



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

Roberta Rafele Tavares de Almeida

Estetização do Cotidiano: a publicização do privado nas redes sociais

Recife
2020

Roberta Rafaela Tavares de Almeida

Estetização do Cotidiano: a publicização do privado nas redes sociais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos

Orientadora: Profa. Dra. Simone Grace de Barros

Coorientadora: Prof.^a Dra. Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa

Recife

2020

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira – CRB-4/2223

A447e Almeida, Roberta Rafaela Tavares de
Estetização do Cotidiano: a publicização do privado nas redes sociais /
Roberta Rafaela Tavares de Almeida. – Recife, 2020.
159p.: il.

Orientadora: Simone Grace de Barros.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro
de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2020.

Inclui referências e apêndices.

1. Estetização. 2. Cotidiano. 3. Redes Sociais. 4. Design. I. Barros,
Simone Grace de (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2021-65)

Roberta Rafaela Tavares de Almeida

Estetização do Cotidiano: a publicização do privado nas redes sociais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Design.

Aprovada em: 30/01/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Simone Grace de Barros (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Paulo Carneiro da Cunha Filho (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Dra. Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Ao autor da minha existência, de tudo o que sou e tudo o que serei.

AGRADECIMENTOS

Ao que move todas as coisas dentro de mim e quando me vi perdida nesse processo, nos dias mais difíceis, ouvi bem claro dentro de mim: Eu Sou o teu orientador! E desde aquele dia tudo se destravou! Agradeço a Deus, porque a orientação e força por dentro me fez chegar até aqui.

Aos meus pais, que dão sentido a tudo isso, me dando base, alicerce para eu caminhar e chegar até aqui. São como pedaços de Deus comigo.

Aos tios e primas que estiveram tão perto nesse processo por eu morar em outra cidade, me dando casa, aconchego, e todo o suporte que precisava. Vocês são incríveis.

Aos meus amigos mais chegados que irmãos, que me deram colo nos momentos difíceis, compreensão, cuidado e motivação sempre que achava que não ia mais conseguir. Vocês foram meu trampolim para chegar até aqui.

Agradecimento a minha orientadora Simone Grace de Barros, que com perseverança não desistiu em acreditar na pesquisa e em mim, pela parceria nesse tempo encontrando o melhor caminho para seguirmos.

Agradeço também a minha coorientadora Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa, que tão carinhosamente me orientou com uma admirável paciência e disponibilidade no início de todo esse processo onde eu estava mais perdida. Ela foi como uma luz para clarear o caminho. Muito obrigada.

Grata a querida professora Ana Paula de Miranda que já no final do processo foi um anjinho para me impulsionar a destravar para o final da pesquisa e acreditar nela. Daquele dia em diante a pesquisa e meu posicionamento com relação a ela tomou outro rumo, bem melhor.

Agradeço também a cada secretário e funcionário da UFPE que atenciosamente se mostrou disponível sempre que solicitados e também a CAPES, que foi suporte para que esta presente pesquisa acontecesse.

Por fim, grata a toda banca examinadora que esteve presente pessoalmente e virtualmente, contribuindo substancialmente, tanto na banca de qualificação quanto de defesa final, norteando o caminho para o avanço da pesquisa. Gratidão a cada um que contribuiu direta e indiretamente nesse longo caminho, aos que de última hora me salvaram com pequenas/grandes coisas, cada um sabe a tamanha importância que

teve, não apenas nessa pesquisa, mas em mim para que essa pesquisa fosse concluída. Um mar de gratidão.

RESUMO

Este estudo apresenta os direcionamentos e posições acerca da pesquisa que tem como título: “Estetização Do Cotidiano: A Publicização Do Privado Nas Redes Sociais”. A rede social estudada foi o Instagram, onde foi selecionado nove perfis que caracterizam uma estetização do cotidiano de seus apartamentos. A intenção central da pesquisa é compreender como as pessoas, sem saber ou sabendo, estão inseridas em um mundo estetizado, onde publicam os ambientes privados e mostrar como elas utilizam os elementos básicos de linguagem visual e design nessas publicações, se tornando produtoras do próprio conteúdo. O perfil selecionado como modelo foi o Apartamento 33, administrado por Débora Alcântara da cidade de Curitiba-PR, sendo o primeiro Instagram no Brasil a compartilhar o cotidiano da reforma, decoração e dia a dia do apartamento. Os outros perfis analisados são de conteúdo semelhante ao Apartamento 33, porém do Estado de Pernambuco, visando a contextualização na nossa região. A pesquisa bibliográfica buscou autores para fundamentar teoricamente cada tema importante para a pesquisa e sobre esse fundamento, analisamos os perfis selecionados a partir de uma metodologia qualitativa através de um questionário e de um protocolo de análise desenvolvido com base nos estudos de Dondis (1997) sobre Linguagem Visual, onde elementos básicos como cor, textura, formas e tom das imagens publicadas por esses perfis, foram analisadas para compreender a estetização do cotidiano destes no Instagram. Como resultado, foi confirmado que os perfis têm a intenção consciente de estetizar seu cotidiano, e que fazem uso de elementos básicos de linguagem visual e design em suas publicações, sendo eles mesmos os produtores de seus conteúdos. No protocolo de análise foi destacado as expressões mais importantes e que se repetiram na análise de cada perfil, revelando características como neutralidade e naturalidade, por exemplo, sendo elementos marcantes para identificar esse tipo de estetização do cotidiano, onde esses perfis desejam se utilizar de elementos de linguagem visual com certo toque artístico, porém sem deixar a naturalidade provocando bem-estar e conforto visual como se o dia a dia fosse mesmo daquela forma.

Palavras chave: Estetização. Cotidiano. Redes Sociais. Design.

ABSTRACT

This study presents the directions and positions about the research that has the title: “Aestheticization of the Daily Life: The Publication of the Private in Social Networks”. The social network studied was Instagram, where nine profiles were selected that characterize a daily aestheticization of their apartments. The central intention of the research is to understand how people, unknowingly or knowingly, are inserted in a aestheticized world, where they publicize private environments and show how they use the basic elements of visual language and design in these publications, becoming producers of their own content. The profile selected as a model was Apartment 33, managed by Débora Alcântara from Curitiba-PR, being the first Instagram in Brazil to share the daily renovation, decoration and daily life of the apartment. The other profiles analyzed are of similar content to Apartment 33, but from the State of Pernambuco, aiming at contextualization in our region. The bibliographic research sought authors to theoretically substantiate each important theme for the research and on this basis, we analyzed the profiles selected from a qualitative methodology through a questionnaire and an analysis protocol developed based on the studies by Dondis (1997) on Visual Language, where basic elements such as color, texture, shape and tone of the images published by these profiles, were analyzed to understand their daily aestheticization on Instagram. As a result, it was confirmed that the profiles are consciously intended to aestheticize their daily lives, and that they make use of basic elements of visual language and design in their publications, being themselves the producers of their contents. In the analysis protocol, the most important expressions that were repeated in the analysis of each profile were highlighted, revealing characteristics such as neutrality and naturalness, for example, being striking elements to identify this type of everyday aestheticization, where these profiles wish to use elements of visual language with a certain artistic touch but without leaving the naturalness provoking well-being and visual comfort as if everyday life were just that way.

Keywords: Aestheticization. Daily Life. Social Networks. Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Débora Alcântara e Fernando Vieira	21
Figura 2 - Blog das irmãs Alcântara: Tudo Orna	22
Figura 3 - Sala Apartamento 33 no site Casa e Jardim	24
Figura 4 - Sala Apartamento 33 no Blog Eliane	24
Figura 5 - Apartamento 33 para a revista Glamour	25
Figura 6 - Ensaio romântico no quarto do Apartamento 33	26
Figura 7- Ensaio romântico na varanda do Apartamento 33	26
Figura 8 - Ensaio romântico na cozinha do Apartamento 33	27
Figura 9 - Instagram@nossoape007	29
Figura 10 - Instagram@404apartamento	29
Figura 11 - Instagram @anfitriando	30
Figura 12 - Instagram @apart.304	30
Figura 13 - Instagram @cantinho_da_gi	31
Figura 14 - Instagram @casadosramos	31
Figura 15 - Instagram @coresemaisamores	32
Figura 16 - Instagram @socializando.ideias	32
Figura 17 - De Regresso do Mercado- Jean-Baptiste Siméon Chardin- óleo sobre tela- 46x37cm – 1738 (Stiftung Preussische Schlosser und Garden Germany).....	44
Figura 18 - Copper Pan with Pestle & Mortar - Jean-Baptiste Siméon Chardin – óleo sobre tela.....	44
Figura 19 - Marcel Broodthaers, Musée d'Art Moderne, Département de Algles, Section XIXe Siéce (Seção Século XIX), detalhe, 27 de setembro de 1968 a 27 de setembro de 1969, Casa de broodthaers, Bruxelas.....	46
Figura 20 - Capa do livro O diário de Frida Kahlo	47
Figura 21 - “Pés para que os quero; Se tenho asas pra voar.”	48
Figura 22 - Carta de Frida em agradecimento aos médicos	48
Figura 23 - Fotografia do diário original de Anne Frank	49
Figura 24 - Fachada da empresa do pai de Anne Frank aonde se esconderam dos nazistas	50
Figura 25 - Cena do filme “Violação de Privacidade”	52

Figura 26 -	<i>Print Screen</i> atual da plataforma do blog Blue Bus	53
Figura 27 -	Representação das definições formais	55
Figura 28 -	Adaptação à quadro de áreas de atuação fundamentais capitalismo artista.....	60
Figura 29 -	<i>Print Screen</i> dos stories do perfil do <i>Instagram</i> <i>@deboralacantara</i>	61
Figura 30 -	<i>Print Screen</i> da plataforma do antigo <i>fotolog</i> da digital influencer Marimoon	63
Figura 31 -	<i>New Portraits</i> (Novos Retratos), 2014. Imagem do acervo da Galeria <i>Gagosian</i> , NY	65
Figura 32 -	Primeira foto do perfil Apartamento 33, com as chaves do apartamento	68
Figura 33 -	Primeira foto do perfil Apartamento 33, com as chaves do apartamento	68
Figura 34 -	Primeira foto do perfil Apartamento 33, com as chaves do apartamento	69
Figura 35 -	<i>Print Screen</i> do resumo de resposta 1 gerada pelo <i>Google Forms</i>	77
Figura 36 -	<i>Print Screen</i> do resumo de resposta 2 gerada pelo <i>Google Forms</i>	77
Figura 37 -	<i>Print Screen</i> do resumo de resposta 2 gerada pelo <i>Google Forms</i>	79
Figura 38 -	<i>Print Screen</i> de destaque para respostas da pergunta 5	80
Figura 39 -	<i>Print Screen</i> do resumo de resposta 6 gerada pelo <i>Google</i> <i>Forms</i>	81
Figura 40 -	<i>Print Screen</i> do resumo de resposta 11 gerada pelo <i>Google</i> <i>Forms</i>	85
Figura 41 -	<i>Print Screen</i> do resumo de resposta 12 gerada pelo <i>Google</i> <i>Forms</i>	86

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Protocolo de sintaxe de linguagem visual	74
Quadro 2 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @apartamento33 da imagem 1	87
Quadro 3 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @nossoape007 da imagem 1	88
Quadro 4 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @404apartamento da imagem 1	89
Quadro 5 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @anfitriando da imagem 1	90
Quadro 6 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @cantinho_da_gi da imagem 1	91
Quadro 7 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @apart.304 da imagem 1	92
Quadro 8 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @casadosramos da imagem 1	93
Quadro 9 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do Perfil @coresemaisamores da imagem 1	94
Quadro 10 -	Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @socializando.ideias da imagem.....	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Gráfico da resposta 3 gerado pelo <i>Google Forms</i>	78
Gráfico 2 -	Gráfico da resposta 5 gerado pelo <i>Google Forms</i>	80
Gráfico 3 -	Gráfico da resposta 7 gerado pelo <i>Google Forms</i>	82
Gráfico 4 -	Gráfico da resposta 8 gerado pelo <i>Google Forms</i>	83
Gráfico 5 -	Gráfico da resposta 9 gerado pelo <i>Google Forms</i>	84
Gráfico 6 -	Gráfico da resposta 10 gerado pelo <i>Google Forms</i>	84

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	PROBLEMATIZAÇÃO	20
1.2	OBJETIVOS GERAIS	20
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
1.4	CONTEXTUALIZAÇÃO DO CORPUS DA PESQUISA	21
1.4.1	Perfil do Apartamento 33	21
1.4.2	Perfis de Apartamento em Pernambuco	28
1.5	PERCURSO METODOLÓGICO	33
1.6	ESTRUTURA DO DOCUMENTO	33
2	SOCIEDADE EM REDE E ORGANIZAÇÕES SOCIAIS	35
2.1	AS EXPERIÊNCIAS SOCIAIS ORGANIZATIVAS	35
2.2	A RELAÇÃO ENTRE TECNOLOGIA, SOCIEDADE E CULTURA NA SOCIEDADE EM REDE	36
3	ESFERAS PÚBLICO E PRIVADA	41
3.1	A IMPORTÂNCIA DAS ESFERAS PÚBLICA E PRIVADA	41
3.2	A EXIBIÇÃO DO PRIVADO AO LONGO DA HISTÓRIA	43
3.2.1	A Exibição do Privado nas Artes Visuais	43
3.2.2	A Exibição do Privado na Literatura	46
3.3	ESFERA PÚBLICA E PRIVADA NAS REDES SOCIAIS	50
4	DESIGN E ESTÉTICA NA ESPETACULARIZAÇÃO DO EU	54
4.1	ESTÉTICA E DESIGN: UMA RELAÇÃO DE PROXIMIDADE	54
4.2	O ESPETÁCULO DO EU NA ERA DIGITAL	61
4.3	INSTAGRAM: UMA FERRAMENRA ESSENCIAL PARA A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES EM TEMPO-ESPAÇO FLUIDOS	63
4.4	INFLUENCIADORES DIGITAIS	65
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	71
5.1	QUESTIONÁRIO	71
5.2	PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGEM DA LINGUAGEM VISUAL	73
6	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	76
6.1	DISCUSSÃO DO QUESTIONÁRIO	76
6.1.1	Resumo das respostas	76

6.2	DISCUSSÃO DO PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGEM DE LINGUAGEM VISUAL	86
6.2.1	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @apartamento33	87
6.2.2	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @nossoape007	88
6.2.3	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @404apartamento	89
6.2.4	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @anfitriando	90
6.2.5	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @cantinho_da_gi	91
6.2.6	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @apar.304	92
6.2.7	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @casadosramos	93
6.2.8	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @coresemaisamores	94
6.2.9	Discussão do Protocolo de Análise de imagem de Linguem Visual do perfil @socializando.ideias	95
7	CONCLUSÕES	96
7.1	SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	98
8	REFERÊNCIAS	100
	APÊNDICE A - RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS	104
	APÊNDICE B - PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS DE LINGUAGEM VISUAL	115

1 INTRODUÇÃO

Em meados do século XVIII e fim do século XIX, entre crescimentos substanciais de indústrias, fábricas e ofertas de bens, surge a Revolução Industrial, iniciando-se a sociedade de consumo. Através do aumento de consumo, gerou-se um aumento de produção e conseqüente queda dos valores dos produtos, provocando aumento de vendas, e isso gerou uma oportunidade de classes mais baixas a terem acesso a produtos e serviços que não tinham antes. (CARDOSO, 2013)

Nesse aumento de produção, suspeitou-se um declínio de qualidade e beleza nos produtos. Sendo isso verdade ou não, esse foi um ótimo motivo para que governos, artistas, arquitetos e demais profissionais da área entrassem em ação para melhorar a aparência dos produtos a partir de uma função estética mais valorizada. Só entre 1850 e 1930 que alguns profissionais já começaram a ser apelidados de designers e fazer parte desse processo de estetização dos artefatos (*Ibidem*).

Nesse processo, artefatos de uso geral bem como de uso cotidiano como eletrodomésticos, por exemplo, sofreram alterações em sua aparência, fazendo com que, não apenas os produtos adquirissem o apelo estético, mas o próprio cotidiano, tornando-se uma vivência cada vez mais estetizada, onde tudo é aparência. (*Ibidem*).

Segundo Castells (1999) passamos de um modelo de sociedade da aparência para uma sociedade em rede, em que a vivência humana se tornou interligada por meio de tecnologias. Esse tipo de sociedade tem por lastro o conhecimento e a informação. A partir de uma vasta análise desse contexto social que vêm se delineando desde as décadas finais do século XX, o autor aponta como campos fundamentais da experiência humana, tais como os processos econômicos, políticos e culturais, foram integrados na produção de uma nova estrutura social bastante complexa. Para o autor, tais mudanças são profundas e devem-se ao estabelecimento de um paradigma tecnológico e aos seus sistemas integrados em rede, cuja racionalidade foi capaz de reorganizar as sociedades em suas instituições sociais e políticas mais basilares, modificando as experiências de divisão de classes, de estruturação de produção, de relações familiares, entre outras. Os meios tecnológicos vêm transformando os modos de como acontecem os vários processos determinantes da existência individual e coletiva da humanidade.

Hoje é bastante comum que esses meios tecnológicos façam parte do nosso cotidiano, e dentro dessa tecnologia surgiram ferramentas de comunicação que foram e continuam sendo agentes dessa transformação dos modos de vida da sociedade atual. Inseridos nesses meios tecnológicos, as ferramentas das redes sociais digitais, por exemplo, se instalaram no nosso cotidiano e entorno social, transformando e tornando publicável e compartilhável as ações do nosso dia a dia.

Dessa forma, foi se tornando cada vez mais comum a publicação de imagens da nossa própria vida, como viagens e passeios, por exemplo. O que antes era registrado em fotografias com quantidades limitadas e levando tempo para serem reveladas, hoje podemos registrar quantas imagens forem necessárias e publicá-las na mesma hora, se possível, nas plataformas digitais apropriadas para o compartilhamento.

Contudo, além de viagens, passeios e nosso entorno social, o nosso cotidiano mais comum também se tornou publicado e compartilhado nas mesmas plataformas digitais. Nossas refeições, por exemplo, são perfeitamente arrumadas no prato, até com melhor combinação de cores, formas, texturas dos próprios alimentos, para serem expostas nas redes sociais.

Nosso estilo de vida diário e o que fazemos durante o dia, tornam-se boas publicações com recortes pensados, ângulos previamente programados e filtros no *Instagram*. Há pelo menos 10 anos, o momento de refeição ou momento cotidiano era apenas nosso e de quem estivesse ao nosso redor, não importando se a cor do prato, arrumação da comida ou os metais dos talheres estavam esteticamente agradáveis, pois aquele momento íntimo e privado era apenas para nós mesmos. A partir do momento que se tornou publicável, nossa relação com o nosso cotidiano e os limites entre o que é privado e o que tem se tornado público, tem se transformado.

Tudo isso aconteceu e continua acontecendo porque a sociedade está conectada em rede, e as tecnologias possibilitam esse novo estilo de vida. Segundo Castells (1999), o final do milênio trouxe consigo uma das maiores transformações que afetaram veementemente a sociedade. Essa transformação resultou em uma revolução na comunicação incluindo tecnologias digitais, a qual começou a moldar o percurso social, atingindo conjuntamente a economia e a cultura.

Para Lévy (1999), o autor afirma que as tecnologias são apenas consequências da sociedade, ou seja, as tecnologias são um produto da sociedade e de uma cultura.

Com os novos valores sociais sendo transformados ao longo dos anos, a tecnologia foi apenas um fruto dessas transformações que, inicialmente, estavam acontecendo de alguma forma até chegarmos ao produto em que estamos inseridos, contudo, ainda em constante transformação.

Como já mencionado anteriormente, esses novos comportamentos possibilitados pelas tecnologias em rede e principalmente pelas ferramentas de plataformas digitais a partir de compartilhamentos de imagens do nosso cotidiano, têm transformado conjuntamente os limites entre o que é privado e o que é público do nosso dia a dia, e essas experiências desses limites de espaço e tempo são tratadas por Castells (op.Cit.). Para o autor o espaço predominante quando se pensa em uma sociedade em rede é constituído de fluxos. Tal noção vem transformando o modo como significamos os espaços da casa e do trabalho, uma vez que se tornou comum os indivíduos trabalharem em casa, ligados em tempo real com os demais membros de uma empresa, independentemente de onde estejam localizados. Ainda em relação ao tempo, o autor ressalta que a economia financeira do planeta se encontra interligada e sofre interferências em tempo imediato. Essa é uma forma social globalizada e interligada por tecnologia, pela qual novos conceitos de espaço e tempo organizam os espaços sociais, embaçando os limites do que até então se considerou como sendo público ou privado. (*Ibidem*).

Contudo, nem sempre foi assim, pois a esfera pública e a esfera privada já tiveram delimitações bem rígidas. Arendt (2007) trata tais experiências sociais organizativas como sendo essencialmente políticas. Segundo a autora, na Grécia Antiga, origem da esfera pública e privada, havia uma separação muito definida entre a vida pública na *polis*, e a vida privada. Pois a vida privada era tudo o que se referia à vida íntima do homem, sua família e as relações de parentesco. Nessa esfera, o homem era o chefe da casa, onde este exercia um poder despótico de autoridade sobre as decisões da família, como esposa, filhos e escravos. Esta era a vida privada na Antiga Grécia.

Já a esfera pública ou o termo público está associado com o termo “vir a público” ou “tornar algo público” onde possa ser visto e ouvido por todos os iguais. Estes iguais são chamados de cidadãos, que eram os homens livres, mulheres e crianças não faziam parte da vida pública. Estes homens livres, como eram conhecidos, exerciam

sua vida pública na *polis*, que era a cidade para os gregos. Debater questões da economia e decisões acerca da própria cidade era discutido entre os cidadãos na cidade. Esta era a vida pública (SANTOS, 2007).

No entanto, desde a era Moderna, esse conceito ou separação entre esfera pública e esfera privada foi se diluindo cada vez mais, e novas formas de se organizar em sociedade foram surgindo com o aparecimento de uma nova esfera: a social. Nos dias atuais, a relação ou a divisão entre a esfera pública e a esfera privada está ainda mais diluída, e essa diferença começa a evidenciar ainda mais a partir das mídias digitais, onde o que era privado, tem se tornado público. (KOEHLER, CARVALHO, 2013). Segundo Castells (1999), se vivemos uma nova forma social fundada em um paradigma tecnológico da informação, e novas formas estabelecem as práticas sociais, bem como novos modos de perceber e usufruir das esferas de espaço e tempo como experiências sociais, o cenário deverá redefinir o design e suas práticas, em termos de forma, função, processo e valor. Löbach (2001) corrobora com esse pensamento quando afirma que o processo de design deve considerar as necessidades na forma de um produto, nos deixando compreender que o design deve acompanhar constantemente as mudanças e os valores sociais, para então contemplar as necessidades dessa sociedade.

Por outro lado, podemos entender que qualquer mudança de pensamento ou racionalidade ocorridas na estruturação de uma sociedade envolvem novos conhecimentos e valores, e nesse sentido, escolhemos como limite para essa investigação uma ferramenta dentre os tipos de mídias digitais. Escolhemos o aplicativo do *Instagram* como principal instrumento para análise dessas publicações do cotidiano para esta pesquisa, por sua forma em priorizar as imagens. O *Instagram* foi criado em 2010 sendo um aplicativo no dispositivo móvel para compartilhamento de imagens. Mesmo criado há anos, ele continua em constante expansão, sendo um dos aplicativos de compartilhamento de imagens mais baixados no mundo.

Partindo assim desse limite, o uso do *Instagram*, e considerando o contexto vigente de exposição do que é privado nesse meio, tornando-o cada vez mais público mediante as redes sociais digitais, definimos por estudar a estetização do cotidiano que ocorrem nos perfis de Instagram que publicam o dia a dia, tendo por início o estudo principal do perfil chamado Apartamento 33. Nesse perfil, o casal decidiu compartilhar toda a reforma do apartamento e posteriormente a decoração de

interiores dele e o dia a dia nesse apartamento. A escolha de começar por esse perfil se deu por ter sido o primeiro *Instagram* no Brasil a compartilhar, de fato, a reforma do apartamento nas redes sociais, também por se tratar de uma estetização do cotidiano mais comum, expondo a intimidade da vida privada de forma esteticamente trabalhada, utilizando elementos de design, atraindo milhares de seguidores.

