mais influentes e começam a gerar lucros, ao passo que se profissionalizam como mídia. De sua posição inicial, estática, esperando ser encontrados através de palavras-chave, ganham reconhecimento do seu público, que procura informações sobre o que comprar, passando a exercer uma função dinâmica, determinando quais as tendências a serem adotadas e a que velocidade. Assim, geram a expansão da economia dos nichos, com uma comunicação muito específica e atraem o público que se identifica com esse nicho.

Em países como o Brasil, em que grande parte da população vive longe do eixo Rio- São Paulo, principal zona comercial, responsável pela disposição de produtos de maior valor agregado, o *e-commerce* se torna alternativa de consumo de produtos de design diferenciado a um menor preço- onde os blogues atuam na difusão das tendências e de novos produtos. Assim, os blogues ganham popularidade, respeito e seriedade pela difusão de produtos e marcas pelos seus canais, tornando-se tão importante como outras ferramentas de publicidade e marketing.

Em um mundo em constante transformação, a institucionalidade dinâmica dos blogs se torna essencial com a redução de custos de atuação em um mercado, possibilitando a existência do comércio em formato eletrônico, desde um cenário que se caracteriza pela negociação em e entre redes. Representam um novo espaço de interação econômica, que se constrói a cada transação, fazendo com que os blogs surjam como a mídia de maior influencia potencial, pois o cálculo de riscos já não suporta o modelo tradicional de instituições definidas *ex ante*.

Na moda, que se caracteriza pela velocidade da movimentação dos ciclos, os blogues aceleram a difusão da inovação e de novos produtos ao compartilhar tendências com um público predisposto à adotá-las e que tem a capacidade de influenciar o comportamento nos seus grupos. Pelo alcance geográfico, expandem a renda do comércio, sem a limitação da publicidade tradicional. Um análise dos dados do comércio eletrônico no Brasil mostra que em 2012¹ movimentaram o equivalente a US\$ 10 bilhões e representam o 5º setor em transações eletrônicas. Fica claro que a influência e a importância dos *fashion bloggers* só irá aumentar com o tempo.

Publicado em 16/09/2013

1. Fonte: Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, 2013.

Em co-autoria com Priscila Lima Pereira e Débora Rodrigues, o texto é parte da palestra que será dada no Encuentro Latino de la Moda 2013 denominada El impacto de los bloggers en el comercio, un análisis comparado de la Argentina y Brasil, resultado da pesquisa do Think Tank Economics of Fashion.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/a-influencia-dos-fashion-bloggers-no-e-commerce>

