

EXPRESSÕES COMUNICACIONAIS NA CONSTRUÇÃO DE SENTIDO: EXPERIÊNCIA DE LUXO EM MARCAS DE MODA

Melanie Oliveira Telles (aluna bolsista), Aluna do 4º período do curso de Publicidade e Propaganda da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2023-2024). Samira Siqueira Luz (aluna voluntária), Aluna do 4º período do curso de Publicidade e Propaganda da FAE Centro Universitário. Voluntária do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2023-2024). Sara Quitério Xavier (aluna voluntária), Aluna do 8º período do curso de Publicidade e Propaganda da FAE Centro Universitário. Voluntária do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2023-2024). Caroline Cavalcanti de Oliveira (Professora orientadora), Orientadora de Pesquisa. Doutora em Comunicação e Linguagens. Professora da FAE Centro Universitário.

Contatos: melanie.telles@mail.fae.edu
samira.luz@mail.fae.edu
sara.xavier@mail.fae.edu
caroline.deoliveira@fae.edu

RESUMO

A pesquisa investiga expressões comunicacionais do sentido de luxo em marcas de moda, com a análise de critérios associados à experiência. O planejamento de satisfação com marcas vem se combinando às práticas de comunicação e marketing para gerar engajamento, favorecer conexões emocionais e criar memórias positivas na interação com o consumidor, tornando a experiência um argumento onipresente com a promessa de interações sensoriais. Para analisar de que modo marcas de moda de luxo se situam em relação a tais tendências comunicacionais, foram selecionadas lojas físicas das marcas Louis Vuitton, Prada e Dolce & Gabbana em um shopping center para levantar evidências que, em perspectiva discursiva publicitária, apontam para significados da experiência de luxo. Como resultados, enquanto práticas de mercado atuam para vivências sensoriais a partir da convocação de estesias, foi possível entender que a noção de experiência de luxo vem sendo adotada e expressa de modos específicos por marcas que efetivamente pertencem ao segmento.

Palavras-chave: Experiência. Luxo. Tendências. Moda. Marketing Sensorial.