O perfil do Apartamento 33 virou referência dentre os perfis de *Instagram* de decoração e inspiração de decoração de interiores e, a partir do surgimento deste, muitos outros foram criados e continuam sendo criados dentro do mesmo conceito e inspiração. A maioria segue o mesmo estilo industrial e escandinavo do Apartamento 33, tendo praticamente os mesmos tipos de revestimentos e o mesmo conceito lançado pela criadora do perfil, Débora Alcântara, como também as mesmas práticas de compartilhar o cotidiano íntimo de seus próprios lares.

Nesse contexto, percebe-se que novos valores sociais estão sendo constantemente construídos e a exposição da nossa própria casa, que já foi muito bem demarcado como algo íntimo da vida privada, hoje é recorrentemente compartilhado na esfera pública. Concordamos com Castells (1999) que o Design enquanto pensamento e processo, precisa manter-se atualizado diante do novo cenário contemporâneo. Afinal, tais mudanças podem ser vistas como oportunidades para apresentar novas soluções de informação e processos que antecipem e satisfaçam as necessidades dos usuários, num contexto em que especialistas e não-especialistas (FALCÃO, COUTINHO, 2015) produzem e consomem informações e conteúdo. Estes são chamados prosumidores, assim constituindo sua própria existência individual em um meio social interconectado (op.Cit.) e ainda que necessitam ter cada vez mais profissionalização para sua disseminação, atendendo à lógica desse meio. Assim, podemos entender que o conhecimento empírico promove novas formas de pensar a ciência, e que, a partir disso, é capaz de gerar novos processos e/ou desvelar instâncias de atuação para que se apliquem soluções em design de acordo com as mais íntimas necessidades do usuário. Um cenário reconfigurado que tem por valor a exposição cada vez maior da intimidade dos indivíduos.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Diante de todas as considerações acima mencionadas, a problemática dessa pesquisa se dá em entender e identificar como se dá o processo de publicação do cotidiano pelas redes sociais e o uso dos elementos de linguagem visual e design nessas publicações, tendo o perfil do Instagram do Apartamento 33 como o primeiro exemplo da problematização central desta pesquisa, seguindo a análise por outros perfis semelhantes do Estado de Pernambuco.

1.2 OBJETIVO GERAL

Esta dissertação tem como objetivo geral buscar compreender como as pessoas, sem saber ou sabendo, estão inseridas em um mundo estetizado, onde publicam os ambientes mais privados de uma residência e além disso, mostrar como elas utilizam os elementos básicos de linguagem visual e design nessas publicações do cotidiano, se tornando cada vez produtoras de seus próprios conteúdos digitais, mesmo sem ser especialistas nesta profissão. (FALCÃO, COUTINHO, 2015).

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar a relação entre a estetização do cotidiano e os elementos de linguagem visual e design nas publicações.

Analisar o uso dos elementos de linguagem visual e design nas publicações do cotidiano em rede social como discurso dos prosumidores.

Categorizar os elementos de linguagem visual e design nas publicações.

1.4 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CORPUS DA PESQUISA

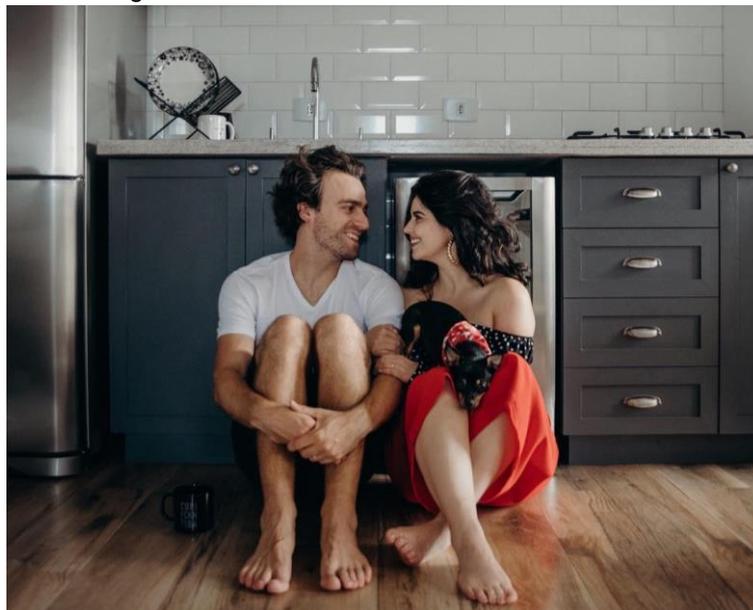
1.4.1 Perfil Apartamento 33

Como já mencionado, utilizamos primeiramente o perfil do Instagram do Apartamento 33 como exemplo por ser um perfil de referência sendo intitulado o primeiro perfil do Instagram do Brasil a compartilhar uma reforma de apartamento do zero. Aqui também abordaremos resumidamente os outros perfis de Apartamento do Estado de Pernambuco o qual fazem parte do corpus da pesquisa.

O perfil do Apartamento 33 também foi escolhido por observar que o cotidiano e o dia a dia mais comum são estetizados nas plataformas digitais com publicações com cores combinadas, formas, texturas e ângulos harmônicos. Abaixo abordaremos mais profundamente a respeito do perfil, para melhor entendimento sobre sua contextualização.

O Apartamento 33 é um perfil do Instagram que começou como um diário de reforma do apartamento, e após a reforma concluída, passou a ser um perfil de cotidiano, *lifestyle* e inspirações decoração de interiores dele. A idealizadora do perfil é a blogueira e comunicadora Débora Alcântara juntamente com seu esposo, o designer Fernando Vieira, ambos aparecem na Figura 1:

Figura 1 - Débora Alcântara e Fernando Vieira



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33>

Contudo, antes de se tornar a criadora deste perfil, Débora já fazia parte de um grupo/marca formado por ela e suas outras duas irmãs, fundadoras do blog de sucesso chamado “Tudo Orna”. Ele começou em 2010 e nele as irmãs Alcântara, Júlia, Débora e Bárbara abordam temas como moda, fotografia, beleza, decoração, trocando experiências sobre esses assuntos (Vide Fig. 2).

Figura 2 – Blog das Irmãs Alcântara: Tudo Orna



Fonte: <http://tudoorna.com/>

O blog “Tudo Orna”, posteriormente, expandiu a marca - “Orna”, desenvolvendo outros segmentos como o “*Orna Concept*” que é a marca de acessórios de moda, o “*Orna Makeup*” com produtos de beleza e cosmética e o “Orna Café”, localizado na cidade de Curitiba-PR, onde moram as Irmãs.

Além do sucesso com o blog, com as marcas e o café, as irmãs Alcântara também possuem um canal no *YouTube* com quase 100 mil inscritos e uma das contas mais acessadas no Pinterest Brasil, com 450.000 seguidores na plataforma. No ano de 2017, foram intituladas de “a nova cara da moda do Brasil”, segundo a Revista Elle, onde nesta mesma revista anunciaram a abertura do Orna Café, também localizado em Curitiba-PR, onde divulgaram a ideia de lançar um curso de empreendedorismo online. (TUDO ORNA, 2017).

Seguindo este caminho, o Apartamento 33 surgiu em 2014, após Débora Alcântara ficar noiva do designer Fernando Vieira e comprarem seu primeiro apartamento. Dessa forma, resolveram compartilhar o diário de reforma deste

apartamento nas redes sociais através do aplicativo do *Instagram*, com o objetivo de registrar o apoio de marcas parceiras e o projeto de reforma. (SOUZA, 2018).

Em entrevista ao portal casa.com.br, Débora Alcântara afirma:

A ideia surgiu naturalmente, porque como eu tinha o blog com as minhas irmãs, dividir as minhas experiências já faz parte da minha vida – e eu amo fazer isso! No começo, o blog falava muito sobre moda, mas quando a minha irmã casou e as pessoas mostraram um interesse pela decoração do casamento dela, pela casa dela, a gente percebeu que o nosso público tinha interesse não só no que a gente vestia, mas também aonde a gente ia, o que a gente comia, como decorava a nossa casa... E foi aí que eu tive a ideia de realmente dividir mais a fundo as minhas experiências assim que eu estava noiva e quando a gente comprou o nosso primeiro *apê*. (MINGO, 2017).

Além disso, Débora afirma que sempre acompanhava sites e perfis de decoração de apartamentos e, principalmente, com o estilo de decoração que mais a agrada, que é o estilo escandinavo. Porém, ela nunca havia encontrado aqui no Brasil um perfil que mostrasse a reforma do apartamento em si e todos os processos, até chegar na parte final culminando nas dicas de decoração. Dessa forma, o Apartamento 33 foi o primeiro perfil no Instagram, no Brasil, a partilhar o diário de reforma. (*Ibidem*).

Para eles, ter um perfil específico para mostrar o processo de reforma do apartamento foi além do que apenas suprir um *gap* de mercado, onde não se encontravam pessoas reais com fornecedores reais, mostrando a reforma do começo ao fim, mas eles tinham como objetivo criar uma rede de apoio onde compartilhavam as pequenas conquistas do lar, criando uma conexão com os seguidores, servindo de aprendizado dando e recebendo conselhos a partir dos comentários. (*Ibidem*).

Dessa forma, quando Débora lançou o perfil do Apartamento 33, ela já possuía muitos seguidores que, por se identificarem com o Tudo Orna e com seu estilo, passaram também a seguir o novo perfil do apartamento. A partir de 2014, o perfil inicia com grande sucesso, rendendo matérias sobre ele nas melhores revistas de decoração do país, como demonstrado nas Figuras 3, 4 e 5:

Figura 3 - Sala Apartamento 33 no site Casa e Jardim

APARTAMENTO PEQUENO TEM BOAS SOLUÇÕES E DECORAÇÃO ESCANDINAVA

Tons claros, madeira e muitas ideias para aproveitar todos os espaços. Assim é o Apartamento 33, onde vive a blogueira Débora Alcântara e o designer Fernando Vieira. Projeto do Studio Boscardin.Corsi

f Compartilhar p in G+ t Assine já!



Na área social, o destaque é a parede revestida com porcelanato Blanc, da Eliane Revestimentos. O piso Reserva, da mesma marca, traz conforto para o espaço. O sofá cinza retrátil é da Eduard Estofados (Foto: Eduardo Macarios/Divulgação)

Fonte: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Decoracao/noticia/2016/02/>

Figura 4 - Sala Apartamento 33 no Blog Eliane

BLOG ELIANE



14.12.2015

APARTAMENTO.33, O APÊ MAIS LINDO DA INTERNET



Já falamos do apartamento.33 por aqui diversas vezes, afinal, acompanhamos de pertinho toda a reforma da Débora e do Fernando, os moradores do apê mais lindo da internet! A novidade é que a casa dos recém-casados de Curitiba/PR acabou de ficar pronta e nós recebemos fotos lindas para compartilhar o resultado e inspirar a sua obra também.

Fonte: <https://www.eliane.com/blog/tag/apartamento-33/>

Além de hoje ser uma das grandes inspirações de decoração industrial e nórdica no Brasil, o perfil do Apartamento 33 tem um caso de *co branding* com a Eliane Revestimentos. A Débora Alcântara queria utilizar aquele azulejo antes existente nas antigas estações de metrô e encontrou esse tipo de revestimento na Eliane, mas ele estava para sair de linha. Débora, então, insistiu com a marca afirmando que o azulejo poderia se tornar um *hit*, e a empresa decidiu investir nessa ideia. O resultado disso foi que o azulejo, chamado pela Eliane Revestimentos de “*metro white*”, se transformou em uma “febre” no Brasil, tendo mais de 8 mil resultados para a *hashtag* #*metrowhite* no *Instagram*. (SOUZA, 2018).

Figura 5 - Apartamento 33 para a revista Glamour

Decoração: inspire-se no estilo escandinavo de apê hit no Instagram

Sucesso no Instagram, o apartamento de 60 m² tem detalhes em cimento e um ar industrial cool, mas nada frio, viu? Tudo é muito aconchegante; veja!

24/02/2016 - 08h13 - Atualizado 29/06/2016 20h34 por ALLINE DAUROIZ/REVISTA GLAMOUR

Compartilhar      Assine já!



Fonte: <https://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/Decoracao/noticia/2016/02/decoracao-inspire-se-no-estilo-escandinavo-de-ape-hit-no-instagram.html>

O perfil do Apartamento 33 tem mais de 170 mil seguidores e é considerado um *apê hit* no *Instagram*, como afirma a figura 5 acima, tendo em média 1 milhão de visualizações semanalmente, fazendo dele uma das contas mais populares no segmento de decoração de interiores dessa linha. No ano de 2017, Débora Alcântara foi convidada pela Expo Revestir para compartilhar as experiências do Apartamento 33, mesmo ela não sendo nem arquiteta nem designer, contudo, inegavelmente, uma das grandes influenciadoras e inspirações da área a partir do perfil. (*Ibidem*).

Além de serem um tipo de referência, a relação de intimidade e estetização dessa intimidade no Apartamento 33 levou o casal, Débora e Fernando, a fazerem um book romântico dentro do seu próprio apartamento, como demonstra a figura 6 abaixo:

Figura 6 - Ensaio romântico no quarto do Apartamento 33



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33>

Figura 7 - Ensaio romântico na varanda do Apartamento 33



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33>

Figura 8 - Ensaio romântico na cozinha do Apartamento 33



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33>

Nas figuras 6, 7 e 8 acima, podemos identificar o cotidiano transformando-se em espetáculo, em arte até, onde o cenário para o ensaio fotográfico do casal pôde ser o seu próprio apartamento em locais de intimidade como quarto e cozinha, numa combinação das mesmas cores neutras com poucos pontos de cor, sempre com luz natural abrangente ou meio tom, acolhendo a imagem.

Relações do privado se tornando cada vez mais público através de uma estetização do cotidiano íntimo, que está se tornando cada vez mais comum na sociedade contemporânea.

Ao mesmo tempo em que o casal publica sua intimidade, eles conquistam seguidores, estabelecendo uma identidade e fortalecendo um negócio, que passa a ganhar o apoio de produtores. A imbricada relação envolve as práticas e o pensamento em design, pois se dá pela qualidade de produção das imagens utilizando elementos de design para fazer uma composição harmônica e vendável.

Dessa forma, o perfil do Apartamento 33 revelou novas necessidades, onde o que não era exposto como utensílios de cozinha, por exemplo, não necessitavam de funções estéticas aprimoradas, pois sua função principal era apenas a funcional.

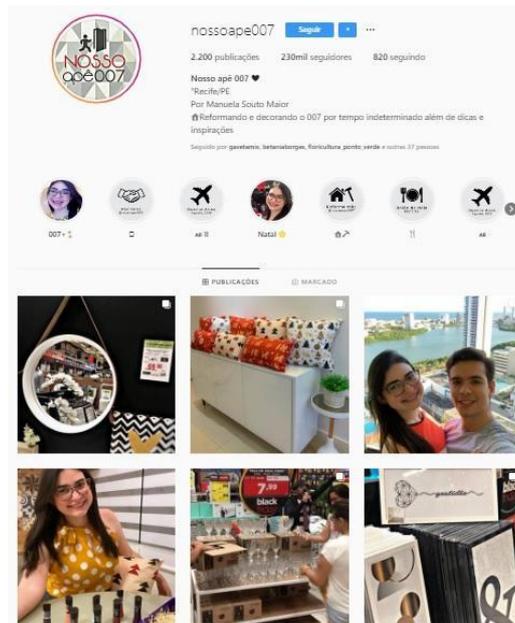
Assim sendo, o design de artefatos para ambientes interiores pode enxergar novas possibilidades de atuação ou expansão do que já está sendo desenvolvido, a partir de um desempenho mais amplo dentro desse novo nicho de mercado de artefatos domésticos, os quais antes tinham apenas função prática, e hoje, por estarem cada vez mais expostos, requerem funções estéticas e simbólicas tão evidentes quanto à funcionalidade do artefato.

Dessa forma, através da análise de publicações, imagens e vídeos nas postagens do Apartamento 33 assim como outros perfis semelhantes como estetização do cotidiano privado nas redes sociais, subsídios no campo do design podem ser gerados para atuar com ainda mais eficácia nos processos para esse novo cenário vigente, promovendo um novo pensamento da área de design que seja possível alimentar novas práticas de inovação da área.

1.4.2 Perfis de Apartamento em Pernambuco

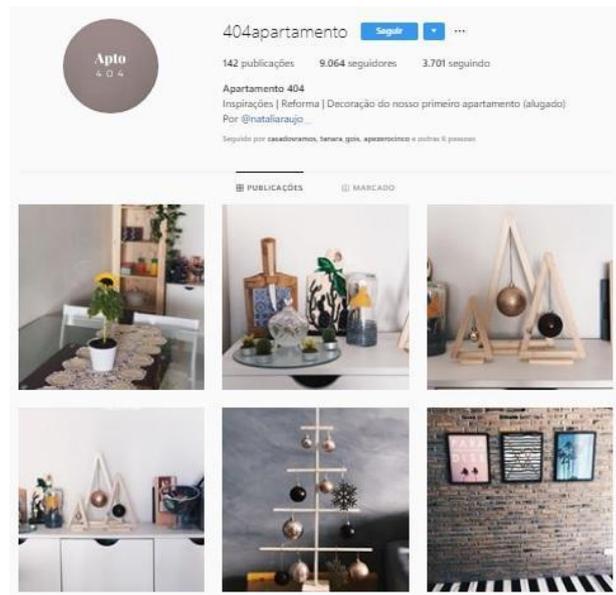
Dentre esses outros perfis que vieram após o Apartamento 33, selecionamos 8 perfis do Estado de Pernambuco para fazerem parte do corpus da pesquisa, atendendo também aos mesmos conceitos de estetização do cotidiano pelo Instagram, sendo estes: @nossoape007, @404apartamento, @anfitriando, @apart304, @cantinho_da_gi, @casadosramos, @coresemaisamores e @socializando.ideias os quais serão demonstrados abaixo:

Figura 9 - Instagram @nossoape007



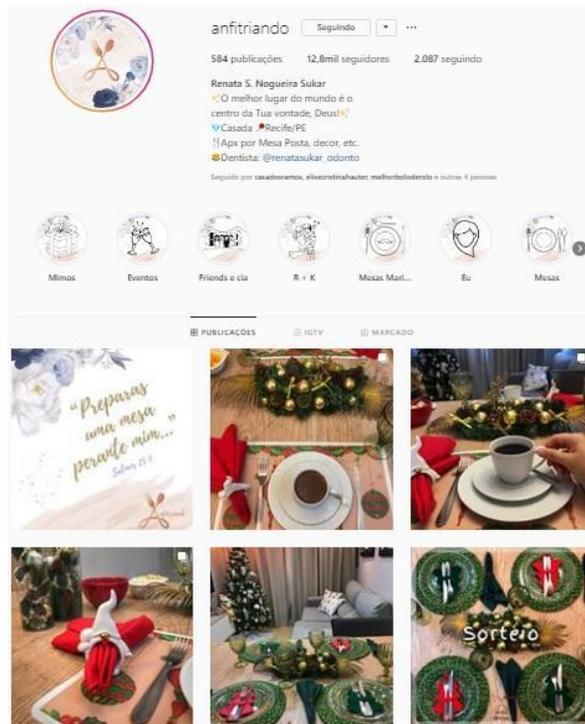
Fonte: <https://www.instagram.com/nossoape007/?hl=pt-br>

Figura 10 - Instagram @404apartamento



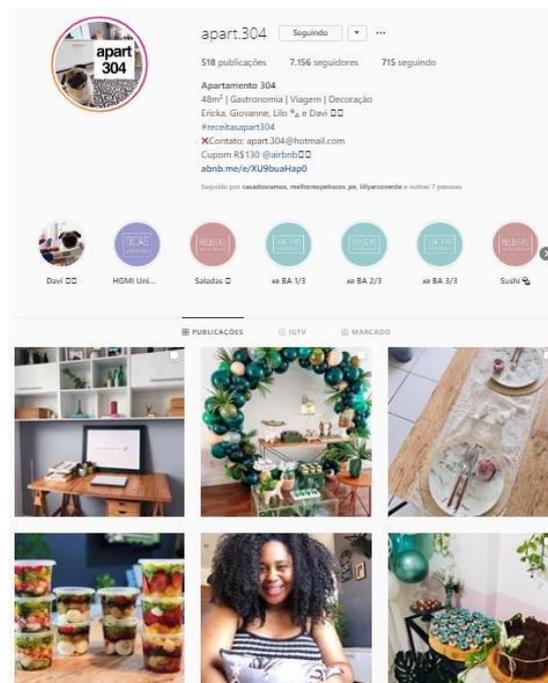
Fonte: <https://www.instagram.com/404apartamento/?hl=pt-br>

Figura 11 - Instagram @anfitriando



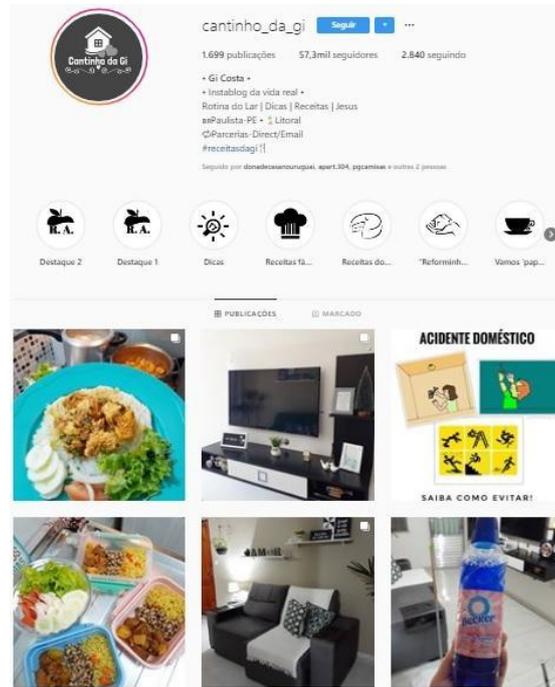
Fonte: <https://www.instagram.com/anfitriando/?hl=pt-br>

Figura 12 - Instagram @apart.304



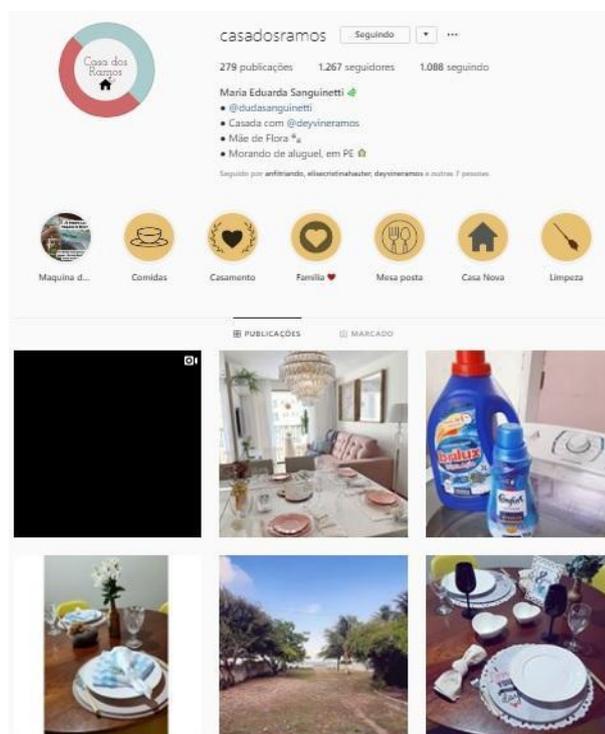
Fonte: <https://www.instagram.com/apart.304/?hl=pt-br>

Figura 13 - Instagram @cantinho_da_gi



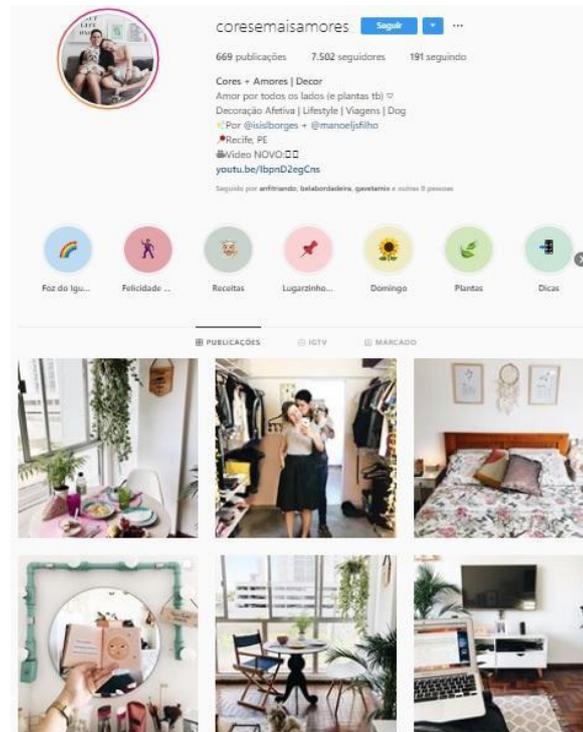
Fonte: https://www.instagram.com/cantinho_da_gi/?hl=pt-br

Figura 14 - Instagram @casadosramos



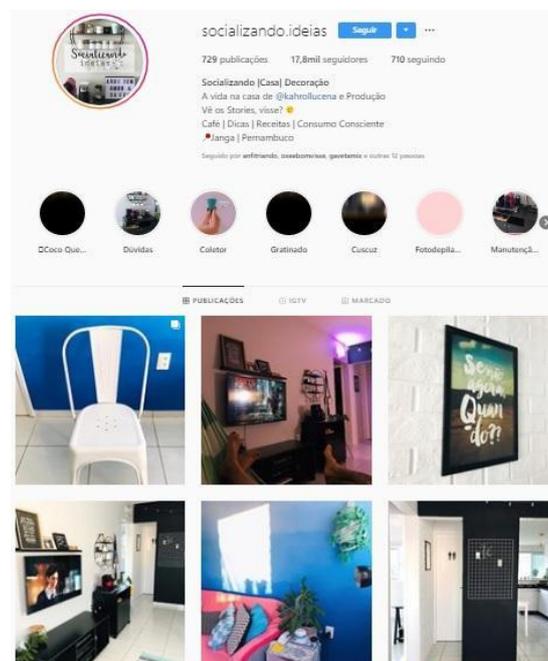
Fonte: <https://www.instagram.com/casadosramos/?hl=pt-br>

Figura 15 - Instagram @coresemaisamores



Fonte: <https://www.instagram.com/coresemaisamores/?hl=pt-br>

Figura 16 - Instagram @socializando.ideias



Fonte: <https://www.instagram.com/socializando.ideias/?hl=pt-br>

As imagens acima demonstram um pouco de cada perfil de apartamento escolhido, onde exemplifica a estetização do cotidiano mais íntimo no Instagram. Observa-se pelos nomes dos perfis e modo das imagens o quanto se assemelham com o perfil do Apartamento 33, utilizando paleta de cores, texturas, tons e filtros pensados para compor um *feed* e estetização harmônicos e vendáveis.

1.5 PERCURSO METODOLÓGICO

Na primeira parte, a pesquisa foi direcionada por uma busca bibliográfica delineando os conceitos sobre os principais temas da pesquisa que fundamentam e explicam questões de estetização do cotidiano privado pelas redes sociais

Outra etapa deste estudo foi utilizada a aplicação de um questionário aos perfis de apartamento de Pernambuco, para compreender questões das ações de prosumidores desses perfis, assim como a utilização de elementos básicos de linguagem visual nas publicações.

A terceira etapa deste percurso metodológico compreende as experiências sociais a partir da observação da publicação onde acontece a estetização pelas redes sociais, utilizando o protocolo desenvolvido para análise imagética com o método baseado na Linguagem Visual nos estudos de Dondis (1997), utilizando de registros de publicações do cotidiano nas redes sociais categorizados pelos elementos básicos de linguagem visual.

1.6 ESTRUTURA DO DOCUMENTO

A primeira parte desta pesquisa traz o referencial teórico assim como contextualização dos temas centrais, buscando de diversos autores a base para a fundamentação das teorias que sustentam a pesquisa, reflexões sobre a Estética e o Design na era digital, sobre questões gerais e específicas das esferas público e privado na Antiguidade e na Contemporaneidade, e a relação dessa estetização nos dias de hoje pelas redes sociais do Instagram, onde o cotidiano privado tem sido compartilhado, dentre outros tópicos que se relacionam com o tema proposto. A segunda parte desta dissertação foi direcionada aos Procedimentos Metodológicos, apresentando e discutindo o melhor caminho para se chegar aos objetivos propostos

nesta pesquisa, utilizando um protocolo desenvolvido a partir do método de linguagem visual (DONDIS, 1997) para observação e análise das publicações e estetização do cotidiano privado pelas redes sociais.

Após a apresentação e aplicação dos procedimentos metodológicos, foi apresentado e discutido a análise dos dados obtidos e seus principais resultados, vindo posteriormente as considerações finais e demonstração dos objetivos obtidos e demais conclusões.

2 SOCIEDADE EM REDE E ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

2.1 AS EXPERIÊNCIAS SOCIAIS ORGANIZATIVAS

A vida em sociedade se constitui ou se organiza por meio de uma divisão espacial e temporal e, podemos dizer que nos últimos 10.000 anos, esses limites foram considerados como uma contagem temporal de pequena escala, pela longa permanência das relações sociais organizativas, ou seja, a cada avanço do processo de organização em sociedade, remotamente se produziam espaços restritos em longos espaços de tempo (ELIAS, 1998).

Na sociedade pós-industrial, as relações de trabalho ocuparam a centralidade da organização social, delimitando o tempo de trabalho e o tempo de lazer, assim como o espaço reservado para trabalho e espaço apropriado para lazer, gerando transformações sociais, políticas e econômicas gradativas e cada vez mais fundantes da ordem social (AQUINO, MARTINS, 2007).

Contudo, principalmente com a globalização e o avanço das tecnologias, ocorreram evoluções significativas na organização do tempo-espaço dentro das experiências sociais, e essas delimitações e suas consequências revelam modificações profundas na vida em sociedade (VIEIRA, 2003).

Em um período não tão distante, para nos comunicarmos com alguém que estava longe, mandávamos telegramas ou cartas e esse processo custava um certo tempo até nosso comunicado chegar a outra pessoa. Com o advento da internet, não há distâncias que não possam ser ligadas imediatamente através da conexão em rede, a qualquer hora do dia, inclusive no trabalho, que hoje acontece dentro de suas próprias casas.

Dessa forma, vivemos em uma sociedade interligada em rede por meio de tecnologias, que tem por lastro o conhecimento e a informação. A partir de uma vasta análise desse contexto social que vem se delineando desde as décadas finais do século XX, Castells (1999) aponta como campos fundamentais da experiência humana, tais como os processos econômicos, políticos e culturais foram integrados na produção de uma nova estrutura social bastante complexa. Para o autor, tais mudanças são profundas e devem-se ao estabelecimento de um paradigma

tecnológico e aos seus sistemas integrados em rede, cuja racionalidade foi capaz de reorganizar as sociedades em suas instituições sociais e políticas mais basilares, modificando as experiências de divisão de classes, de estruturação de produção, de relações familiares, entre outras. Ainda, segundo o autor, os meios tecnológicos vêm transformando os modos de como acontecem os vários processos determinantes da existência individual e coletiva da humanidade.

2.2 A RELAÇÃO ENTRE TECNOLOGIA, SOCIEDADE E CULTURA NA SOCIEDADE EM REDE

A comunicação é uma condição essencial para a sobrevivência do homem em sociedade, pois sem a ação de se comunicar, não poderia existir qualquer forma de vida compartilhada entre os homens. Comunicar significa tornar algo em comum, se aproximar e relacionar-se, uma condição que nasceu com o próprio homem. Desde que a humanidade surgiu, junto com ela também acontece comunicação, independentemente do tipo ou característica desta. A comunicação, seja por gestos, fala ou escrita, tem assim uma relevante importância desde os primórdios da humanidade (FEIL, 2013).

Uma das derivações primárias da palavra comunicação é o termo em latim “*communication, communications*” e significa “a ação de comunicar, partilhar, de dividir”. Essencial para a vida em sociedade, a comunicação acontece pela provocação ou estímulos, visando obter respostas (CARNEIRO, 1974).

Deste modo, o final do milênio trouxe consigo uma das maiores transformações que afetaram veementemente a sociedade. Uma revolução na comunicação, e mais especificamente nas tecnologias da informação, a qual vem moldando todo o contexto da vida social. Na economia, a descentralização das empresas e a nova forma de relações entre o Estado, a economia e a sociedade, transformaram-se frente às relações em redes, responsáveis por ampliar cada vez mais o alcance da informação nos espaços sociais (CASTELLS, 1999).

Sobre as relações em rede, Cardoso (2013, p. 23) afirma que, “no mundo complexo em que vivemos, as melhores soluções costumam vir do trabalho em equipe

e redes. [...] e a maior rede de todas é a informação”. Assim, para Cardoso, o que chamamos de mundo globalizado, tornou-se um mundo altamente complexo pela criação de redes que funcionam interconectadas e ao mesmo tempo.

Para Castells (*op.Cit*), esse mundo globalizado e ligado em rede promoveu drásticas consequências, tais como o avanço das desigualdades econômico-sociais, não apenas nos grandes centros globais como nas micro concentrações organizativas humanas. O rápido crescimento da democratização das informações ocorreu desordenado e não planejado, resultando em diferenças que afetam até hoje a sociedade, não apenas economicamente, mas também culturalmente.

No interior dessa mudança cultural, as consequências do mundo globalizado também promoveram um novo sistema de comunicação, em que os meios de comunicação agora são digitais, portanto, falados universalmente, promovendo integração global social de palavras, sons e imagens, criando uma cultura universal. Sobre essa nova cultura, Levy (1999, p.9) parece menos pessimista que Castells quando afirma que: “[...] estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano”.

Contudo, seja o olhar do analista pessimista ou otimista, inseridas essas mudanças nos planos políticos, econômicos, cultural e humano, as novas transformações tecnológicas vem afetando de fato o meio social, resultando em várias redefinições acerca de como se entendem as relações de gêneros, sexualidades, personalidades, famílias e estruturas sociais, pois, segundo Castells (1999, p.40), essas novas formas de comunicação em sua dinamicidade estão: “[...] moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela”.

Ao mesmo tempo que molda, os meios de comunicação digital mudam totalmente a forma de interação social, tornando-a ágil e instantânea, desprezando um intermediário entre emissor e receptor, pois agora o usuário é também um produtor de informações e conteúdo para a construção de sua individualidade nesse meio (*Ibidem*). As novas formas de se comunicar geraram novas formas de comportamento, afetando não apenas a vida de quem as utiliza, mas todo o processo de comunicação global (CORRÊA, 2008; TERRA, 2009).

A rede global social interligada e dinâmica, conecta e desconecta pessoas individualmente ou em grupos, sejam essas de pequenas localidades e de países distantes, possibilitando a criação de identidades ou identificações em grupos sociais. Para construção de identidade, os indivíduos vinculados a grupos (presenciais ou virtuais), buscam significados não apenas com base no que fazem, mas pelo o que eles são ou acreditam que são (*op.Cit*).

Como é conhecida, a Internet surgiu a partir de um esquema da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos para impedir que o sistema de comunicação norte-americano fosse destruído pelos soviéticos. A consequência foi um sistema de rede que não podia ser controlada por um único centro, sendo composta por várias redes de computadores com inúmeras formas de conexão, combatendo assim as barreiras eletrônicas. Posteriormente essa rede foi apropriada por diversas empresas e indivíduos, transformando sua utilidade original para outras áreas, inclusive para o entretenimento. Hoje, a internet não é apenas um meio de comunicação social, mas também é uma grande ferramenta no sistema econômico global e local (CASTELLS, 1999).

Nesta ferramenta que é a internet, inserida neste novo modo de comunicação informacional, a produtividade encontra na tecnologia uma geração de conhecimentos, de comunicação de símbolos e de um novo processamento dessa informação. Conhecimento e informação, na verdade, são subsídios vitais para o desenvolvimento do processo produtivo em si. Se o industrialismo é baseado no crescimento da economia e na maximização de produção de serviços e artefatos, a informação se baseia no desenvolvimento tecnológico, resultando numa busca incessante de conhecimentos geradores de maiores complexidades do processo de informação (*Ibidem*).

O fato é que todas as sociedades foram e continuam sendo afetadas pela informação e pelo capitalismo, caracterizando-se não na centralidade de informação, mas pela sua aplicabilidade para gerar conhecimento e dispositivos de comunicação, resultando em inovação. E todo esse processo de informação e comunicação é, na verdade, uma extensão da própria vida e elaboração mental humana, onde o que refletimos e como se dá esse pensamento, é expresso em produção material e intelectual, ou seja, de bens, serviços, imagens, fazendo parte de uma nova cultura, em que:

Com certeza, os contextos culturais/institucionais e a ação social intencional interagem de forma decisiva com o novo sistema tecnológico, mas esse sistema tem sua própria lógica embutida, caracterizada pela capacidade de transformar todas as informações em um sistema comum de informação, processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido em uma rede de recuperação e distribuição potencialmente ubíqua (*Ibidem*, p. 69).

Santaella (2013) também trata da comunicação ubíqua, aquela que está em toda parte, o tipo de comunicação que acontece em rede que não tem limites de espaço físico, criando espaços fluidos dentro dessas redes. Souza e Silva (2006, p.179) aprofundam o entendimento:

[...] o conceito de ubiquidade sozinho não inclui mobilidade, mas os aparelhos móveis podem ser considerados ubíquos a partir do momento em que podem ser encontrados e usados em qualquer lugar. Tecnicamente, a ubiquidade pode ser definida como a habilidade de se comunicar a qualquer hora e em qualquer lugar via aparelhos eletrônicos espalhados pelo meio ambiente. idealmente, essa conectividade é mantida independente do movimento ou da localização da entidade. Essa independência da necessidade de localização deve estar disponível em áreas muito grandes para um único meio com fio, como, por exemplo, um cabo ethernet. Evidentemente, a tecnologia sem fio proporciona maior ubiquidade do que é possível com os meios com fio, especialmente quando se dá em movimento. Além do mais, muitos servidores sem fio espalhados pelo ambiente permitem que o usuário se mova livremente pelo espaço físico sempre conectado.

Sem dúvidas, podemos entender que a interatividade desses novos sistemas de comunicação e inovação tecnológica promoveram “ambientes” ideais para compartilhamento e trocas de informação, ideias e soluções, aproximando as soluções de produção e inovação, resultando também em efeitos positivos, pois, segundo registros históricos, afetaram inclusive a expectativa de vida das pessoas.

Esses “ambientes” em rede, chamados Internet, iniciando nos computadores empresariais, como já mencionados, tornaram-se acessíveis para uso doméstico, para o trabalho, para diversos fins, ocupando todos os espaços, tudo ao mesmo tempo (CARDOSO, 2013). Esses dispositivos em rede chegaram aos aparelhos celulares, tornando a informação imediata e global acessível à palma da mão. Tudo está conectado, é a nossa vida em rede.

São ambientes ou espaços multidimensionais e multifacetados que podem ampliar a concepção e prática do conhecimento dentro da tecnologia da informação. Essa multidimensionalidade liga-se à mobilidade em rede que nos dão acesso ao ciberespaço (SANTAELLA, 2013).

Dessa nova revolução informacional surgiu conjuntamente uma nova economia que é chama de global, informacional e de rede. Essa economia é global porque seus componentes e principais atividades produtivas estão organizados em escala global. Ela é informacional porque a produtividade dessas economias precisa da capacidade de aplicar e processar de forma eficaz as informações que foram geradas de conhecimento. E essa economia é em rede porque toda essa produtividade é gerada em redes. (CASTELLS, 1999).

Segundo o autor, a comunicação molda a cultura e, dessa forma, a nossa cultura local e global vem sendo caracterizada pela revolução informacional e tecnológica. Desde os primeiros novos meios de comunicação de massa como a televisão, passando pela chegada da internet e dos computadores domésticos, até chegar nos celulares, que são os meios de comunicação à palma de nossa mão, a nossa cultura passa por transformações diárias.

3 ESFERAS PÚBLICO E PRIVADA

3.1 A IMPORTÂNCIA DAS ESFERAS PÚBLICA E PRIVADA

Apesar dos conceitos de esfera pública e esfera privada possuírem diferentes significados, vamos nos embasar no entendimento político com que a autora Hannah Arendt (2007), referência no assunto, trata as esferas pública e privada, e como este tema se relaciona com a atualidade.

Na concepção grega, gênese da esfera pública e privada, existia uma diferença ou quase um abismo de separação entre a vida pública e a vida privada. Referia-se à esfera privada, tudo o que é próprio ao homem e às relações de parentesco, à casa e à família. Nessa esfera, o homem era o chefe autoritário da família, onde exercia um poder despótico sobre as decisões da casa, sobre seus escravos, filhos e sobre sua esposa, sendo banida toda e qualquer discussão racional e livre sobre qualquer assunto (*Ibidem*). Para a autora,

Assim, dentro da esfera da família, a liberdade não existia, pois, o chefe da família, seu dominante, só era considerado livre na medida em que tinha a faculdade de deixar o lar e ingressar na esfera política, onde todos eram iguais. É verdade que esta igualdade na esfera política muito pouco tem em comum com o nosso conceito de igualdade; significava viver entre pares e lidar somente com eles, e pressupunha a existência de desiguais; e estes, de fato, eram sempre a maioria da população na cidade-estado. (*Ibidem*, p. 41)

Sendo assim, o homem era considerado “desigual” perante a sua família, ou melhor, era considerado superior a mesma, pois filhos e esposa não participavam da vida na *polis* em que havia a liberdade de discurso. A esposa assumia o papel unicamente de procriação, de deveres do lar e da criação de filhos. A esfera privada era o reino da necessidade, a esfera pública era o reino da liberdade (*Ibidem*). Desse modo, a separação entre a vida pública e vida privada era marcante, pois a esfera privada tratava unicamente das funções vitais da existência e sobrevivência humanas, e estas não eram dignas da vida pública, pois a esfera privada existia apenas para sustentar a boa vida na polis.

Portanto, o termo público ou a esfera pública tem o seu significado na associação com o próprio mundo, onde o termo “público” se relaciona com o “vir a público” ou

“tornar algo público” onde possa ser ouvido e visto por todos os iguais. A esfera pública para a Antiga Grécia, era a esfera do comum (*koinon*), a vida que acontecia além da esfera privada, baseada no uso da persuasão e da palavra na política (SANTOS, 2012). Já a palavra política origina-se da palavra grega *politika* que tem a sua origem na palavra *polis*, cidade ou a sociedade para os gregos. Todos os homens eram chamados de cidadãos (*politikos*) e tinham direito a participarem da *polis*. Os cidadãos que faziam parte da *polis* eram apenas os homens livres, pois mulheres e crianças não participavam nem tinham direito a palavra nem a discussões na sociedade, estes participavam apenas da vida privada. Isso porque, as questões da vida privada não interessavam ou não cabiam à esfera pública e vice-versa, demarcando fortemente a separação de esferas, papéis a serem desempenhados, grupos, pessoas, atitudes e funções. Assim a essência de cada cidade era desenvolvida de acordo com o *ethos* dos cidadãos, em que as decisões acerca de leis e demais questões, eram influenciadas pela natureza particular dos cidadãos livres (ARENDRT, 2007).

Historicamente, se a antiguidade foi ordenada pelas esferas pública e privada conceituadas de formas dicotômicas, na modernidade esta relação enfraqueceu. Na modernidade, a família ou a esfera familiar entrou em ascensão, implicando numa aproximação da vida privada com a vida pública. Assim, tal separação teve suas concepções enfraquecidas, e novas formas de organização social foram surgindo, assim como novas formas de socialização, fazendo emergir uma terceira esfera, denominada de “esfera social”, que não era nem privada nem pública. O surgimento dessa nova esfera afina-se com o surgimento da era moderna, contribuindo e progredindo para uma nova formatação de vivências como afirma o texto abaixo:

A distinção entre uma esfera de vida privada e uma esfera de vida pública corresponde à existência das esferas da família e da política como entidades diferentes e separadas, pelo menos desde o surgimento da antiga cidade-estado; mas a ascendência da esfera social, que não era nem privada nem pública no sentido restrito do termo, é um fenômeno relativamente novo, cuja origem coincidiu com o surgimento da era moderna e que encontrou sua forma política no estado nacional (SANTOS, 2012).

Alguns autores ainda afirmam que, ao invés dos conceitos entre esfera pública e esfera privada serem dicotômicas ou totalmente separadas sem haver ligação alguma, discute serem, na verdade, complementares e coexistentes, uma em função da outra.

Contudo, com a era da informação, como organizadoras dos espaços sociais, essas esferas não apenas vêm apresentado indefinições de seus limites, mas apontam para uma inversão do que é entendido como público ou privado.

3.2 A EXIBIÇÃO DO PRIVADO AO LONGO DA HISTÓRIA

A exibição do privado ou do íntimo não é um privilégio da atualidade, pois desde os tempos mais antigos o privado é exposto à público em diversas áreas. O cotidiano é algo que supostamente deveria ser preservado à intimidade, contudo, este conceito tem sofrido mudanças ao longo dos anos em diversos momentos da sociedade.

Podemos perceber que, o cotidiano doméstico é exposto nas artes visuais, por exemplo, através das pinturas antigas retratando, muitas vezes, elementos do interior de uma casa e natureza morta exposta na mesa de uma residência, juntamente com as pessoas que habitam nela. Assim também como diários de pessoas importantes são publicados como livros, expondo a intimidade do dia a dia para pessoas do mundo inteiro.

Como vimos no capítulo anterior, apesar de haver definições sobre o que é uma esfera pública e uma esfera privada desde a antiguidade, com o passar dos anos houve um embaçamento entre o que é público e privado, a ponto que está cada vez mais difícil limitar o que é íntimo, privado e pessoal.

3.2.1 A Exibição do Privado nas Artes Visuais

Como já mencionado, a exibição do privado não é uma prática recente. Podemos verificar, portanto, que o cotidiano íntimo tem sido exposto ao longo dos tempos em diversos segmentos, como também nas artes visuais, onde utensílios cotidianos de uma residência era naturalmente exposto nas pinturas, por exemplo.

O artista barroco francês Jean Baptiste Siméon Chardin (1699-1779), tornou-se o melhor pintor de naturezas-mortas, onde retratava objetos comuns do cotidiano de sua própria casa, como também a representação cotidiana da classe média parisiense, como demonstra a figura abaixo:

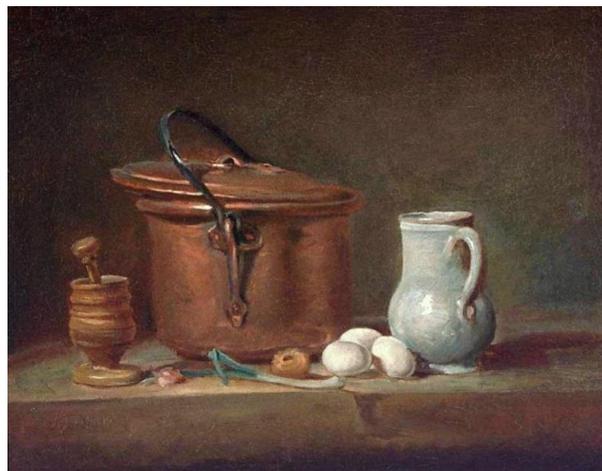
Figura 17 - De Regresso ao Mercado – Jean Baptiste Siméon Chardin – óleo sobre tela –



Fonte: <https://pt.wahooart.com/@/8YDRFX-Jean-Baptiste-Simeon-Chardin-O-Retorno-a-partir-de-bazar>

A representação demonstrada na figura acima, retrata uma exposição cotidiana de ir e voltar do mercado. A mulher retratada está segurando sacolas com comidas no interior de sua casa e elementos do cotidiano como vasos e pratos estão expostos em cima do móvel.

Figura 18 - Copper Pan with Pestle & Mortar - Jean-Baptiste Siméon Chardin – óleo sobre tela



Fonte: <http://www.canvasreplicas.com/Chardin140.htm>

A figura acima demonstra uma panela de cobre, um pilão, uma jarra, ovos e outros utensílios domésticos e evidencia bem a riqueza de detalhes com o qual Chardin era conhecido ao retratar elementos cotidianos de sua casa.

Estas obras, portanto, confirmam que os elementos mais banais e privados do cotidiano de uma casa são expostos ao público desde os tempos barrocos. Elas também revelam que foi montado uma cena com esses elementos cotidianos, para que fossem pintados de forma harmônica entre formas e cores, preocupando-se com a estilização da produção final.

Muitos anos após a era barroca, outro momento importante para as artes revela mais um estreitamento da exposição do cotidiano. Passando da arte clássica para a arte de vanguarda no final dos anos 1950 e início dos anos 1960, surge o que ficou conhecido como “*happenings*”, que traduzido do inglês significa “acontecimentos”, onde a arte sai das telas e vai para as ruas, para o cotidiano, quebrando os limites da arte.

No ano de 1961, o pintor estadunidense Allan Kaprow, iniciou o movimento dos “*happenings*” onde acontecia de forma espontânea e não ensaiada. Nessa ruptura de não querer se limitar a galerias de arte, teatros e concertos, o observador não apenas tem um comportamento estático, mas é participante da obra junto com o autor. “Eles envolvem o acaso e comportam possíveis falhas, tornando-os mais parecidos com a vida do que com a arte.” (SNEED, 2011, p. 172).

O artista belga Marcel Broodthaers fez de sua própria casa em Bruxelas um museu, tendo duração de um ano, organizando um evento para a abertura e um para o fechamento deste museu, em 1968. “No interior da casa, como parte da exposição, figuravam as caixas de transporte de arte, com palavras impressas e identificadoras como: ‘pintura’, ‘frágil’, ‘mantenha seco’, ‘maneje com cuidado’.” (PANEK, 2005, p.5).

Figura 19 - Marcel Broodthaers, Musée d'Art Moderne, Département des Aigles, Section XIX e Siéce (Seção Século XIX), detalhe, 27 de setembro de 1968 a 27 de setembro de 1969, Casa de broodthaers, Bruxelas



Marcel Broodthaers, Musée d'Art Moderne, Département des Aigles, Section XIXe Siècle (Seção Século XIX), detalhe, 27 de setembro de 1968 a 27 de setembro de 1969, Casa de Broodthaersem, Bruxelas.

Fonte: <https://www.eba.ufmg.br/museologia/broodthaers/index.html>

A figura acima mostra parte do conteúdo exposto no museu que Broodthaers montou, com sua própria curadoria, utilizando elementos como caixotes para transporte, reproduções de pinturas francesas projetadas na parede, utilizando sua própria casa para a exposição da arte, o que traz de forma espetacular a aproximação da arte com a vida cotidiana.

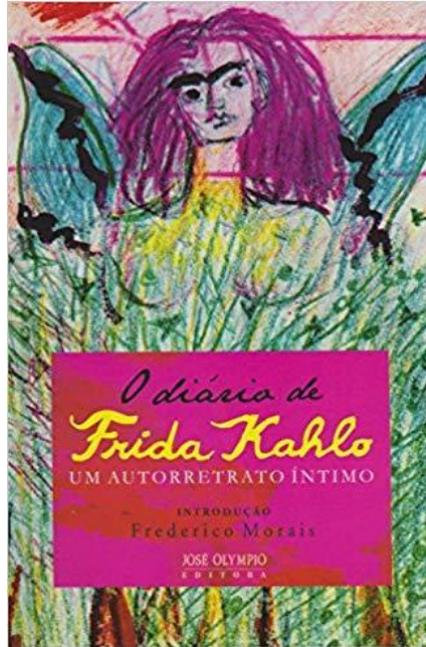
3.2.2 A Exibição do Privado na Literatura

Após a delimitação de dois exemplos importantes da exibição do privado ou íntimo nas artes visuais, iremos abordar mais dois exemplos de exposição do privado muito importantes na área da literatura, que são os livros: O Diário de Frida Kahlo: um autorretrato íntimo e O Diário de Anne Frank.

A começar pelo livro O Diário de Frida Kahlo: um autorretrato íntimo, e como o subtítulo menciona, é um autorretrato, ou seja, o livro foi escrito pela própria Frida Kahlo, e reeditado pela editora José Olympio em 2012. Para alguns críticos, o livro foi

considerado uma obra de arte, onde “Nele, a vida mistura-se com a arte e a arte é a própria vida em pinceladas, confissões, autorretratos, perfis, errâncias, máscaras, teatralização do sujeito e beleza. ” (ARAÚJO, 2013, p.1).

Figura 20 - Capa do livro O diário de Frida Kahlo



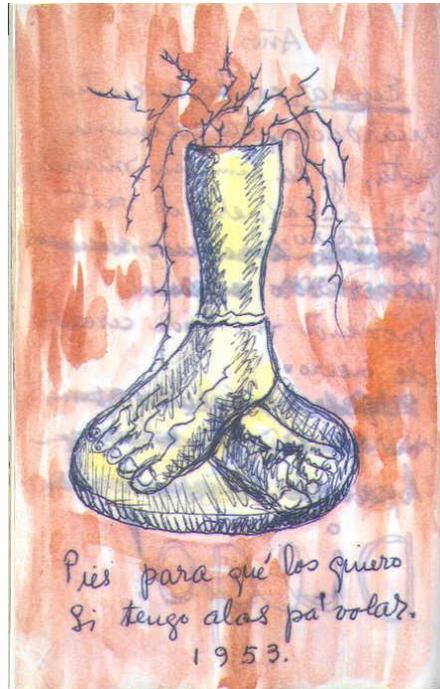
Fonte: <https://www.amazon.com.br/di%C3%A1rio-Frida-Kahlo-autorretrato-%C3%ADntimo/dp/8503011697>

Como o subtítulo do livro retratado na figura acima afirma, é um autorretrato íntimo, e trata-se de uma exposição da intimidade a partir do olhar da autora Frida Kahlo, que também compôs a capa, contracapa e conteúdo do livro. Em seu conteúdo, além de gravuras coloridas, autorretratos e desenhos, contém também cartas, poesias e relatos sobre sua condição física, seus gritos de dor e limites do espaço em um quarto de hospital, dentre fatos políticos e modos inconfundíveis da vida em seu cotidiano.

O mundo mistura-se, nesse diário íntimo e híbrido pelos gêneros que se imbricam, como quem aceita a fragmentação, o desejo, as cores, o biografema e as palavras para comporem um mosaico chamado Frida - jogo visual e poético que vai se revelando aos poucos pelo seu brilho, sem perder, contudo, a teia ou as relações em que o privado e o público se permeiam. (*Ibidem*. P. 3).

Abaixo, segue as figuras ilustradas por Frida Kahlo em seu livro:

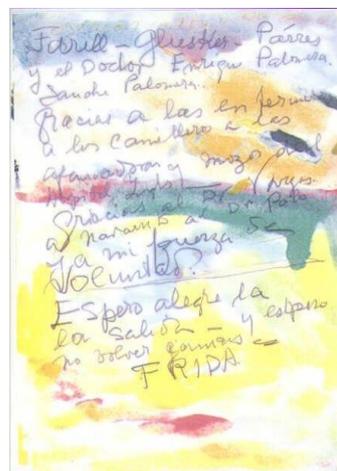
Figura 21 - “Pés para que os quero; Se tenho asas pra voar.”



Fonte: <http://uminha.tripod.com/diafri3.html>

A figura acima demonstra uma ilustração feita por Frida Kahlo retratando a parte de sua vida onde um dos seus pés foram amputados. O desenho mostra os seus pés em uma base plataforma com a frase: “Pés para que os quero; Se tenho asas pra voar”.

Figura 22 - Carta de Frida em agradecimento aos médicos.



Fonte: <http://uminha.tripod.com/diafri4.html>

A figura acima retrata uma carta de Frida Kahlo em uma de suas últimas idas ao hospital. A carta contém a seguinte mensagem:

Obrigada aos médicos Farill Glusker – Párres e ao Doutor Enrique Palomera Sanche Palomera. Obrigada às enfermeiras, aos padioleiros, aos esforçados atendentes do Hospital Inglês -Obrigada ao Dr. Vargas a Navarro ao Dr. Polo e à minha força de vontade. Espero alegremente a saída - e espero nunca mais voltar – FRIDA. (KAHLO, 2012).

Infelizmente esta não foi a última ida de Frida ao hospital, pois teve que voltar para uma intervenção cirúrgica e depois de ter contraído uma pneumonia, seu agravamento levou a sua morte em 1954. Frida Kahlo é reconhecida até os dias atuais como uma mulher que resiste, e resistiu no seu corpo, na sua alma, nos seus ideais, na sua arte. E para eternizar suas memórias e seu legado, deixou exposto sua intimidade em um diário, onde o privado invade o público a cada um que tem acesso aos seus escritos, embaçando, em sua época, os limites entre público e privado na literatura e na vida.

Outro exemplo importante na literatura sobre a exposição do privado, é o livro O Diário de Anne Frank, o qual aborda o relato do cotidiano da jovem Anne e sua família no esconderijo do sótão de sua família durante a perseguição aos judeus em 1942 na Holanda. “Espero contar tudo a você, como nunca pude contar a ninguém, e espero que você seja uma grande fonte de conforto e ajuda. Anne Frank. 12 de junho de 1942.” (FRANK, 2012).

Figura 23 - Fotografia do diário original de Anne Frank



Fonte: <http://annefrankdiario.blogspot.com/2015/09/annelies-marie-frank.html>

Figura 24 - Fachada da empresa do pai de Anne Frank aonde se esconderam dos nazistas



Fonte: <http://annefrankdiario.blogspot.com/2015/09/annelies-marie-frank.html>

As figuras acima são fotos reais, respectivamente, do diário de Anne Frank que foi resgatado por Judith Jones e entregue ao único sobrevivente da família de Anne, seu pai, e na próxima figura está a fachada da empresa, localizado no canal Prinsengracht, nº 263, em Amsterdã, a qual tornou-se esconderijo durante os dois anos em que a família de Anne, juntamente com a família Van Pels e um dentista e amigo, Sr. Dussel.

É importante observar que os exemplos de exibição do privado mencionados neste subcapítulo, aconteceram em ambientes familiares, em suas residências ou lugares cotidianos, e isto identifica a presente pesquisa sobre a exibição do privado nas redes sociais, tendo como estudo o perfil do Apartamento 33, que trata da publicação do privado e cotidiano deste apartamento nas redes sociais.

3.3 ESFERA PÚBLICA E PRIVADA NAS REDES SOCIAIS

Na contemporaneidade observamos o conceito do que é público e privado ainda mais diluído, uma vez que a sociedade atual convive em um novo formato de organização e vivência social, sendo essas vivências compartilhadas de forma bem distinta da que ocorreu na antiguidade. Com o advento da era digital e das mídias digitais, voluntariamente as pessoas partilham ou torna público sua vida íntima.

Segundo Bauman, “[...] a esfera pública [...] se encontra hoje inundada e sobrecarregada, invadida pelos exércitos da privacidade” (BAUMAN, 2011, p. 41).

Em grande parte da Modernidade, especialmente no decorrer do século XX, nossa vida íntima, particular ou privada, era partilhada apenas com os nossos amigos mais próximos e familiares. Nosso dia a dia era “publicado” ou apenas vivido e compartilhado com os que estavam ao nosso redor. O que se passava na nossa intimidade que quiséssemos partilhar com alguém mais longe, era feito através de carta, fotografias ou telefonemas.

A cibercultura promoveu uma profunda mudança nos modos de vida em sociedade, pois nossas vivências pessoais são agora expostas por meio de imagens, divulgadas em rede e acessíveis aos outros por meio de tecnologias móveis, ou seja, sem interferência de distância ou necessidade de tempo. Sobre o termo ciberespaço:

O ciberespaço (que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p.15).

No interior do ciberespaço, uma nova cultura se estabeleceu borrando os limites do que se entende por público e privado, nos parecendo que essas esferas sociais ainda estão sendo definidas ou tendo outros significados. Uma ilustração cinematográfica acerca dessa realidade pode ser analisada no filme “Invasão de Privacidade” (Vide Fig.25). O filme é estrelado pelo ator Robin Williams sob a direção e roteiro de Omar Naim, lançado em 2004 e trata da história de um editor de filmes, que utiliza microchips nas pessoas para gravar suas memórias. O editor utiliza as memórias de pessoas que já faleceram, violando a privacidade delas, mas edita essas memórias para apresentar apenas as mais felizes e agradáveis.

Figura 25 - Cena do filme “Violação de Privacidade”



Fonte: www.nehte.com.br

A cena da figura acima, mostra o editor de filmes sendo insultado por manifestantes que são contra o implante de microchips em recém-nascidos. As pessoas não se conformam com o fato de o editor mascarar a realidade, selecionando apenas as imagens de memórias mais felizes e corretas para serem publicadas. O filme aponta uma condição e polêmica que, diante dos avanços tecnológicos, seriam possíveis de existir, retratando, portanto, a realidade dos dias atuais na era digital e das mídias digitais sociais, onde todos são editores – produtores - das próprias imagens, selecionando apenas os melhores ângulos, filtros e recortes da nossa intimidade cotidiana para serem publicados. Assim, todos somos usuários-produtores, especialistas ou não especialistas, construímos nossas singularidades e nos apresentamos aos pares (seguidores) nesse novo espaço social.

No caminho da exibição do privado nas redes sociais, uma das primeiras plataformas de compartilhamento do cotidiano pessoal foram os blogs. O blog surgiu em 1995, onde se publicava assuntos de interesse pessoal como o dia a dia, festas, passeios e narrativas da vida comum. Possivelmente o primeiro blog do Brasil foi o *Blue Bus* e surgiu no ano de 1997, que começou com relatos cotidianos e depois migrou para um posicionamento mais informativo. Acredita-se que o blog parou de publicar no ano de 2003, contudo, voltou e está ativo até hoje no mesmo contexto informativo, atual e de entretenimento (Vid. Fig. 26). (VIEIRA, 2007).

4 DESIGN E ESTÉTICA NA ESPETACULARIZAÇÃO DO EU

4.1 ESTÉTICA E DESIGN: UMA RELAÇÃO DE PROXIMIDADE

Nos diversos significados sobre estética, ela se dá sobre a representação do sensível, pois tudo o que é perceptível sensorialmente, é de natureza estética. Em termos de conceito, a “Estética, enquanto ciência, se vale de procedimentos dedutivos e indutivos para enunciar leis, princípios, normas, critérios e valores [...]”. Enquanto senso comum, o juízo estético é subjetivo e empírico, pois não há regra para formular o gosto comum a todos, sem normas ou valores, sendo assim não discutido e sim experimentado. (BOMFIM, 2001).

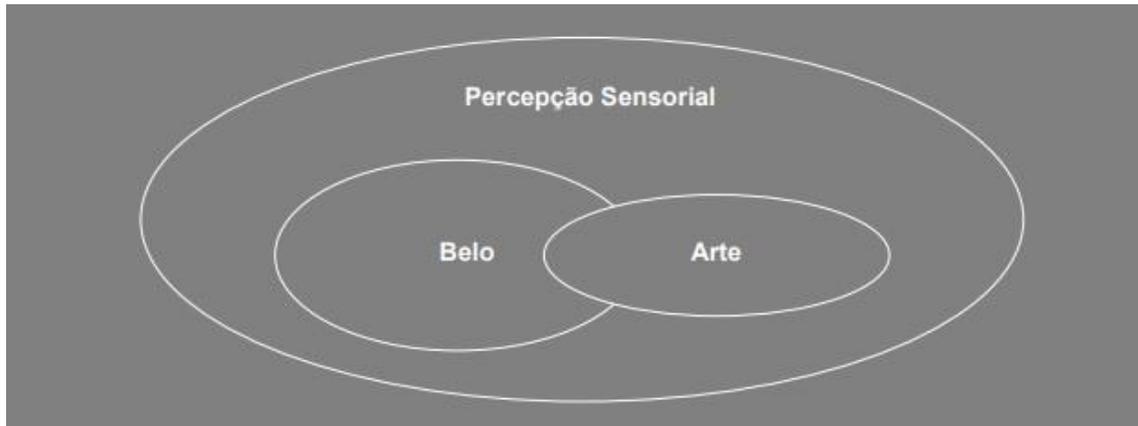
Etimologicamente falando, a palavra estética vem do vocabulário grego “*aisthesis*” com o significado de sensação ou percepção. Em Kant ou em Hesíodo ou outros filósofos da Grécia Antiga, a derivação de estética apontava para o belo, o belo da arte, da poesia ou a relação da beleza com a moral. Contudo, na estética moderna, existem três principais interpretações que podemos citar. (*Ibidem*).

Retomando alguns conceitos, a estética em sua primeira interpretação e no sentido amplo, é tudo o que podemos perceber através dos sentidos, “é a ciência que se ocupa da percepção sensorial e dos conhecimentos adquiridos através dela.” (*Ibidem*, p.17).

A segunda interpretação é um pouco mais limitada e defende que a estética é a ciência do belo na natureza, no homem em suas criações, é o que é belo e agradável, contudo, o conceito do belo ainda encontra muitas contradições entre autores, por isso o conceito é um pouco mais limitado, contudo, não rígido. (*Ibidem*).

Por fim, a terceira interpretação sobre a estética, identificada como a ciência que estuda a arte, tornando a estética como algo artístico. Essa configuração está presente no design, na arquitetura, e na própria natureza que revelam um juízo estético. (*Ibidem*). A figura abaixo pode representar o que foi citado anteriormente nas interpretações:

Figura 27 - Representação das definições formais.



Fonte: (BOMFIM, 2001).

Nesse sentido, vimos que a estética desenvolveu um caminho ao longo da história, e a partir daqui vamos percorrer sobre esses três aspectos da estética entre a percepção sensorial, o belo e a arte. Fazendo um delineamento desse caminho da estética na arte, que é o que mais vamos discorrer, temos na sociedade primitiva uma estética atrelada aos rituais religiosos, como uma forma de vida com os ritos de passagem, a caça e o casamento, por exemplo. O que era exposto ou estetizado, advinha de ritos totalmente atrelados às suas culturas. Na arte não havia arte “desinteressada”, e nem artistas renomados, era a arte dos rituais da vida que comandavam a sociedade. (LIPOVETSKY, SERROY 2015).

Após a Idade Média, os artistas foram separados dos artesãos e começaram a assinar suas obras, com um conceito de arte no seu sentido moderno, não mais com intuito desinteressado, mas para agradar os que mantinham o dinheiro e poder da época. É neste momento que surge a moda, os jogos de elegância, de um urbanismo mais estético para formar cidades bonitas e agradáveis. Os artistas são convidados para criar os ambientes externos e internos dos castelos como verdadeiros espetáculos (*Ibidem*). Com isso, vimos que a ideia de tornar as residências as mais belas e agradáveis esteticamente por dentro e por fora, não é apenas dos dias atuais.

Dos grandes castelos à urbanização e fábricas, em meados do século XVIII, com a Revolução Industrial, houve um crescimento de produção de bens de consumo como nunca, chegando a todas as classes, dando oportunidade a muitas pessoas terem mais acesso aos bens que antes eram privilégio apenas da alta sociedade. Surgia então a sociedade de consumo, numa produção em massa e acelerada de

bens. Nesse processo veloz, portanto, alguns observadores da época perceberam que estavam perdendo a beleza dos produtos, provocando assim um estímulo para os profissionais, artistas e arquitetos, incentivado pelo governo, numa perspectiva de melhorar a estética desses bens. (CARDOSO, 2013).

Então a partir de 1850 até 1930, alguns profissionais já chamados de “designers”, se juntaram aos demais profissionais, com a tarefa de moldar os produtos sem graça nascidos da desenfreada produção em massa, para produtos mais atraentes, com beleza, conforto e bem-estar. (*Ibidem*). Acredita-se que desde esse tempo, o design foi estigmatizado como o profissional que está apenas preocupado com a estética e com a “maquiagem” dos produtos, termos que geram discussões até os dias atuais.

Aqui vemos que o design e a estética andaram sempre de mãos dadas, desde os primeiros momentos até o presente momento, e hoje com ainda mais força. O designer, portanto, vem acompanhando as mudanças estéticas da sociedade nas diversas áreas em que o design faz parte, em suas diversas ênfases, tanto em produtos, na parte gráfica, como também no mobiliário e interiores, que é o caso do nosso objeto de estudo.

Juntamente a este movimento de trazer beleza aos produtos, na década de 1930 também se popularizou o conceito de adequação dos objetos à sua função, com a célebre: “a forma segue a função”, mesmo apesar de algumas controvérsias. Contudo, no Brasil perdurou por um bom tempo, até a década de 1980. Porém, o mundo e seus processos passaram por constantes transformações na sociedade, onde novos conceitos e valores predominaram no mundo dos bens de consumo e em seu comportamento social.

Conceitos vão e voltam num exercício onde o certo, por hora, é ter uma estética contemplativa, onde o belo predomina sobre as telas, as ruas, as casas, os utensílios domésticos, e logo após se revela em expressar que a funcionalidade das coisas predomina sobre o belo, voltando novamente com a exaltação da beleza a estética em todas as áreas.

Não mais quadros e estátuas reservados a uma classe social superior, mas uma arte que se estenda ao mobiliário, aos papéis de parede, à

tapeçaria, aos utensílios de cozinha, aos têxteis, às fachadas arquitetônicas, aos cartazes. Com a era democrática, a arte se atribui como missão salvar a sociedade, regenerar a qualidade da home e a felicidade do povo, “mudar a vida” de todos os dias: o *Modern Style* foi batizado por Giovanni Beltrami como “Socialismo *della Bellezza*”. (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 19).

O trecho acima afirma uma era democrática, onde a estética alcança outras classes e formas, massificando na sociedade. Na continuação do delineamento desse caminho das vivências da estética e da arte, após a Revolução Industrial e produção em série, a sociedade de consumo, juntamente com o aumento das artes em massa na TV, cinema, publicidade etc. também surgiu uma sociedade estética massificada em todas as classes sociais. “De fato, o universo industrial e comercial foi o principal artífice da estilização do mundo moderno e da sua expansão democrática.” (*Ibidem*, p.20).

A forma de consumo mudou. Antes o consumo de bens se baseava em suprir necessidades mais básicas, e todo o resto era tido como supérfluo e considerado como desperdício para as classes baixas. Com o capitalismo artista, o consumo agora se dar por prazer, por beleza, para divertimento e para suprir os desejos provocados pela própria indústria, tanto para as classes altas como também para as classes mais baixas, esse é o capitalismo artista segundo os autores Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015).

Sendo assim, a sociedade de consumo tornou-se de consumo de um capitalismo artista, como mencionado acima, para explicar um capitalismo centrado e dominado pela estética. Nessa sociedade de consumo de capitalismo artista e estética apresentada, originou-se um grande aumento de produção de imagens pelos meios de comunicação em massa, cinema e artes, que levou a sociedade a novos comportamentos sociais.

Essa profusão de imagens produzidas e consumidas tem resultado numa estetização da vida, onde a própria vida é feita de imagens. A exposição à imagens e, na atualidade, à imagens virtuais, onde o consumo destes é ainda maior e mais excessivo, resulta em uma perda relativa de noção do que é virtual ou imagético e o que é real, a arte e a vida tornam-se cada vez mais próximos ou embaçados. Dessa forma, a vida cotidiana torna-se estetizada, “onde os objetos aparecem divorciados de

seu contexto e submetidos a associações misteriosas, que são lidas nas superfícies das coisas”. (FEATHERSTONE, 1995, p.44).

“[...] o capitalismo também produz (somos tentados a seguir a retórica pós-modernista e dizer ‘superproduz’) imagens e locais de consumo que endossam os prazeres do excesso. Essas imagens e locais promovem ainda um embaçamento da fronteira entre arte e vida cotidiana.” (*Ibidem*, p.42)

A grande produção de imagens, como já afirmamos acima, também acarreta um grande consumo dessas imagens que estão cada vez mais trabalhadas e estilizadas para serem compartilhadas. Essa profusão chegou a todas as áreas, contextos e fins, inclusive na nossa vida cotidiana, onde tudo o que é vivido, é passível de ser estetizado e compartilhado, pois segundo Maffesoli (2005), a estética em sua função ética é passível de compartilhamento, onde o fator principal torna-se o compartilhamento do que é comum ao outro.

Essa nova mudança de acesso e consumo de imagens, pode ter gerado indivíduos contemporâneos mais exigentes e com gosto estético mais elevado. A arte, a indústria, o comércio e publicidade começaram a caminhar cada vez mais velozmente em novos processos criativos para atender aos novos sentidos dos consumidores, e em todas essas esferas, no entendimento de que “leva a melhor quem for mais criativo.” (LIPOVETSKY, 2015, p.20).

O crescimento do capitalismo artista ofereceu muitas vantagens às indústrias, pois estes se aproveitaram dos novos modos de consumo para lucrar, onde a indústria mercantil se utilizou das emoções sensíveis da estética para vender ainda mais. A economia teve que se reinventar em novos processos de fabricação, publicidade e comercialização. A beleza e a estética não chegaram despretensiosamente, não apenas o belo pelo belo, mas com um forte fator de economia e consumo.

A cultura de massa ou de produção em série iniciado após a Revolução Industrial com artefatos padronizados estilo “fordiano”, dá lugar a produtos atraentes de forte apelo estético, reorganizando não apenas a forma de produção, mas também de serem comercializados, aceitos e consumidos. Antes os produtos eram vendidos a granel e os consumidores se interessavam apenas pelo conteúdo dos produtos, depois as indústrias começaram a embalar seus produtos e isso mudou a forma de consumir, pois além do conteúdo, os consumidores começaram a escolher seus

produtos a partir das embalagens sendo uma grande modificação de produção, na economia e formas de consumo.

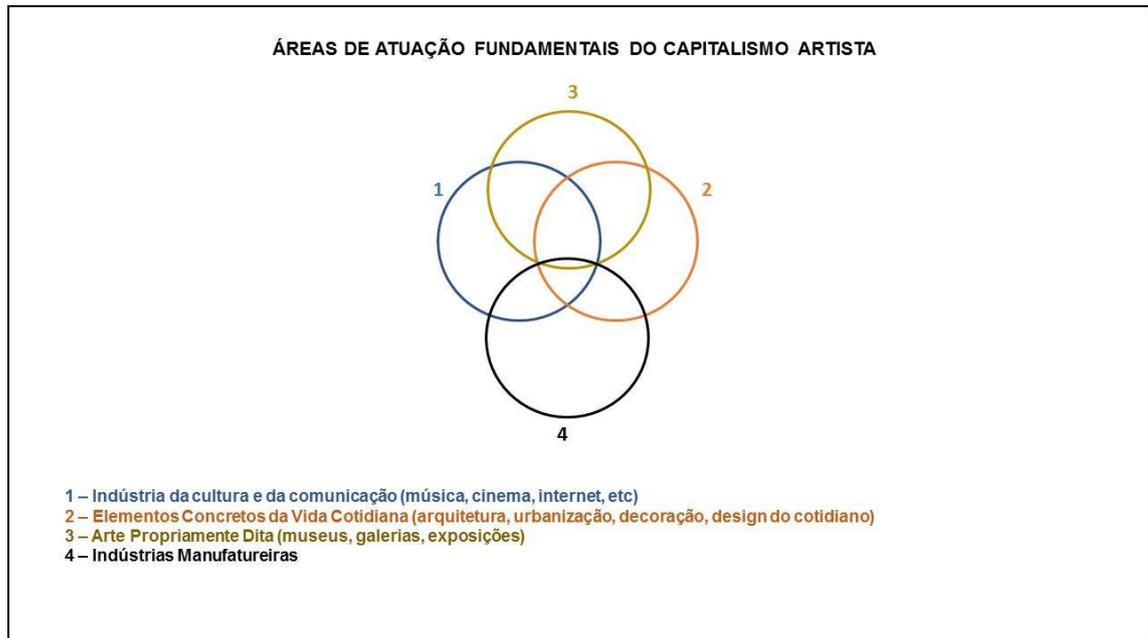
Como afirma Norman (2003), objetos atraentes realmente mostraram que funcionam melhor no sentido de atender às necessidades simbólicas da nova geração estética. Contudo, não apenas objetos, mas a própria maneira de viver, onde a arte invadiu o cotidiano, e o nosso dia a dia que é feito de imagens, onde o sujeito é o artista da sua própria vida, como vamos abordar mais à frente.

A partir desse novo sistema, a emoção nos sentidos de uma experiência proporcionada por um artefato ou vivência estética, é o mais aceitável e rentável. Novos valores são adicionados aos produtos, acompanhando a nova sociedade de consumo de capitalismo artista, pois “trata-se de criar beleza e espetáculo, emoção e *entertainment*, para conquistar mercados.” (LIPOVETSKY, 2005, p. 34).

Nesse novo mercado onde os bens tornaram-se experiências e espetáculos, os processos de design nas indústrias e no consumo aparece como fator principal. Qualquer artefato, por mais cotidiano que seja, sofreu e sofre intervenções de design em suas diversas ênfases e processos, para alcançar as novas exigências do mercado e do novo consumidor, pois “Não há mais produção de bens de consumo fora do processo de design, e isso não somente nos países ricos, mas também nos emergentes.” (*Ibidem*, p. 36).

Sobre o processo do capitalismo artista ou o capitalismo criativo, o autor acima citado elaborou um quadro onde pode-se fazer a distinção dos elementos fundamentais desse capitalismo criativo, dividindo-os em círculos fazendo interconexões, para podermos entender um pouco mais sobre esse sistema que fazemos parte ainda hoje. Segue abaixo o quadro adaptado:

Figura 28 - Adaptação ao quadro de áreas de atuação fundamentais do capitalismo artista



Fonte: Adaptado de Lipovetsky (2015).

O quadro acima retrata as áreas de atuação fundamentais do capitalismo artista ou criativo, o qual foi dividido em quatro círculos, sendo o primeiro círculo a Indústria da Cultura e da Comunicação, o segundo os Elementos Concretos da Vida Cotidiana, o terceiro a Arte Propriamente dita e o quarto as Indústrias Manufatureiras. O autor conseguiu resumir muito bem as áreas fundamentais que permeiam o sistema capitalista criativo, e mesmo sendo áreas totalmente heterogêneas e distintas, pois cada um tem fundamento principal em si mesmo, mas também tem interconexões entre si, demonstrando que tudo está ligado. O cinema está ligado com a urbanização, a arquitetura ligada com as exposições, os museus estão ligados com as indústrias, com o design e assim por diante. O que nos faz entender ainda mais todo o contexto dessa pesquisa, onde abrange cada uma dessas atuações fundamentais, interligando a sociedade em rede, a internet, o cotidiano privado e público, a arte e o design como processo.

4.2 O ESPETÁCULO DO EU NA ERA DIGITAL

Na era digital, esses estímulos são veiculados pelas mídias sociais nas plataformas digitais, e no caso da nossa pesquisa especificamente fizemos um recorte na plataforma do Instagram, que se utiliza de compartilhamento de imagens, impulsionando o forte consumo não apenas de imagens, mas de informação, de produto e marcas, os quais utiliza o Instagram como vitrine digital.

A vitrine, uma das coisas que surgiu após a revolução industrial e nova forma de consumo, passou a fazer parte das lojas, onde o produto começou a ser exposto de forma decorada em suas fachadas, tornando o produto ainda mais atraente, impulsionando mais a venda deste. Dessa forma, os produtos são colocados em cena como em um teatro, em um cenário intencionado para gerar espetáculo atraindo os consumidores pela sedução do que está sendo exposto. Nesse sentido, não apenas os produtos nas lojas se utilizam de vitrines para serem expostos e consumidos, na era digital e mais ainda na era das plataformas digitais, nossos perfis pessoais funcionam como vitrines para serem consumidos por outros seguidores.

Figura 29 - *Print Screen* dos stories do perfil do Instagram @deboralacantara



Fonte: <https://www.instagram.com/deboralacantara/?hl=pt-br>

A figura acima demonstra um *print* do perfil pessoal do *Instagram* de Débora Alcântara, a qual faz parte do nosso recorte de estudo, onde ela afirma que o feed no *Instagram* funciona como vitrine de nós mesmos. O foco e preocupação com o *feed*, mostra a importância que as redes sociais e mais especificamente o *Instagram*, tem na era digital, na era estetizada, onde nossa vida é imagem. Não apenas empresas e marcas zelam por uma boa “vitrine digital” no *Instagram* a partir do *feed*, mas pessoas comuns têm, cada vez mais, dado igual importância.

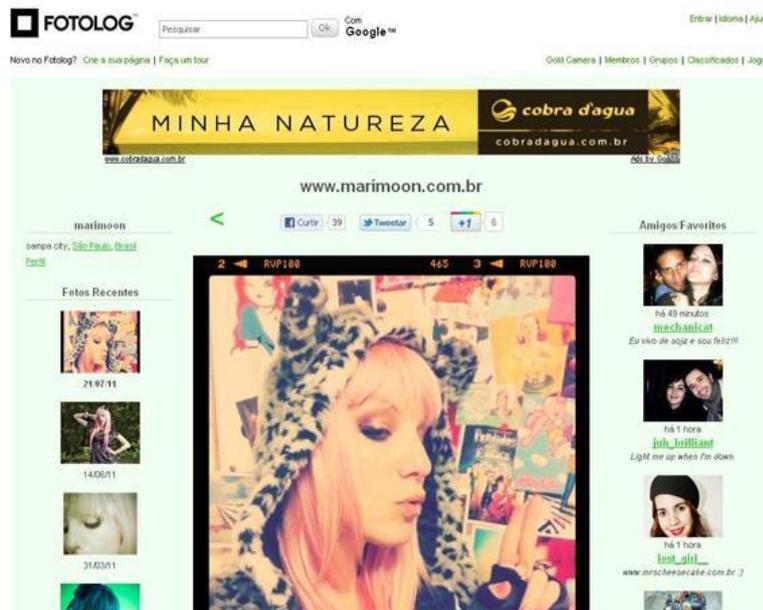
A exaltação do cotidiano e de “pessoas comuns” está em alta, na verdade, desde antes do “boom” do *Instagram*. No ano de 2006 na categoria da “personalidade do ano” da revista *Times*, após já ter elegido personalidades como Adolf Hitler e George W. Bush, a revista elege “Você” como personalidade do ano, representando a todas as pessoas comuns como destaque. “Um espelho brilhava na capa da publicação e convidava seus leitores a nele se contemplarem, como Narcisos satisfeitos de verem suas ‘personalidades’ cintilando no mais alto pódio da mídia. ” (SIBÍLIA, 2008, p. 8).

Não apenas o cotidiano, mas o “eu”, na era digital, tem se tornado um espetáculo compartilhado constantemente. Nesta pesquisa, a plataforma estudada para analisar esse espetáculo do cotidiano compartilhado foi o *Instagram*, contudo, o cotidiano íntimo como espetáculo teve início em outras plataformas importantes.

Outra vertente dessa aluvião são os ‘diários íntimos’ publicados na *web*, nos quais os usuários da internet contam suas peripécias cotidianas usando tanto palavras como fotografias e vídeos. Trata-se dos famosos *weblogs*, *fotologs* e *videologs*, uma série de novos termos de uso internacional cuja origem etimológica remete aos diários de bordo [...] (*Ibidem*, p. 12).

Como afirma a frase acima, a intimidade na internet começou sendo divulgada por blogs, onde o cotidiano comum tornou-se espetáculo a partir do momento em que este foi publicado em uma rede aberta onde muitos podem ter acesso àquela conteúdo, assim como é hoje na plataforma do *Instagram*, e ainda muito mais, pelo alcance cada vez maior dessa plataforma de compartilhamento de imagens.

Figura 30 - Print Screen da plataforma do antigo *fotolog* da digital influencer Marimoon



Fonte: <https://www.metropoles.com/colunas-blogs/pipocando/uma-perda-para-a-geracao-z-fotolog-sai-do-ar-e-deleta-fotos-dos-usuarios>

A imagem acima demonstra um *Print Screen* do *fotolog*, que hoje já não é mais utilizado, pois só existia em formato de site, no computador, tornando a interação um pouco menos abrangente que o *Instagram*, contudo, era uma plataforma de compartilhamento de imagens assim como *Instagram* é hoje, onde era possível postar fotos todos os dias do nosso cotidiano. Hoje as plataformas estão contidas também nos smartphones, podendo ter um alcance maior pela portabilidade e pelo próprio crescimento da era digital, com acesso a qualquer hora, de qualquer lugar, na palma da nossa mão.

4.3 INSTAGRAM: UMA FERRAMENRA ESSENCIAL PARA A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES EM TEMPO-ESPAÇO FLUIDOS

O *Instagram* é um aplicativo usado inicialmente no dispositivo móvel de comunicação, gratuito, e tem como função editar e compartilhar imagens. Lançado no ano de 2010 apenas para dispositivos com configuração de sistema IOS da empresa norte-americana Apple, no ano de 2012 o aplicativo foi estendido para sistemas operacionais *android*. Até o ano presente o Brasil é o segundo maior usuário dessa

ferramenta, perdendo apenas para os EUA, tendo seu sucesso com publicações tanto de usuários famosos como de usuários anônimos (ESPANHOL, 2013).

O aplicativo possui funções de compartilhamento sem restrições de publicações diárias, fazendo com que seja cada vez mais estimulado o compartilhamento de cada parte do dia a dia, do cotidiano, de ocasiões especiais como também as comuns, gerando proximidade entre as pessoas que as compartilha, permitindo fazer parte daquele momento através de “curtidas”.

Por meio de formas de edição das imagens no aplicativo e das mais de 35 opções de filtros que este oferece, o usuário pode editar a imagem como desejar, ou seja, pode produzir a imagem no melhor ângulo e luz, podendo retirar o que não é conveniente e filtrar a melhor parte (*Ibidem*). No aplicativo *Instagram* se mostra o melhor do momento da vida cotidiana e é, a partir dessa ótica, que vamos compreender os efeitos provocados por essa forma social em rede (CASTELLS, 1999) na vida cotidiana dos usuários produtores de conteúdo.

As publicações no aplicativo *Instagram* transformaram-se até em obra de arte. O artista vanguardista americano Richard Prince, conhecido pela sua Arte de Apropriação, fez uma exposição intitulada de “*Novos Retratos*”, exibido em 2014 na Galeria *Gagosian*, em Nova York, onde tratava-se de uma exposição de *Print Screens* de postagens de pessoas comuns em seus perfis do *Instagram*. O artista e fotógrafo coletou imagens de pessoas que mais lhe agradava, comentou nas postagens dessas pessoas e tirou um *Print Screen* da tela com o comentário dele para fazer sua exposição. (PEREZ, 2002) (Vide Fig. 31).

Este trabalho, da mesma forma que o filme já citado nesta pesquisa, gerou muitas polêmicas acerca da privacidade. Isso nos indica que uma moralidade ainda está se definindo acerca do que deve ou não ser publicado e de que forma o deve ser. Nos meios móveis de comunicação digital como o *Instagram*, os limites do privado de nossas contas e postagens se tornarem públicas estão cada vez mais delicados.

Figura 31 - New Portraits (Novos Retratos), 2014. Imagem do acervo da Galeria Gagosian, NY.



Fonte: <https://www.revistaarcadia.com/arte/articulo/richard-prince-imagens-instagram/42815>

A figura acima retrata como a exposição foi realizada, expondo em grandes imagens os *PrintScreens* das fotografias dos perfis de Instagram juntamente com o comentário do artista Richard Prince. Assim, a discussão que gerou aponta que o que era para ser algo “privado” ou de acesso apenas para amigos das pessoas expostas, tornou-se público para uma galeria de arte e, conseqüentemente para o mundo por meio dos visitantes e da própria publicidade.

4.4 INFLUENCIADORES DIGITAIS

Vivemos em um mundo culturalmente constituído, ou seja, em um sistema de valores, atitudes e significados partilhados que moldam o mundo que vivemos (MCCRACKEN, 2003). Na era digital, por exemplo, novos valores e significados surgiram e ainda surgem constantemente, construindo esse novo mundo com novas culturas, as quais estamos inseridos e estudando nessa pesquisa.

Nesses novos valores dessa sociedade que está conectada em redes, cada vez mais provamos das diversas facetas que se multiplicam e surgem a cada dia no mundo acelerado da internet. Novos meios de comunicação, de interação e de

consumo estão sempre nascendo, e o design está atento e acompanhando estes novos caminhos traçados a cada dia.

Com o advento da internet, das redes sociais e das formas de interação dessas redes com as pessoas e com o cotidiano delas, os próprios usuários se transformaram em conteúdo. O “eu” virou pauta de publicações, acompanhamentos e compartilhamentos, afetando a forma como os próprios usuários lidam consigo e com seu cotidiano.

Essas mudanças, contudo, ultrapassaram os limites dos usuários e afetaram, sobretudo, empresas, que estão mudando sua forma de se relacionar com seus usuários/consumidores, utilizando as redes sociais como forma de lucro. A internet e principalmente as redes sociais nas mais diversas plataformas, têm crescido em diversos outros seguimentos e finalidades, como, por exemplo, o surgimento de uma nova forma de publicidade, de exposição, de consumo e de retorno financeiro.

Essa grande mudança de estilo de vida da sociedade ocasionou transformações na economia como nunca, pois a internet quebrou as barreiras das distâncias, possibilitando o alcance e poder de compra de qualquer lugar do mundo com apenas um clique e isto despertou nas grandes empresas um novo caminho para alcançar ainda mais clientes e consumidores.

O marketing e a publicidade também mudaram, visto que as plataformas de exposição e formas de consumo dos produtos também mudaram, e o marketing digital encontrou cada vez mais espaço. Com o crescente número de pessoas se conectando à internet, o marketing digital tomou mais notoriedade, tornando um espaço onde se pode influenciar escolhas, ideias e compras de uma forma mais fácil e ampla. (SILVA, TESSAROLO, 2016).

A internet agora, além de entretenimento, transformou-se em um espaço cibernético da economia digital, onde empresas se utilizam das plataformas digitais para se posicionarem enquanto marca e para um novo tipo de relacionamento com os consumidores, sendo este um relacionamento mais de perto, com mais identificação e comunicação entre ambos. O consumidor, mais do que nunca, está buscando se identificar com a marca, esta então se utiliza dos artifícios do marketing digital para criar essa relação de identificação com o consumidor.

Nessa forma de identificação, interação e posicionamento para maior alcance de consumidores, as empresas perceberam algo eficaz na captação de novos clientes quando surgiram os “*digital influencers*” ou influenciadores digitais, traduzindo para o português.

A internet tem transformado o modo como os clientes interagem com as empresas, como compram e como se relacionam com os demais consumidores. Há atualmente uma integração entre as pessoas e as organizações, esse fenômeno acontece de forma instantânea e de maneira jamais vista antes na sociedade. Todo esse contexto possibilitou o surgimento de indivíduos que começaram a se destacar na web e começaram a atrair uma quantidade muito grande de seguidores, eles passaram a ser admirados e tudo que eles postam e compartilham nas redes despertam curiosidade e desejo em seu público, são os chamados influenciadores digitais. (FELIX, 2017, p.17).

Dessa forma, essas pessoas começaram a ser personalidades de destaque, contudo, ainda são pessoas reais, como se os influenciadores digitais fossem a personificação dessas marcas ou produtos, criando uma identificação ainda maior com o consumidor, que já tem admiração e se inspira nesses influenciadores, podendo ser artistas, blogueiros, youtubers, entre outros, pois eles “conseguem transmitir conteúdos de forma simples, autêntica e cotidiana e têm o potencial e a capacidade de provocar mudanças comportamentais e de mentalidade em seus seguidores.” (*Ibidem*, p. 19).

Acima a autora Eloisa Felix (2017) traz a percepção de que os influenciadores digitais têm o poder de mudar o comportamento e mentalidade dos seus seguidores, e esta é uma afirmação séria, contudo, muito verdadeira, podendo ser confirmada quando vimos os comentários de muitos seguidores. Assim sendo, o número desse grupo de pessoas tem crescido a cada dia, e está se profissionalizando cada vez mais, pois as empresas também têm buscado por esses influenciadores com muito mais frequência, obtendo maiores resultados.

Nosso estudo sobre o Instagram, a começar do perfil do Apartamento 33, retrata o cotidiano desse apartamento que é gerenciado por Débora Alcântara, uma profissional formada em Marketing. Débora já era considerada uma influenciadora digital por causa do blog que tinha anteriormente e por causa da marca de grande sucesso que tem ainda hoje com suas irmãs, chamada “Tudo Orna”. Essa influência já um pouco estabelecida, foi transferida para o Instagram do Apartamento 33,

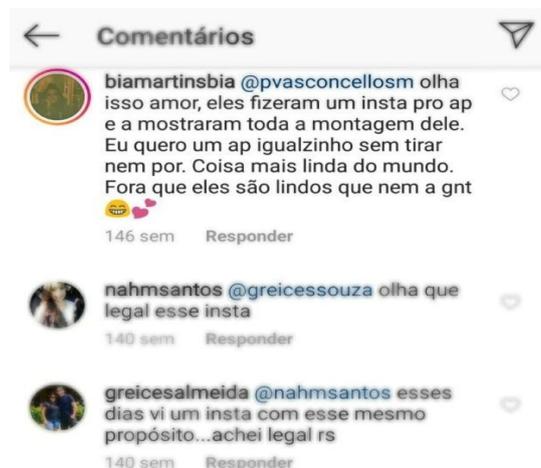
levando consigo muitos seguidores que já a conheciam por causa do trabalho com as irmãs, e passaram a acompanhar sua vida e carreira também agora pelo Apartamento 33, mas agora com um perfil mais íntimo e cotidiano.

Figura 32 - Primeira foto do perfil Apartamento 33, com as chaves do apartamento



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33/?hl=pt-br>

Figura 33 - Primeira foto do perfil Apartamento 33, com as chaves do apartamento



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33/?hl=pt-br>

Figura 34 - Primeira foto do perfil Apartamento 33, com as chaves do apartamento



Fonte: <https://www.instagram.com/apartamento.33/?hl=pt-br>

As figuras acima, mostram um pouco sobre o que foi comentado anteriormente a respeito do alcance dos influenciadores digitais sobre os seguidores. Na figura 32 trata-se da primeira foto postada no perfil do Instagram do Apartamento 33, onde Débora Alcântara faz a postagem focando no detalhe das chaves do apartamento. Contudo, o chaveiro mostrado na foto tem a figura do pato, símbolo mascote do Tudo Orna, que é a marca das irmãs Alcântara. As imagens 33 e 34 seguintes são comentários dessa foto postada por Débora Alcântara, onde na figura 33 trata-se de um comentário de uma seguidora, a qual, aparentemente, marca seu companheiro, afirmando que deseja um apartamento igual, “sem tirar nem pôr”, e na figura 34, comentários perguntando “como faz pra ter um chaveiro desse?”, demonstrando o interesse e influência que, Débora Alcântara, enquanto representante do Apartamento 33 e influenciadora digital, tem sobre seus seguidores.

Em várias outras postagens e comentários do perfil do Instagram do Apartamento 33 mostra o quanto Débora Alcântara é, de fato, uma influenciadora digital e se intitula como uma. Na biografia do perfil do Apartamento 33 se intitula como o “1º Instagram do Brasil que compartilhou sua reforma do zero *by* @deboraalcantara @tudoorna”, e isso endossa que a influência do perfil do Apartamento é reforçada pela influência de Débora Alcântara e da marca Tudo Orna.

Por ser o primeiro perfil nessa categoria, o pioneirismo e a gerência de Débora Alcântara como influenciadora digital, trouxeram muitas vantagens para o Apartamento 33. Após ele, surgiu uma infinidade de outros perfis semelhantes, sobre

reforma de apartamento ou diário de reforma, onde não apenas a ideia do perfil foi copiada, como também o mesmo estilo de decoração de interiores: mobiliários semelhantes, disposição de cores e objetos parecidos, mesma referência de angulação para postagens e revestimentos semelhantes.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos foram norteados para atender ao objetivo geral o qual busca compreender como as pessoas, sem saber ou sabendo, estão inseridas em um mundo estetizado, onde publicam os ambientes privados nas redes sociais e como essas pessoas utilizam elementos básicos de linguagem visual e design, como prossumidoras dessa estetização. Atendendo também aos objetivos específicos os quais pretendem analisar os elementos de linguagem visual nas publicações de cotidiano no *Instagram*, categorizar os elementos de design nas publicações como discursos dos prossumidores e identificar a relação entre a estetização do cotidiano e os elementos de linguagem visual e design nas publicações.

Para o encaminhamento dos métodos de pesquisa, foi utilizado a metodologia qualitativa que tem como objetivo analisar e interpretar, dando ênfase nos processos e significados (LAKATOS, MARCONI, 2010). Para isso foi desenvolvido primeiramente um questionário estruturado com 13 perguntas abertas e fechadas como também o desenvolvimento de um protocolo de análise de imagens da linguagem visual, para analisar a estetização do cotidiano desses perfis selecionados.

5.1 QUESTIONÁRIO

Como já mencionado, foi feito um questionário de caráter qualitativo com oito perfis de *Instagram* de apartamento do Estado de Pernambuco já selecionados. O questionário foi produzido no *Google Forms*, enviado via *direct* do *Instagram* de cada um, contendo ao todo 13 perguntas, sendo 9 perguntas abertas e 4 perguntas fechadas de marcação com opções. O intuito das perguntas do questionário foi, resumidamente, para identificar a ação de prossumidores desses perfis, para perceber se são eles mesmos quem produzem as postagens, se atentam para elementos de percepção visual como cores, formas e tons na produção da imagem e se conhecem o perfil do Apartamento 33 para identificar alguma relação de referência com eles. Segue abaixo o modelo de perguntas que foi feito aos 8 perfis:

PERGUNTAS

1. Endereço de e-mail
 2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?
 3. Qual sua profissão?
 4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo:
 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante
- () Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições)
- () Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)
- () Publicações de sua vida pessoal
5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?
 6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?
 7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?
 8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)
- () Me atento muito
- () Me atento um pouco
- () Não me atento a isso
9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)
- () Combinação de cores (paleta de cores)
- () Ângulos/proporção dos objetos
- () Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral
- () Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)
- () Tom da imagem (luz natural, filtros...)
10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?
 11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?
- () Sim, eu mesmo edito
- () Não, pago alguém para fazer isso
12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?
 13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

5.2 PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGEM DA LINGUAGEM VISUAL

Para esta etapa da pesquisa, foram coletadas as imagens do perfil do Apartamento 33 como também as imagens de alguns perfis de apartamento do Estado de Pernambuco. Para isso, foi desenvolvido um protocolo para observação e análise dessas imagens que mostram a estetização do cotidiano pelas redes sociais no *Instagram* utilizando os estudos da Sintaxe da Linguagem Visual abordada por Dondis (1997) e sua relação com o design.

Como mencionado, foi utilizado os estudos de Dondis (1997), onde sua construção é baseada na Sintaxe da Linguagem Visual, com referência a Semiótica Peirceana. Em seus estudos, Dondis (1997) desenvolveu um modelo de análise o qual dividiu em três etapas para a observação de imagens, são elas:

1. Nível Representativo (a parte da imagem que é palpável, como forma, cor, textura etc.)
2. Nível Abstrato (significados ou sentimentos que permeiam fora das formas da imagem)
3. Nível Simbólico (valor intangível atribuído à imagem)

Dentre esses três níveis, os níveis abstrato e simbólico abrangem resultados semelhantes com relação a observação de imagens, por isso, fundimos estes dois em um nível só. O autor define também os elementos básicos que compõem uma linguagem visual, como diz o texto abaixo:

A caixa de ferramentas de todas as comunicações visuais são os elementos básicos, a fonte compositiva de todo tipo de materiais e mensagens visuais, além de objetos e experiências: **o ponto** [...], **a linha** [...], **a forma** [...], **a direção** [...], **o tom**, a presença ou a ausência de luz, através da qual enxergamos; **a cor**, a contraparte do tom com o acréscimo do componente cromático, o elemento visual mais expressivo e emocional; **a textura**, óptica ou tátil, o caráter de superfície dos materiais visuais; **a escala ou proporção**, a medida e o tamanho relativos; **a dimensão e o movimento**, ambos implícitos e expressos com a mesma frequência. São esses os elementos visuais; a partir deles obtemos matéria-prima para todos os níveis de inteligência visual, **e é a partir deles que se planejam e expressam todas as variedades de manifestações visuais, objetos, ambientes e experiências.** ” (*Ibidem*, p.13). (Grifo nosso).

Entre esses elementos básicos descritos acima, utilizamos 4 principais destes, a saber: forma, tom, cor, textura. Para o desenvolvimento do protocolo do método de análise das imagens colhidas dos perfis de Instagram, sugerimos ser esses 4 elementos, suficientes para analisar a composição de uma imagem de cotidiano/interiores. Estas também buscaram responder os objetivos geral e específicos, delimitando os pontos que mostram a estetização do cotidiano e pontos que identificam a ação de prossumidores, utilizando elementos de linguagem visual e design nas publicações de estetização do seu cotidiano nas redes sociais.

O protocolo do método pretende analisar as imagens em um processo de combinação entre duas etapas de observação de imagem com os elementos básicos da linguagem visual, ambos citados por Dondis (1997). Em um sentido mais específico, o método será um resultado da análise das imagens de perfis de apartamento, iniciando pelo perfil do @apartamento 33, onde foi o primeiro perfil de *Instagram* de Apartamento aqui no Brasil, seguindo com uma análise entre alguns perfis no Estado de Pernambuco. Esta análise visa a observação das imagens em sua etapa representativa e simbólica, combinados com quatro elementos básicos da linguagem visual em cada uma delas como demonstra o quadro abaixo:

Quadro 1 - protocolo de sintaxe de linguagem visual

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Dourado, preto e rose gold	Combinação de cores que remete a nobreza do dourado junto com o branco
	TEXTURA	Metal polido	Elegância do metalizado polido; brilhante, predominantemente
	FORMAS	Combinou um Flat Lay com as formas curvas dos acessórios	Representação de delicadeza e sofisticação das formas arredondadas e curvas
	TOM	Plano de fundo em tons claros; balanço de branco moderado com iluminação natural levemente dando um tom totalmente claro a imagem.	Sensação de harmonia e bem estar nos tons claros e monocromáticos

O quadro acima retrata o modelo do protocolo desenvolvido utilizando a Sintaxe da Linguagem Visual para análise de imagens. A primeira coluna do quadro é o espaço destinado à imagem que se deseja analisar, a coluna seguinte, contém os elementos básicos escolhidos, na próxima coluna encontra-se a descrição do que podemos observar da etapa representativa da imagem, ou seja, o que podemos ver literalmente da imagem e na última coluna, o espaço reservado para a descrição da etapa simbólica da imagem, ou seja, o sentimento ou sensação que percebemos da imagem analisada, o que ela representa além da tangibilidade da imagem. Para esta análise, fizemos este procedimento em 10 fotos de cada perfil, pois com essa quantidade já conseguimos notar uma repetição de conceitos estetizados nas imagens.

Após concluído o protocolo, uma análise geral é feita, discorrendo sobre as percepções gerais das análises de todas as imagens do perfil analisado trazendo as conclusões necessárias para o fechamento da análise.

6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo abordará a discussão dos resultados obtidos, a começar pela análise das respostas dos questionários e seus apontamentos, seguindo para o protocolo de análise de Linguagem Visual das Imagens e por último, a análise geral, percorrendo numa percepção dos resultados para fechamento do entendimento e obtenção das respostas aos objetivos desta presente pesquisa.

6.1 DISCUSSÃO DO QUESTIONÁRIO

Aqui analisaremos as respostas dos questionários feitos aos 8 perfis de apartamento do Estado de Pernambuco, abordando cada pergunta separadamente para comentário discursivo.

6.1.1 Resumo das respostas

Em geral foram 8 perfis e cada um respondeu um questionário contendo 13 perguntas abertas e fechadas (sendo a primeira apenas a resposta do e-mail de cada um), num período entre dia 3 e 9 de outubro de 2019 através da função de questionário da *Google Forms* enviada via *direct* do perfil de cada um deles. Para facilitar, abaixo será demonstrado o resumo de cada resposta separadamente e seus devidos gráficos gerados automaticamente pela ferramenta do *Google Forms*.

PERGUNTA 1

Figura 35 - *Print Screen* do resumo de resposta 1 gerada pelo *Google Forms*

Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

8 respostas:

- @coresemaisamores - Recife
- @casadosramos - Paulista/ PE
- @anfitriando Recife
- @cantinho_da_gi e sou de Paulista-PE
- @404apartamento / Recife
- Meu perfil conta um pouco da reforma, decoração de um casal recém casado com dicas de achadinhos sobre tudo que norteia o nosso apê e hoje sobre o nossa relação pessoal através da identificação com o nosso público. Somos de Recife.
- @apart.304 - Paulista/PE
- @socializando.ideias

Fonte: *Google Forms*, 2019

PERGUNTA 2

Figura 36 - *Print Screen* do resumo de resposta 2 gerada pelo *Google Forms*

Qual a sua profissão?

8 respostas:

- Nutricionista
- Atendente de farmácia/ proprietária
- Dentista
- Técnica em Segurança do Trabalho
- Advogada
- Administradora
- Técnica em Edificações
- Publicitária | Criadora de conteúdo

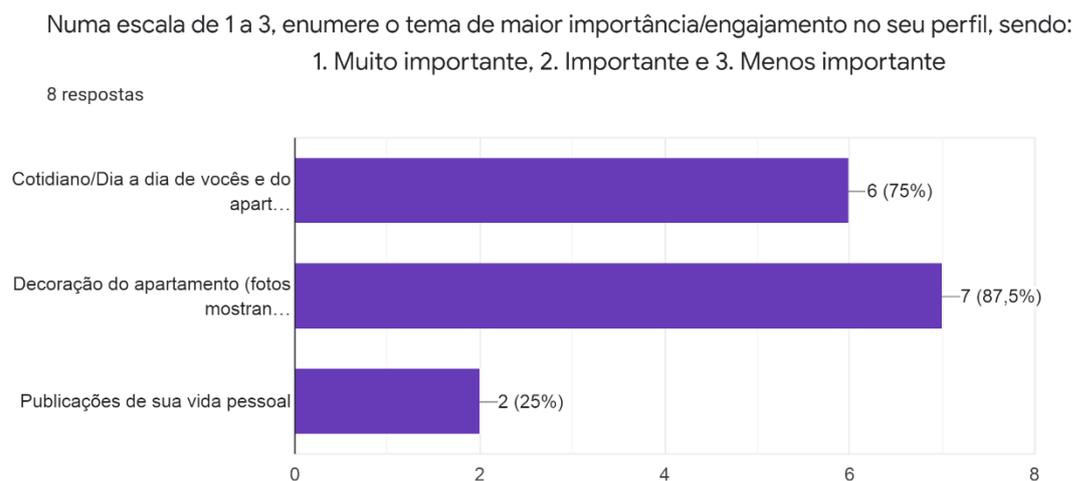
Fonte: *Google Forms*, 2019

Na segunda pergunta, a estratégia era saber a profissão de cada pessoa que gerencia os perfis de apartamento, para verificar se são profissões com atuação

ligadas a design ou áreas adjacentes. Como demonstra a figura acima, há uma grande diversidade de profissões citadas as quais são bem distintas da área de design ou marketing, por exemplo. A única profissão que se aproxima da área de design ou áreas semelhantes é a última resposta, com a profissão de publicitária. São produtoras de conteúdo estetizando o cotidiano, contudo, não são profissionalmente com formação acadêmica para isso. Isso endossa a discussão já mencionada na parte teórica desta pesquisa, onde demonstramos que especialistas e não-especialistas em design têm se envolvido cada vez mais em questões estéticas e de design de forma geral. (COUTINHO, FALCÃO, 2015).

PERGUNTA 3

Gráfico 1 - Gráfico da resposta 3 gerado pelo *Google Forms*



Fonte: *Google Forms*, 2019

A terceira pergunta foi bem direta para identificar os assuntos de mais engajamento nesses perfis, colocando como opções temas como “cotidiano” ou “decoração” ou “vida pessoal”. Segundo demonstra na figura acima, a resposta com maior percentual foi a que indicava que o tema de maior engajamento entre os perfis de apartamento questionados é sobre Decoração do Apartamento.

O segundo maior tema de engajamento nos perfis, com a leve diferença de aproximadamente 12% sobre o primeiro, foi sobre Cotidiano e Dia a dia. Isso apoia uns dos temas centrais da presente pesquisa, afirmando que assuntos como

decoração de apartamento e cotidiano são relevantes e têm grande engajamento para esse público, o qual dá fundamento para esse estudo.

PERGUNTA 4

Figura 37 - *Print Screen* do resumo de resposta 4 gerada pelo *Google Forms*

Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

8 respostas

@deleedelablog
@aquiemcasa_
Beluquices
@amor_pelo_lar_
@apartamento33
Seguia alguns perfis em SP em 2016 e achava legal as dicas. Como não tinha aqui em Recife, resolvi compartilhar o que aprendemos com a nossa reforma ja que não tivemos ajuda de profissionais da área.
apartamento33
Vários, entre eles o blog comprando meu apê e o apartamento.33

Fonte: *Google Forms*, 2019.

A pergunta de número 4 buscou saber qual outro perfil do Instagram serviu de inspiração para que elas fizessem um perfil de apartamento. Esta pergunta buscou compreender se esses perfis se inspiraram no Apartamento 33, mesmo sendo de Pernambuco e mesmo sendo feitos anos após o surgimento do perfil do Apartamento 33. Dentre as 8 respostas, 3 deles ainda citaram o perfil @apartamento33 como inspiração inicial.

Isso mostra que, mesmo surgindo tantos outros perfis após o Apartamento 33, com o mesmo seguimento e inspirações, e se tornando também referências nesse seguimento, o @apartamento33 ainda é citado como inspiração inicial por perfis de um Estado tão distante, pois o Apartamento 33 é do Paraná, na cidade de Curitiba. Isso também reforça nosso tema principal e a decisão em citar o perfil do Apartamento 33 como base de análise para a pesquisa como influenciador e o poder de um influenciador digital na sociedade em rede. (FELIX, 2017).

PERGUNTA 5

Gráfico 2 - Gráfico da resposta 5 gerado pelo *Google Forms*

Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

8 respostas



Fonte: *Google Forms*, 2019

Figura 38 - *Print Screen* de destaque para respostas da pergunta 5



Fonte: a autora, 2019.

O gráfico e a figura acima representam demonstrações das respostas para a pergunta 5, onde a pergunta tratava-se de forma mais direta, saber sobre o conhecimento desses perfis sobre o @apartamento33.

O gráfico demonstra de forma geral, que a maioria delas responderam que sim, conhecem o @apartamento33. Contudo, fiz um destaque para duas que responderam de forma mais específica, como demonstra a figura 38, onde uma afirma que foi o perfil do Apartamento 33 quem incentivou a criar o dela e outra afirmando que, não só

conhece o perfil como também conhece as irmãs Alcântara, acompanhando o blog do Tudo Orna desde o começo.

Essas informações nos indicam que, não apenas a maioria conhece o perfil do apartamento 33, como algumas têm um envolvimento ainda maior com o entorno do perfil, sendo incentivadas a criar seu próprio perfil de apartamento, como também um envolvimento com o blog Tudo Orna, onde a ideia do @apartamento33 teve início, reafirmando, de certa forma, a ligação direta e indireta entre esses perfis e o @apartamento33, que os incentiva e influencia a estetizar o cotidiano de igual modo.

PERGUNTA 6

Figura 39 - *Print Screen* do resumo de resposta 6 gerada pelo *Google Forms*

Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

6 respostas

Bonito
Gosto das dicas, inspirações, do formato das publicações e do feed bem organizado.
Não conheço
Gostava mais no início
Lindo e criativo
Inovador.

Fonte: *Google Forms*, 2019

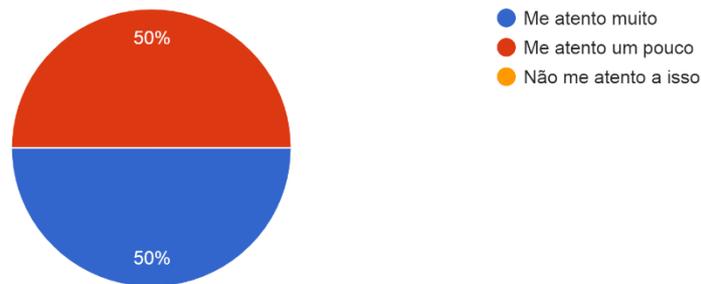
A pergunta da figura acima foi importante para saber a opinião desses perfis com relação ao @apartamento33, revelando assim algum tipo de ligação, ou não, entre eles. No resumo das respostas acima, apenas um comentou algo indiferente quanto ao perfil perguntado, tendo associações positivas e mais afetivas nas demais respostas. Uma delas foi ainda mais extensa na resposta, afirmando que gosta das inspirações e do feed organizado, percebendo-se que esta acompanha o perfil do @apartamento33. Outra resposta demonstrada na figura acima afirma que “gostava mais no início”, revelando uma relação de ligação onde acompanha o trajeto do perfil do Apartamento 33 desde o início.

PERGUNTA 7

Gráfico 3 - Gráfico da resposta 7 gerado pelo *Google Forms*

Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

8 respostas



Fonte: *Google Forms*, 2019

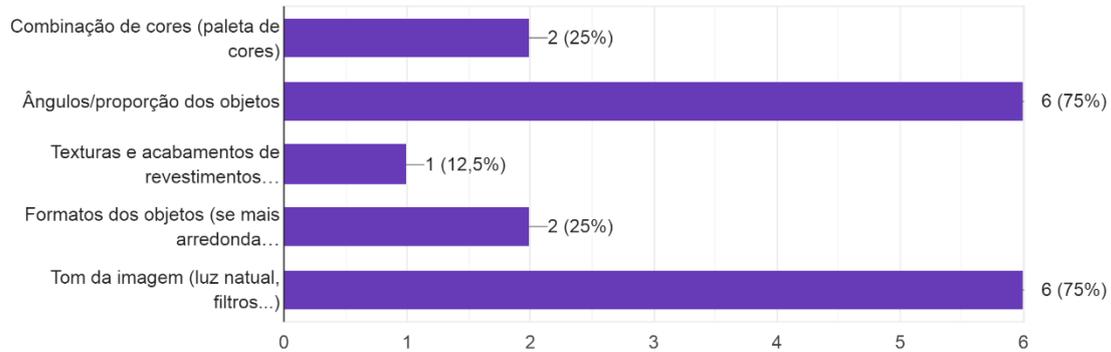
O gráfico 3 acima demonstra uma questão de suma importância para o tema central desta pesquisa, que é sobre a estética. É possível perceber que não obteve nenhum resultado para a opção de não se atentar para a estética e aparência do seu perfil. Dentre os 8 perfis questionados, metade deles afirmou que se preocupa muito com a estética, aparência e beleza do perfil. Entre parênteses na pergunta estavam associações para combinação de cores e ângulos, afirmando que esses perfis apontam para estas questões estéticas quando estetizam seu cotidiano nas suas redes sociais. Como mencionamos na fundamentação teórica da pesquisa, a estética está baseada no seu posicionamento ético de ser passível de compartilhamento (MAFFESOLI, 2005), e neste caso, o compartilhamento de imagens no Instagram de cada um, traz à tona a estética.

PERGUNTA 8

Gráfico 4 - Gráfico da resposta 8 gerado pelo *Google Forms*

Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil?
(pode escolher quantas opções quiser)

8 respostas



Fonte: *Google Forms*, 2019

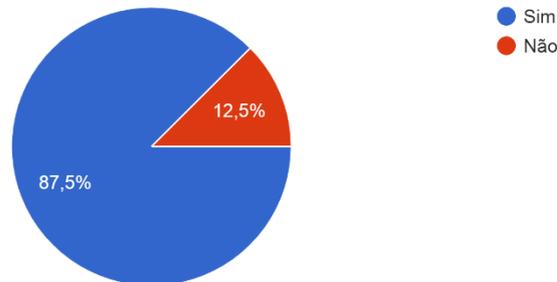
O gráfico acima também complementa sobre questões estéticas, assunto de grande importância para o tema central da pesquisa. Nesta pergunta 8, destacamos os elementos de linguagem visual como tópicos para avaliar quais desses elementos eles ponderam ao publicar fotos no perfil. De acordo com o gráfico acima, os elementos mais destacados foram sobre o ângulo nas fotos e tom da imagem (filtros), vindo depois os elementos de combinação de cores e formatos dos objetos, ressaltando a importância desses elementos na estetização do cotidiano desses perfis e ratificando que eles se utilizam desses elementos em suas postagens. Assim como Dondis (1997) apresenta os elementos básicos de linguagem visual como elementos harmônicos visuais onde se apresentam até naturalmente na natureza, por exemplo, os perfis, aqui estudados, apresentam elementos de linguagem visual de forma harmônica para gerar ainda mais identificação com os seguidores.

PERGUNTA 9

Gráfico 5 - Gráfico da resposta 9 gerado pelo *Google Forms*

Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

8 respostas



Fonte: *Google Forms*, 2019

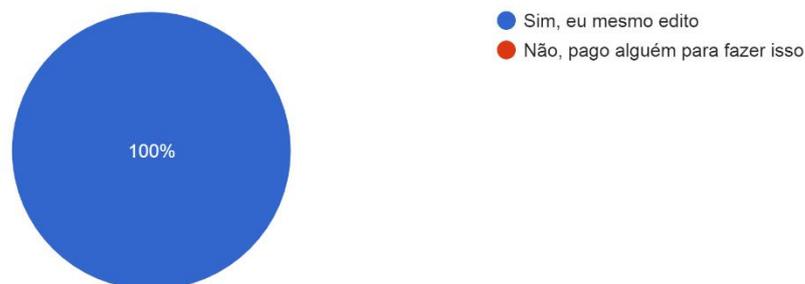
Uma indicativa de que as pessoas questionadas valorizam a estética nas suas postagens, é sabendo se elas editam suas fotos antes de publicá-las e no gráfico acima podemos perceber que a maioria desses perfis editam suas fotos antes de publicar seu cotidiano comum.

PERGUNTA 10

Gráfico 6 - Gráfico da resposta 10 gerado pelo *Google Forms*

Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

7 respostas



Fonte: *Google Forms*, 2019

O gráfico 6 da pergunta de número 10 ocupou-se em saber a respeito de uma questão que corroboraria em saber a respeito desses perfis serem produtores de seus

próprios conteúdos ou prossumidores (COUTINHO, FALCÃO, 2015), tendo o questionamento positivo afirmando que todos eles são os responsáveis em produzir o conteúdo de seus próprios perfis. São pessoas comuns, com distintas profissões, que produzem seus próprios conteúdos utilizando elementos de linguagem visual e estetizam nas redes sociais.

PERGUNTA 11

Figura 40 - *Print Screen* do resumo de resposta 11 gerada pelo *Google Forms*

Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

8 respostas

Sim, VSCO Cam
As vezes edito no próprio instagram ou no Facetune
Sim. Snapseed
Snapssed
VSCO
Somente o Picsart quando coloco moduras.
VSCO
Instasize entre outros

Fonte: *Google Forms*, 2019

A pergunta de número 11 complementa a anterior, sendo mais específica sobre os aplicativos que eles utilizam para editar suas fotos, já que afirmaram que eles mesmos editam as imagens. A pergunta, portanto, era para avaliar o grau de envolvimento com as ferramentas de edição que eles se dispõem a utilizar, mesmo não sendo da área de design ou áreas adjacentes. Os aplicativos mencionados na figura acima são de dificuldade leve e utilizados mesmo por amadores.

PERGUNTA 12

Figura 41 - *Print Screen* do resumo de resposta 12 gerada pelo *Google Forms*

Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

8 respostas

The image shows a list of eight responses to the question 'Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?'. The responses are as follows:

- Eu já tinha um blog e algumas pessoas que seguiam o blog pediram pra eu criar o insta. Aí eu fiz!
- A minha paixão por interiores e rotinas do dia a dia. Quis ter um lugar onde pudesse falar sobre minha nova vida de casada, dia a dia, dica e que fosse um hobby.
- Amo esse tema
- A minha motivação foi de compartilhar idéias, dicas e a rotina do apartamento. Ter uma troca de conhecimento, junto com meus seguidores.
- Guardar a história da nossa mudança pré casamento, ajuda dos familiares e presentes de amigos.
- Compartilhar para o público que é possível fazer algo bacana e moderno através de um apartamento antigo.
- Compartilhar dicas sobre decoração, gastronomia e afins, dentro da minha região (onde moro/vivo)
- Compartilhar. Quero ajudar e inspirar pessoas.

Fonte: *Google Forms*, 2019

A figura acima demonstra uma das perguntas essenciais do questionário, onde deixamos livres para discorrer sobre o motivo de fazer um perfil de apartamento. As respostas foram diversas e cheias de significados variados e específicos para cada uma, porém duas se assemelham em afirmar que gostam/tem paixão pelo tema de interiores/decoração que está indiretamente ligado a estética. Também foi percebido a palavra “compartilhar” em três respostas, ratificando o desejo de estetizar esse cotidiano de decoração dos apartamentos.

6.2 DISCUSSÃO DO PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGEM DE LINGUAGEM VISUAL

Para facilitar e não ficar muito extenso essa parte da análise, será exposto neste tópico apenas o quadro da primeira imagem e o último quadro da análise geral. As imagens completas poderão ser conferidas no anexo B deste documento.

6.2.1 Discussão do Protocolo de Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @apartamento33

Quadro 2 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @apartamento33 da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Dourado, preto e rose gold	Combinação de cores que remete a nobreza do dourado junto com o branco
	TEXTURA	Metal polido	Elegância do metalizado polido; brilhante, predominantemente
	FORMAS	Combinou um Flat Lay com as formas curvas dos acessórios	Representação de delicadeza e sofisticação das formas arredondadas e curvas
	TOM	Plano de fundo em tons claros; balanço de branco moderado com iluminação natural levemente dando um tom totalmente claro a imagem.	Sensação de harmonia e bem estar nos tons claros e monocromáticos

Fonte: a autora, 2019

Após a análise individual das imagens, foi percebido que há um cuidado e uma curadoria com relação a utilização de elementos de linguagem visual e design. **Nas cores** foi perceptível a predominância no uso de **cores neutras** que dão sensação de **unidade e sobriedade**, que também reforça o estilo escandinavo. **As texturas** predominam o **amadeirado e marmorizado** que também fazem referência ao estilo escandinavo, com uma sensação de casa **aconchegante, porém atual**. **As formas** prezam pela **geometria marcante** que também faz referência ao escandinavo. E por fim o **tom**, sempre aproveitando a **luz natural** como marca de uma identidade de estilo escandinavo que eles, propositalmente ou não, estão imprimindo na identidade do perfil do apartamento. Após a observação desta análise e da colaboração dos autores na fundamentação teórica, acredita-se que a escolha desses elementos não é ao acaso e sim pensadas e projetadas para se fazer perceptível e criar uma identidade marcante do perfil do Apartamento 33 para ser passível de monetização ou comercialização dessa estetização. O capitalismo artista (LIPOVETSKY, 2015) ainda atua numa relação de desejo e consumo provocado pela estética, onde o que é belo

e estetizado, vende. No caso específico do Apartamento 33, ele foi gerado para vender, numa relação de co branding com as marcas que ele anuncia em seu Instagram (SOUZA, 2019). O cotidiano doméstico do apartamento é estetizado a partir de uma combinação programada de cores, texturas, formas, tons, filtros e ambiência criando uma identidade harmônica, passível de reprodução e monetização.

6.2.2 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @nossoape007

Quadro 3 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @nossoape007 da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Branco e bege predominantemente	Sensação amplitude, unidade e bem estar pelas cores claras predominantemente
	TEXTURA	Textura lisa e brilhante da laca, vidro e amadeirado	Sofisticação apresentado nas texturas da laca da mesa e do vidro com cristais no pendente, que são dois pontos que chamam atenção na imagem e aconchego nas texturas amadeiradas
	FORMAS	Retas com pontos arredondados	Linhas retas com acabamentos arredondados remetendo a um significado de contemporaneidade
	TOM	Aproveitamento da luz natural e artificial para dar um tom bem claro na imagem	Sensação de amplitude pelo tom claro de luz natural em contraponto do aconchego provocado pela meia luz amarelada em pontos específicos

Fonte: a autora (2019)

A análise das imagens do perfil @nossoape007 foi feita a partir da categorização dos elementos básicos de linguagem visual embasados em Dondis (1997), e permitiu a observação de estilos e conceitos que se repetem na estetização das imagens do cotidiano desse perfil. **Nas cores**, pôde-se observar a preferência por tons neutros em todas as composições no feed desse perfil, numa escolha de uma paleta de cores entre branco, bege e marrom predominantemente, salvo alguns poucos toques de cor, provocando uma sensação de **neutralidade e amplitude** para os ambientes. As **texturas** lisas, com laca e amadeiradas podem ser encontradas em sua maioria,

sempre remetendo a **aconchego e sofisticação**. As formas observadas e categorizadas trazem referências com acabamentos **arredondados e ângulos estratégicos** para privilegiar as formas, trazendo um ar artísticos para as imagens estetizadas. O **tom** das imagens postadas prevalece mais as luzes artificiais, fotos à noite ou no ambiente com a persiana fechada, mesclando entre **luz branca e amarela** para dar **sensação de aconchego e lugar reservado**.

6.2.3 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @404apartamento

Quadro 4 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @404apartamento da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Cinza, verde e marrom predominantemente	Sensação de frescor pela cor predominante do verde das folhas
	TEXTURA	Texturas opacas e lisas	Simplicidade pelas texturas opacas e simples
	FORMAS	Retas e orgânicas das folhagens	As formas retas junto com as orgânicas dão um significado de jovialidade e contemporaneidade
	TOM	Tom assombreado. A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da janela	Meio tom e sombras e sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural através da janela

Fonte: a autora (2019)

Para a análise do perfil @404apartamento, a categorização das **cores** foi observada tons entre branco e cinza, resultando em uma sensação de **neutralidade**. Na observação das **texturas** analisadas, a predominância foi de **cimento queimado e cerâmicos**, os quais remetem também sobriedade e neutralidade. Essas texturas também fazem menção ao estilo industrial/escandinavo tão divulgado pelo @apartamento33. **As formas retas** em sua maioria, resulta em uma análise de imagens lineares de formas e ângulos, formando unidade nas postagens. Segundo Dondis (1997) as formas mais retas se associam a honestidade, retidão e esmero. O

tom percebido mescla **entre luz natural e artificial**, porém prezando sempre pela **naturalidade**, sem uso de filtros marcantes.

6.2.4 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @anfitriando

Quadro 5 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @anfitriando da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Verde, marrom e vermelho predominantemente	Sensação de alegria e aconchego
	TEXTURA	Amadeirado, estampa orgânica e metal	Sensação de acolhimento pela predominância do amadeirado
	FORMAS	Formas orgânicas variadas	As formas irregulares e orgânicas remetem a natureza
	TOM	A fotografia está totalmente clara uniformemente, luz branca artificial	Sensação de alegria e simplicidade pelo tom aberto e claro da iluminação; sem filtros aparentemente

Fonte: a autora (2019)

O perfil @anfitriando é um pouco diferente pois além de postar cotidiano, é voltado também para mesa posta, e com isso, notamos uma diferença principalmente na escolha das cores para compor o feed, trazendo **cores** mais vivas e alegres. Contudo, cores **bege e marrom** também sempre presentes, provocando neutralidade além do toque de alegria das estampas da mesa posta. As **texturas** do @anfitriando combinam entre **amadeirados e translúcidos**, remetendo sempre a **aconchego e delicadeza** ou sofisticação, já que o tema central, além de cotidiano doméstico, é o de receber em casa. As **formas** observadas no protocolo de análise deste perfil apresentam bastante formas **arredondadas e orgânicas**, formas da natureza, resultando em imagens que produzem sensações **harmônicas e de bem-estar**. O **tom** das imagens postadas apresenta **luz artificial quente**, aquecendo o ambiente

trazendo **aconchego**. Para Dondis (1997), o tom e entradas de luz, faz referência à natureza e a forma de expressá-la.

6.2.5 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @cantinho_da_gi

Quadro 6 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @canrinho_da_gi da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Cinza e branco predominantemente	Sobriedade pelas cores neutras
	TEXTURA	Texturas lisas opacas e fluida da cortina	Uma sensação de leveza da textura da cortina e opacidade das paredes
	FORMAS	Retas retangulares e geométricas	As formas geométricas sempre dão um tom de ousadia e ser divertido, brincando com as formas; jovialidade
	TOM	Luz natural iluminando uma parte da imagem com um meio tom de sombreamento; sem adição de filtro diferenciado	O tom claro da luz natural remete uma sensação de bem estar e aconchego por iluminar apenas uma parte da imagem

Fonte: a autora (2019)

Na análise desse perfil, após a categorização dos elementos de linguagem visual nas suas postagens, foi observado a presença marcante das cores cinza e branco com toques de **vermelho e rosa**, quebrando a **neutralidade** e provocando **feminilidade**. As **texturas** mais presentes no @cantinho_da_gi foram os translúcidos e cromados, além da textura da cortina trazendo, além de uma sensação de **delicadeza, leveza** nas imagens. As **formas** prezam pelas linhas **retas** com ângulos que focam nas formas, dando destaque a elas. Os **tons** das imagens desse perfil resultam de **iluminação artificial** em sua maioria, porém com presença de **luz natural** em algumas postagens, quebrando a **neutralidade** e provocando sensação de **bem-estar e naturalidade**.

6.2.6 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @apart.304

Quadro 7 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @apart.304 da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Preto, branco e verde predominantemente	Neutralidade e um toque de frescor no verde da planta
	TEXTURA	Espelhado e porcelanato fosco	Neutralidade, sem muito aconchego; delicadeza
	FORMAS	Retas/retangulares predominantemente	As formas dão sensação de composição de unidade na imagem
	TOM	Luz natural iluminando toda a imagem com um meio tom de sombreamento; sem adição de filtro diferenciado	O tom claro da luz natural remete uma sensação de bem estar

Fonte: a autora (2019)

Após a observação da categorização dos elementos de linguagem visual no perfil @apart.304, foi percebido uma estetização do cotidiano com um estilo um pouco minimalista. As **cores** das postagens desse perfil permeiam entre **branco, preto e cinza**, revelando o estilo minimalista que faz ligação com o estilo escandinavo. A **texturas** apresentadas aparentam **aconchego e delicadeza** pela presença do **amadeirado e translúcidos**, além de toque de sofisticação do marmorizado, característica que também remete ao escandinavo. As **formas** das postagens estão entre **retas e geométricas**, demonstrando **linearidade e conjunto** de formas para ressaltar **harmonia**. E os **tons** das imagens do @apart.304 prezam, em sua maioria, por **iluminação natural**, remetendo a **naturalidade e bem-estar**, que também é característica do estilo escandinavo.

6.2.7 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @casadosramos

Quadro 8 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @casadosramos da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Cinza, branco e amarelo predominantemente	Sobriedade pelas cores neutras um toque de alegria pela presença do amarelo pontual
	TEXTURA	Texturas lisas opacas e fluida da cortina	Uma sensação de leveza da textura da cortina e opacidade das paredes
	FORMAS	Retas/retangulares	Sensação de linearidade e conjunto
	TOM	Luz natural iluminando uma parte da imagem com um meio tom de sombreamento; sem filtro diferenciado	O tom claro da luz natural remete uma sensação de bem estar e aconchego por iluminar apenas uma parte da imagem

Fonte: a autora (2019)

Na análise das imagens deste perfil, foi observado que as postagens são bem cotidianas comuns, como imagens da cama, sala, pia de cozinha, fogão e até lavapropas. As **cores** do feed do @casadosramos tem mais tons **alegres** como amarelo e azul, quebrando um pouco a **neutralidade** das paredes brancas. Nas **texturas** foram percebidas a **delicadeza** do crochê e texturas **lisas** complementando com **cerâmicos e translúcidos**. **Formas retas e orgânicas** foram observadas nas postagens, com ângulo que valoriza as formas. É como se a simples forma de um prato com comida, bem angulado, se transformasse em um toque artístico. **Os tons** desse perfil revelam **naturalidade** pela presença sempre de luz natural e sem filtros marcantes ou destoantes.

6.2.8 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @coresemaisamores

Quadro 9 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @coresemaisamores da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Branco e cinza predominantemente	Neutralidade provocado pelas cores predominantemente branca e cinza
	TEXTURA	Mix de estampa de jornal	Apesar das cores neutras, a sensação é de ambiente bagunçado/em obras pela textura dos jornais
	FORMAS	Lineares transversais e arredondado da tinta	As formas são lineares porém dispostas de forma aleatórias dando sensação novamente de algo bagunçado
	TOM	Tom ameno com iluminação natural em boa parte da imagem; sem uso de filtro diferenciado	Mesmo em meio a jornais e obra, a sensação é de acolhimento provocado pelo meio tom da luz natural que entra pelo canto da imagem, nem iluminado demais nem escuro demais.

Fonte: a autora (2019)

O perfil @coresemaisamores, no geral, apresentou uma estética também minimalista/escandinavo em muitos de seus aspectos. Na análise das categorizações dos elementos básicos de linguagem visual, as **cores** mais observadas foram o **branco, preto e cinza**, revelando a **neutralidade** das imagens postadas. O **amadeirado e plantas** foram **texturas** apresentadas nas imagens do perfil, resultando um significado de **aconchego e frescor**, típicos do estilo escandinavo. As **formas** mais observadas foram as **geométricas** que variam entre **retas** de vários ângulos, provocando **amplitude e harmonia**, com um toque de **jovialidade**. A presença de **luz natural** vinda da janela revelou um feed com **tons** naturais, marcando uma identidade que também é própria do estilo escandinavo.

6.2.9 Discussão do Protocolo de Análise de Linguagem Visual nas Imagens do perfil @socializando.ideias

Quadro 10 - Análise de Imagem da Linguagem Visual do perfil @socializando.ideias da imagem 1

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Preto, branco e cinza	Sensação de neutralidade pelo P&B predominante
	TEXTURA	Lisas e opacas predominantemente	Neutralidade
	FORMAS	Lineares/retangulares; estampado de listras	Significado de conjunto e unidade pelas formas, e pela angulação que foi tirada a foto
	TOM	Presença de iluminação natural por toda a imagem sem adição de filtro marcante	Sensação de bem estar e naturalidade pela claridade natural por toda a imagem

Fonte: a autora (2019)

O perfil @socializando.ideias não é apenas ideias de decoração de apartamento, mas, também, mostra um cotidiano voltado para receitas e consumo consciente. Na observação da análise das imagens desse perfil, as **cores** mais encontradas foram o **preto, branco, cinza e rosa**, pois além de uma paleta de cores neutra, tem uma presença marcante do **delicado e romântico** da cor rosa. As **texturas lisas e opacas** predominam nas imagens observadas no perfil, remetendo a **sobriedade e delicadeza**. As **formas arredondadas** sempre presentes, revelam a **unidade** nas escolhas das formas que resultam em uma identidade única entre as postagens. E por fim, a presença marcante da **luz natural** em quase todas as imagens aqui analisadas, demonstram a **naturalidade** que eles desejam estetizar desse cotidiano, que se assemelha com a intenção dos demais perfis.

7 CONCLUSÕES

O cotidiano está cada vez mais estetizado e o que antes era compartilhado apenas na nossa intimidade e para as pessoas mais próximas, hoje está sendo compartilhado para milhares de pessoas que também estetizam seu dia a dia mais comum. A sala, o quarto, a cozinha e até o banheiro, transformaram-se em plano de fundo e cenário para fotografias e registros de compartilhamento diário.

Para chegar às conclusões para esta pesquisa, além da fundamentação teórica e busca bibliográfica, procuramos entender melhor algumas questões específicas dos perfis selecionados, iniciando por um questionário com questões abertas e fechadas que buscou compreender a relação dos perfis de apartamento do Estado de Pernambuco com o @apartamento33, e como esses perfis buscavam estetizar o cotidiano.

De início foi percebido que os perfis, em sua maioria, têm relações diretas com o @apartamento33 e alguns até se inspiraram nele para produzir o seu perfil, demonstrando a influência do Apartamento 33 sobre os perfis de apartamento no geral, sendo o primeiro aqui no Brasil a inspirar pessoas a compartilharem seus cotidianos em seus apartamentos, confirmando a escolha de fazer do @apartamento33 o exemplo modelo para estetização do cotidiano nas redes sociais. Para reforçar este dado, houve uma percepção de similaridade entre os estilos na maioria dos perfis com o @apartamento33, estetizando o cotidiano de forma similar a decoração, os ângulos, a forma, dentre outros aspectos similares.

Nesse estudo também foi confirmado que eles produzem seus próprios conteúdo dos perfis, quando eles afirmam no questionário que eles mesmos editam suas imagens para publicar, mesmo sendo de diversas profissões que não se relacionam com o design ou áreas afins, corroborando com os estudos de Falcão, Coutinho (2015) sobre especialistas e não-especialistas, abordado na fundamentação teórica. Isso pode apontar para trabalhos futuros sobre o estudo de designers amadores do cotidiano, onde pode se fazer necessário pesquisar sobre pessoas comuns de áreas distintas que produzem design em algum nível, e perceber se nesse cenário há consequências para o design.

Nesse mesmo pensamento, foi percebido, na análise do questionário, que os perfis, mesmo sem se dar conta, estão estetizando o cotidiano fazendo utilização de elementos básicos de linguagem visual e design em suas publicações e que fazem uso de ferramentas como aplicativos de edição de fotos nessas postagens para estetizar o cotidiano, demonstrando também que se importam com a aparência do que está sendo exposto, como afirmam as respostas de uma das questões do próprio questionário.

Foi observado que essa estetização não é totalmente desprogramada ou natural em sua maioria, pois, apesar da busca perceptível em parecer natural, há uma utilização de ferramentas e aplicativos para embelezar o cotidiano a ser estetizado. Além disso, essa estetização programada pode ser percebida pelo uso dos elementos básicos de linguagem visual contidas nas publicações, sendo perceptível a manipulação destes nas imagens.

Para obter tal objetivo, percebe-se, ainda, a utilização de ângulos para enquadrar melhor a fotografia e focar em detalhes e formas, dando um recorte nas partes de melhor aparência do apartamento, estetizando apenas a melhor parte de um todo. A estetização programada e pensada pode ser percebida também na escolha pré-definida de cores dos elementos da imagem, resultando numa identidade visual demonstrada no feed do Instagram de cada perfil.

A partir da percepção da estetização programada e a partir da observação da análise imagética, juntamente com a contribuição teórica dos autores buscados nessa pesquisa, pudemos perceber a intenção de monetização dos perfis, a partir da estetização programada. Observou-se um aspecto mercadológico na apresentação desses perfis específicos de apartamento, onde cores, ângulos e postagens não estão ali daquela forma por acaso, mas são programados para vender e monetizar algo dentro daquela retórica naturalmente estética do cotidiano.

O capitalismo artista (LIVPOVETSKY, 2015) nesse jogo da sedução do consumo onde a imagem vende, assim como fundamentamos na base teórica dessa pesquisa, proporciona uma base para concluirmos também que a estética do cotidiano das publicações dos perfis de Instagram de apartamento abordados nessa pesquisa, tem fundamento mercadológico e monetário por trás, fazendo com que eles se utilizem de

artefatos e elementos de design, editando suas imagens para compartilhá-las e ter um retorno de alguma forma.

Após a análise individual de cada perfil com base nos elementos básicos de linguagem visual como cor, textura, forma e tom, foi observado características expressas que se repetiram em todas as análises dos perfis. Essas expressões foram grifadas nas discussões de análise de cada perfil para melhor assimilação. Palavras como neutralidade, aconchego, harmonia e naturalidade foram as que mais se repetiram.

A repetição dessas expressões nos indica e nos faz concluir as características que esses perfis desejam aparentar ou estetizar do seu cotidiano. A grande maioria das cores demonstradas nas imagens dos perfis é em tom neutro com alguns pontos e espaços de cor, aparentando neutralidade e conforto visual nas leituras das imagens e de como desejam transmitir seu dia a dia. As texturas, em sua maioria, amadeiradas e translúcidas remetem a aconchego, aparentando um lar aconchegante para se viver, harmonioso. E a característica mais forte e presente em todos os perfis foi o tom natural das imagens com forte apelo de luz natural iluminando todo o ambiente ou boa parte dele, sem utilização de filtro marcante que descaracterize a naturalidade de um ambiente doméstico, algumas vezes fazendo uso de artifícios de edição de fotos para naturalizar ainda mais a imagem.

Se o objetivo central desta pesquisa era compreender como esses perfis estão inseridos em um mundo estetizado e como eles estetizam esse cotidiano utilizando elementos básicos de linguagem visual, então pode-se concluir que esses perfis o fazem querendo aparentar naturalidade ao cotidiano, ou “a vida como ela é”, contudo, com elementos artificiais programados que maquam a realidade, com recortes de ângulos em detalhes, combinação de cores e texturas, escolha certa de luz e tom, para aparentar a naturalidade perfeita de um dia a dia imperfeito.

7.1 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

O presente estudo construiu pontes para possíveis desdobramentos de pesquisa. Como já mencionado no tópico anterior, um dos desdobramentos para

trabalhos futuros seria a respeito das pessoas que não são designers utilizarem ferramentas e produzirem design de alguma forma, como a maioria dos perfis selecionados para esta pesquisa, pois mesmo sendo profissionais de áreas distintas, estão envolvidas com aspectos que relacionam o design no seu dia a dia. Além disso, perceber as consequências negativas e positivas para o design nesse novo cenário.

Este estudo limitou-se a perfis de apartamento do Estado de Pernambuco por querer buscar uma representação da região a qual nos encontramos, contudo, um trabalho futuro poderia pesquisar perfis de Instagram que estetizem o cotidiano de cada região do Brasil, trazendo uma visão mais geral, contribuindo para compreender como se comporta a estetização do cotidiano pelas redes sociais no Brasil.

Um outro possível desdobramento permeia na relação entre a estetização do cotidiano pelas redes sociais e o consumo. A valorização do lar compartilhado pode ter fomentado, ou não, a indústria de mobiliário, revestimento imobiliário, decoração de interiores, utensílios domésticos diferentes e esteticamente apresentáveis, pois agora não ficam apenas nas gavetas escondidas, são passíveis de compartilhamento. Além do aumento, ou não, do consumo de serviços de arquitetura e interiores.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Cássio Adriano Braz; MARTINS, José Clerton de Oliveira. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. Revista Mal-Estar e Subjeividade, v.7, n.2, p.479-500, set. 2007, Fortaleza.

ARAÚJO, Rodrigo da Costa. Errâncias, Corpo e Pintura no Diário Íntimo de Frida Kahalo. Palimpsesto, v. 3, n.16, p.2, 2013, Rio de Janeiro.

ARENDT, Hannah. A Condição Humana. Trad. Ed. Raposo. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. Diálogos com Zygmunt Bauman. Entrevista para a CPFL Cultura e o Seminário Fronteiras do Pensamento. Disponível em: <http://www.cpfcultura.com.br/2011/08/16/dialogos-com-zygmunt-bauman/>. Acesso em: 02 de fev. de 2019.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Notas de Aula sobre Design e Estética. **Anhembi**. Rio de Janeiro, 2001.

CONHEÇA AS IRMÃS. Efeito Orna, 2017. Disponível em: <https://efeitoorna.com/conheca-as-irmas/> . Acesso em: 19 de jul. de 2019.

CARDOSO, Rafael. Design Para Um Mundo Complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CARNEIRO, G. Aspectos psicossociais da comunicação de massa. In W. R. Poyares, Comunicação social e relações públicas (2ª ed., pp. 152-156). Rio de Janeiro: Agir, 1974.

CASTELLS, Manoel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORRÊA, E. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos. *Organicom*, 2(3), 45-111, 2005.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997

ELIAS, Norbert. Sobre o tempo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

ESPANHOL, J. A estética fotográfica no aplicativo Instagram a partir do diálogo com os aspectos de mobilidade e de sociabilidade, Brasília, 2013.

FALCÃO, Luisa.; COUTINHO, Solange. 2015. A relação dos usuários especialistas e não-especialistas com as fontes de texto: distinção e atribuição de conceitos subjetivos. In: C. G. Spinillo; L. M. Fadel; V. T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). Anais [Oral] do 7º Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings [Oral] of the 7th Information Design International Conference | CIDI 2015 [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.2]. São Paulo: Blucher. ISSN 2318-6968, ISBN: 978-85-8039-122-0 DOI 10.5151/designpro-CIDI2015-cidi_29, 2015.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FEIL, Gabriel Sausen. Comunicação: condição ou impossibilidade humana? *Galáxia*, n.26, p. 48-59, dez. 2013. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/10836/12988>. Acesso em: 08 de maio de 2019.

FELIX, Eloisa costa. O papel das influenciadoras digitais no processo de decisão de compra. 2017. 94 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

FRANK, Anne, 1929-1945. O diário de Anne Frank – Livro vira-vira – 4ª edição, Rio de Janeiro: BestBolso, 2012.

KAHLO, F. O diário de Frida Kahlo: um auto-retrato íntimo. 3. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

KOEHLER, C.; CARVALHO, M. O público e o privado nas redes sociais: algumas reflexões segundo Zygmunt Bauman. **Revista Espaço Pedagógico**,

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa - São Paulo: ed. 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. 1º ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LÖBACH, B. Design Industrial: bases para a configuração dos produtos. São Paulo: Blücher, 2001.

MAFFESOLI, Michel. No Fundo das Aparências. 2ª edição. Petrópolis: Vozes, 1999. O Mistério da Conjunção. Ensaios sobre Comunicação, Corpo, Socialidade. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MCCRACKEN, G. Cultura & Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MINGO, Marcela de. Diário de Reforma: O apartamento Pinterest de Débora Alcântara. Casa Abril, 2017. Disponível em:

<https://casa.abril.com.br/ambientes/diario-de-reforma-o-apartamento-pinterest-de-debora-alcantara/>. Acesso em: 19 de jul. de 2019.

NORMAN, Donald A. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PANEK, Bernadette. O livro de artista e o espaço da arte. III Fórum de pesquisa científica em arte, Curitiba: 2005.

PEREZ, María Camíla. Imágenes Ajenas. Arcadia, 2012. Disponível em:

<https://www.revistaarcadia.com/arte/articulo/richard-prince-imagenes-instagram/42815>. Acesso em: 03 de maio de 2019.

POYARES, Comunicação Social e Relações Públicas (2nd ed., p. 152-156). Rio de Janeiro: Agir, 1974.

SANTAELLA, Lúcia. Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTOS, Soraya Vieira. A relação entre o público e o privado: um estudo inicial no pensamento de Hannah Arendt. Inter-Ação, Goiânia, v. 37, n. 2, p. 223-235, jul./dez. 2012.

SIBILIA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo, Rio de Janeiro, Nova Fronteira. 2008.

SILVA, Cristiane; TESSAROLO, Felipe. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos

Interdisciplinares da Comunicação. Faculdades Integradas Espírito Santense – FAESA. São Paulo, 2016

SNEED, Gillian Dos Happenings ao diálogo: legado de Allan kaprow nas práticas artísticas “relacionais” contemporâneas. Tradução Luciara Mota e Luiz Sérgio de Oliveira In: Revista Poiésis, n 18, p. 169-187, 2011

SOUZA, Mateus de. @apartamento.33: um caso de co-branding que merece ser estudado. LinkedIn, 2018. Disponível em:

<https://www.linkedin.com/pulse/apartamento33-um-caso-de-co-branding-que-merece-ser-matheus-de-souza/> . Acesso em: 19 de jul. de 2019.

VIEIRA, Euripedes Falcão. O tempo-espaço: ficção, teoria e sociedade. Cadernos EBAPE.BR, v.1, n.1, ago. 2003. Disponível em: www.ebape.fgv.br/cadernosebape. Acesso em: 08 de maio de 2019.

VIEIRA, Josiany F. Do diário virtual ao jornalismo participativo na blogosfera: um estudo de caso do blog de Ricardo Noblat. Dissertação defendida no Mestrado em Comunicação e Linguagens, UTP, 2007.

APÊNDICE A - RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS

Perfil @coresemaisamores

RESPOSTAS - CORES E MAIS AMORES

1. Endereço de e-mail *

coresemaisamores@gmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@coresemaisamores - Recife

3. Qual a sua profissão?

Nutricionista

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

2- Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições)

1- **Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)**

3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

@deleedelablog

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Sim

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

Bonito

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

Sim, VSCO Cam

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

Eu já tinha um blog e algumas pessoas que seguiam o blog pediram pra eu criar o insta. Aí eu fiz!

Perfil @casadosramos

1. Endereço de e-mail *

eduarda.sanguinetti@hotmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@casadosramos - Paulista/ PE

3. Qual a sua profissão?

Atendente de farmácia/ proprietária

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

1 - Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições

2 - Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)

3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

@aquiemcasa_

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Sim

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

Gosto das dicas, inspirações, do formato das publicações e do feed bem organizado.

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

As vezes edito no próprio instagram ou no Facetune

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

A minha paixão por interiores e rotinas do dia a dia. Quis ter um lugar onde pudesse falar sobre minha nova vida de casada, dia a dia, dica e que fosse um hobby.

Perfil @anfitriando

1. Endereço de e-mail *

renatanogueira1103@gmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@anfitriando Recife

3. Qual a sua profissão?

Dentista

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

1 - Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições)

3 - Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)

2 - Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

Beluquices

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Não

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

Não conheço

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

Sim. Snapseed

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

Amo esse tema

Perfil @cantinho_da_gi

1. Endereço de e-mail *

cantinhodagigram@outlook.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@cantinho_da_gi e sou de Paulista-PE

3. Qual a sua profissão?

Técnica em Segurança do Trabalho

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

- 1- **Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições)**
- 2- Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)
- 3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?
@amor_pelo_lar_

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?
Não

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

Snapseed

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

A minha motivação foi de compartilhar idéias, dicas e a rotina do apartamento. Ter uma troca de conhecimento, junto com meus seguidores.

Perfil @404apartamento

1. Endereço de e-mail *

emailnataliaaraujo@gmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@404apartamento / Recife

3. Qual a sua profissão?

Advogada

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

2- Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições

1- Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)

3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

@apartamento33

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Conheço as irmãs Alcântara, acompanho desde o início do blog delas Orna

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

Gostava mais no início

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

VSCO

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

Guardar a história da nossa mudança pré casamento, ajuda dos familiares e presentes de amigos.

Perfil @nossoape007

1. Endereço de e-mail *

pm_sm2@hotmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

Meu perfil conta um pouco da reforma, decoração de um casal recém casado com dicas de achadinhos sobre tudo que nordea o nosso apê e hoje sobre o nossa relação pessoal através da identificação com o nosso público. Somos de Recife.

3. Qual a sua profissão?

Administradora

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

2- Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições

1- **Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)**

3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

Seguia alguns perfis em SP em 2016 e achava legal as dicas. Como não tinha aqui em Recife, resolvi compartilhar o que aprendemos com a nossa reforma ja que não tivemos ajuda de profissionais da área.

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Não ouvi falar e não conheço..

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

Somente o Picsart quando coloco moduras.

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

Compartilhar para o público que é possível fazer algo bacana e moderno através de um apartamento antigo.

Perfil @apart.304

1. 2Endereço de e-mail *

apart.304@hotmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@apart.304 - Paulista/PE

3. Qual a sua profissão?

Técnica em Edificações

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

2- Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições

1- Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)

3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

apartamento33

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Sim! Foi esse perfil que me incentivou a criar o meu

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

Lindo e criativo

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

VSCO

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

Compartilhar dicas sobre decoração, gastronomia e afins, dentro da minha região (onde moro/vivo)

Perfil @socializando.ideias

1. Endereço de e-mail *

karoline.glucena@gmail.com

2. Qual o seu perfil no Instagram e de onde você é?

@socializando.ideias

3. Qual a sua profissão?

Publicitária | Criadora de conteúdo

4. Numa escala de 1 a 3, enumere o tema de maior importância/engajamento no seu perfil, sendo: 1. Muito importante, 2. Importante e 3. Menos importante

2- Cotidiano/Dia a dia de vocês e do apartamento (refeições

- 1- Decoração do apartamento (fotos mostrando a decor, mobiliário, revestimento)
- 3- Publicações de sua vida pessoal

5. Qual perfil do Instagram te inspirou inicialmente a fazer um perfil assim?

Vários, entre eles o blog comprando meu apê e o apartamento.33

6. Você conhece ou já ouviu falar do perfil @apartamento33?

Sim

7. Se conhece o perfil @apartamento33, em poucas palavras, qual sua opinião sobre ele?

Inovador.

8. Com relação ao seu perfil, você atenta para a estética (aparência, beleza) das suas publicações (combinação de cores, ângulos, etc.)

Me atento muito

Me atento um pouco

Não me atento a isso

9. Quais desses elementos você realmente pondera ao tirar suas fotos para publicar no seu perfil? (pode escolher quantas opções quiser)

Combinação de cores (paleta de cores)

Ângulos/proporção dos objetos

Texturas e acabamentos de revestimentos, superfícies em geral

Formatos dos objetos (se mais arredondado, linear, slim...)

Tom da imagem (luz natural, filtros...)

10. Você edita suas fotos antes de publicar no seu perfil?

Sim

Não

11. Se sim, é você mesmo quem edita as fotos para publicar no seu perfil do Instagram?

Sim, eu mesmo edito

Não, pago alguém para fazer isso

12. Você usa algum aplicativo para editar suas fotos? Se sim, quais?

Instasize entre outros

13. Em poucas palavras, o que te motivou a fazer um perfil do seu apartamento?

Compartilhar. Quero ajudar e inspirar pessoas.

APÊNDICE B - PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS DE LINGUAGEM VISUAL

@apartamento33

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Dourado, preto e rose gold	Combinação de cores que remete a nobreza do dourado junto com o branco
	TEXTURA	Metal polido	Elegância do metalizado polido; brilhante, predominantemente
	FORMAS	Combinou um Flat Lay com as formas curvas dos acessórios	Representação de delicadeza e sofisticação das formas arredondadas e curvas
	TOM	Plano de fundo em tons claros; balanço de branco moderado com iluminação natural levemente dando um tom totalmente claro a imagem.	Sensação de harmonia e bem estar nos tons claros e monocromáticos

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 2</p> 	COR	Cinza, preto e branco	Sobriedade das cores neutras
	TEXTURA	Lisa e opaca	Sobriedade e neutralidade também nas texturas
	FORMAS	Geométricas e curvas	Brincadeira com as formas geométricas da roupa com as formas do artefato remetendo jovialidade e alegria
	TOM	Presença de iluminação natural clareando toda a imagem; saturação de branco mais marcante	Sensação de bem estar pelo tom totalmente claro

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Bege, branco e marrom predominantemente	Aconchego das cores bege e marrom
	TEXTURA	Amadeirados e cimentícios	Aconchego também na textura amadeirada e veios mesclados
	FORMAS	Revestimento de piso e parede em formas verticais; formato de régua; formas lineares	Linearidade e sensação de continuidade na formas verticais entre o piso e a parede
	TOM	Contraste da luz natural com a sombra do interior da sala, porém predominantemente claro	Acolhimento no tom da luz natural com a sombra do interior da sala

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Prateado, vermelho, branco e preto	Sensação de bem estar e limpeza e um toque de alegria com o ponto de cor
	TEXTURA	Cromado polido, plástico fosco e vidro	Elegância do cromado polido junto com o detalhe do vidro no fundo
	FORMAS	Acabamentos arredondados e curvos	Sensação de modernidade nas formas arrojadas dos artefatos
	TOM	Plano de fundo claro e balanço de branco menos intenso; tom ameno assombreado	Acolhimento no tom escurecido do ambiente contrastando com a luz e sombra

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 5</p> 	COR	Cinza, preto, branco e marrom	Sensação de bem estar e limpeza e acolhimento
	TEXTURA	Metais polidos, aramado e amadeirado	Acolhimento na textura amadeirada do piso junto com o a modernidade do cromado
	FORMAS	Retangulares predominantemente	Delicadeza das formas retangulares compondo a linearidade das régua do piso
	TOM	Tons fechados e luz natural vinda de baixo	Aconchego do tom amadeirado do piso e luz natural contrastando com a frieza do balanço de branco mais fechado da gaveta de talheres

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 6</p> 	COR	Branco, bege, marrom e toques de verde	Aconchego nas cores entre bege e marrom e frescor junto com o verde das plantas
	TEXTURA	Amadeirados, folhagem, mármore e pelugem	Sensação de requinte na textura do mármore e acolhimento na textura amadeirada
	FORMAS	Retangulares e arredondados	Delicadeza nas formas arredondadas e retangulares
	TOM	Luz natural vinda de várias direções clareando todo o ambiente	Sensação de bem estar com a luz natural e tons neutros

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco, dourado e azul	Riqueza na combinação de cores entre o dourado, azul e branco
	TEXTURA	Metal polido, azulejo brilhoso e tinta opaca	Elegância e sofisticação no metal polido em contraste com a parede opaca
	FORMAS	Acabamentos arredondados e curvos nos metais e lâmpada	Vintage chique no resgate a formas arredondadas da lâmpada aparente e torneira
	TOM	Um pouco escurecido na parte da lâmpada provocando sombras e fotografia iluminada artificialmente com saturação de branco forte	Um ar vintage no uso do filtro escolhido, branco envelhecido

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco, marrom e um toque de verde	O branco predominante dar uma sensação de limpeza e claridade
	TEXTURA	Espelhado, amadeirado e azulejo acetinado	Sensação de amplitude com o espelho e aconchego no amadeirado
	FORMAS	Retangulares e quadradas	Linearidade com a forma em retângulo dos azulejos e espelho
	TOM	Entrada de luz natural provocando luminosidade	Tom da luz natural provocando amplitude e bem estar pela alta luminosidade no ambiente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Branco e cinza predominantemente	O uso de cores neutras como o cinza e branco predominante dar uma sensação de unidade na imagem
	TEXTURA	Azulejo brilhoso, cromado e superfícies opacas	Modernidade nas texturas do comado da geladeira junto com a opacidade das superfícies da marcenaria
	FORMAS	Retangulares predominantemente	Uso de formas geométricas; principalmente retangulares, passando a sensação de contemporaneidade
	TOM	Luz natural apenas em um ponto da imagem; ausência de filtro marcante	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural apenas em um ponto da imagem e naturalidade sem presença de filtro marcante

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco predominantemente	Sensação de limpeza e unidade pelo branco predominante
	TEXTURA	Espelhado e azulejo acetinado	Contemporaneidade pelo uso do espelhado e leve brilho
	FORMAS	Formas retas e retangulares	Sensação de amplitude e linearidade pelas formas retas e geométricas
	TOM	Meia luz e sombras com apenas um ponto de iluminação e o restante escuro	Aconchego e mistério provocado pela meia luz com efeito de luz e sombra

@nossoape007

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Branco e bege predominantemente	Sensação amplitude, unidade e bem estar pelas cores claras predominantemente
	TEXTURA	Textura lisa e brilhante da laca, vidro e amadeirado	Sofisticação apresentado nas texturas da laca da mesa e do vidro com cristais no pendente, que são dois pontos que chamam atenção na imagem e aconchego nas texturas amadeiradas
	FORMAS	Retas com pontos arredondados	Linhas retas com acabamentos arredondados remetendo a um significado de contemporaneidade
	TOM	Aproveitamento da luz natural e artificial para dar um tom bem claro na imagem	Sensação de amplitude pelo tom claro de luz natural em contraponto do aconchego provocado pela meia luz amarelada em pontos específicos

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 2 	COR	Branco e bege predominantemente	Sensação bem estar e unidade pelas cores neutras
	TEXTURA	Acetinado liso e alto relevo matelassada no jogo de cama	Significado de elegância com a textura em matelassê combinado com a textura acetinada da cabeceira da cama
	FORMAS	Retas retangulares	Sensação de amplitude pelas formas retas; linearidade
	TOM	Luz artificial branca e um ponto de luz amarelada; pouco saturada	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento do meio tom da luz amarelada em um ponto do ambiente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Branco e bege predominantemente	Sensação de limpeza e bem estar pelas cores claras
	TEXTURA	Porcelanato liso e em alto relevo; vidro e cromado	Delicadeza nas texturas finas do porcelanato liso e vidro junto com o ar de jovialidade da textura alto relevo
	FORMAS	Formas retas predominantemente com alguns pontos arredondados como na torneira	Significado de modernidade nas formas retas e geométricas do detalhe do porcelanato atrás
	TOM	Luz artificial fria e boa luminosidade refletida no branco	A luz mais fria e branca dar uma sensação de frescor ao banheiro, dando uma tonalidade clara

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Cinza, branco e preto predominantemente	Sensação de bem estar pelas cores claras
	TEXTURA	Amadeirado e estampados variados	Significado de jovialidade pelo mix de texturas e estampas
	FORMAS	Formas lineares e retas predominantemente	As formas dão uma aparência de linearidade e unidade no ambiente
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente o ambiente	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural junto com o meio tom das luzes de led amarelada em um ponto da sala

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Branco e bege predominantemente	Sensação de bem estar pelas cores predominantemente claras
	TEXTURA	Laca brilhante, amadeirado e alto relevo no tapete	As texturas apresentadas na imagem remetem a elegância e conforto
	FORMAS	Formas retas mesclados com formas arredondadas nos acabamentos	Eles mesclaram muito bem as formas retas com arredondadas dando um significado contemporâneo e de unidade; harmonia
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da persiana	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural através da persiana em conjunto com o toque de luz no led amarelado em apenas um canto do ambiente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Branco e bege/marrom claro predominantemente	Bem estar e neutralidade pela presença de apenas duas cores neutras
	TEXTURA	Amadeirado e um pouco acetinado no piso	Aconchego e sofisticação
	FORMAS	Formas retas e ângulo com um ponto de fuga central	Linearidade pelas formas retas e um tom artístico fotográfico na escolha do ângulo
	TOM	Tom claro iluminado artificialmente; ausência de filtro marcante	Bem estar e amplitude pela tonalidade clara, mesmo que artificialmente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco, marrom claro, preto e vermelho nos detalhes	Neutralidade e descontração pela presença dos pontos de cor mais fortes
	TEXTURA	Amadeirado e laca fosca	Aconchego e sofisticação
	FORMAS	Retas e orgânicas	Amplitude e um pouco de frescor pela presença das formas orgânicas
	TOM	Imagem iluminada artificialmente por completo; sem filtro marcante	A iluminação apesar de ser artificial é amarelada, dando uma sensação de aconchego

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco, preto e bege predominantemente	Neutralidade e bem estar
	TEXTURA	Translúcidos e lisos	Sofisticação e delicadeza
	FORMAS	Geométricas e arredondadas	Mesmo sendo formas geométricas, quando combinadas com as arredondadas, deu uma sensação de elegância
	TOM	Tom um pouco escurecido com iluminação indireta em um ponto específico	Aconchego pela presença do toque de luz amarelado indireto e tom mais ameno

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Branco, amarelo e azul, predominantemente	Alegria e bem estar pela presença forte do amarelo
	TEXTURA	Translúcido, Opaco e estampa	Elegância e alegria também na estampa diversificada
	FORMAS	Arredondadas	Como se formasse um conjunto, sensação de uniformidade
	TOM	Tom único iluminando todo o ambiente	Aconchego por não estar tão claro

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco, azul e cinza predominantemente	Neutralidade e conforto visual
	TEXTURA	Alto relevo do capacho e cerâmica lida opaca	Neutralidade apesar do relevo grosseiro do capacho
	FORMAS	Retangulares predominantemente	Unidade e conjunto
	TOM	Iluminação natural clareando todo o ambiente em tom único	Bem estar na tonalidade toda iluminada por igual

@404apartamento

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Cinza, verde e marrom predominantemente	Sensação de frescor pela cor predominante do verde das folhas
	TEXTURA	Texturas opacas e lisas	Simplicidade pelas texturas opacas e simples
	FORMAS	Retas e orgânicas das folhagens	As formas retas junto com as orgânicas dão um significado de jovialidade e contemporaneidade
	TOM	Tom assombreado. A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da janela	Meio tom e sombras e sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural através da janela

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 2</p> 	COR	Branco, cinza e rosa predominantemente	Sensação de bem estar e aconchego pelas cores claras
	TEXTURA	Opaco e espelhado	Leveza pela simplicidade das texturas
	FORMAS	Retas, lineares predominantemente	Na imagem a forma mais aparente é a retangular da cabeceira junto com as formas mais lineares dos travesseiros remetendo um significado de continuidade e amplitude
	TOM	Meio tom assombreado. A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através de um canto da imagem	O tom escurecido e esmaecido provocado pela luz natural entrando bem pouco pelo canto da imagem dá uma sensação de aconchego e conforto

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Preto e cinza predominantemente	Sensação mais robusta pelas cores mais escuras
	TEXTURA	Cimento queimado e superfícies espelhados	Significado de modernidade e tecnologia pelas texturas espelhadas, cimento queimado e cromado dos detalhes
	FORMAS	Retangulares e lineares predominantemente	Significado de modernidade nas formas retangulares e formas retas da coifa
	TOM	Luz branca fria junto com o ponto de luz mais aquecido e direcionado da coifa	É um tom um pouco frio da luz branca principal iluminando toda a imagem de forma única, mas um pouco de sensação acolhedora pelo ponto de luz amarelada pontual da coifa

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Cinza e amarelo predominantemente	Sensação de unidade pela cor cinza predominante
	TEXTURA	Cimento queimado e camurça predominantemente	O cimento queimado junto com estampas dão um significado de jovialidade e criatividade
	FORMAS	Retangulares e lineares	Linearidade e também unidade nas formas retas e geométricas
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da cortina	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural através da cortina

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Cinza predominantemente	A cor cinza predominante dar uma sensação de unidade na imagem
	TEXTURA	Cimento queimado	Significado de obra inacabada pela textura do cimento queimado ainda não uniforme, mas ao mesmo tempo harmônico
	FORMAS	Formas orgânicas e irregulares	As formas irregulares remetem jovialidade e descontração, ao mesmo tempo que são harmônicas
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente toda a imagem	O tom está totalmente claro pela luz natural, o que remete a bem estar visual

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Branco e bege	Neutralidade e "limpeza visual"
	TEXTURA	Lisa e opaca predominantemente	Naturalidade pela ausência de texturas fortes
	FORMAS	Retas/lineares	Uniformidade
	TOM	Aproveitamento de luz natural com sombras; ausência de filtro marcante	Bem estar e aconchego provocado pela luz natural e sombras

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Cinza, bege e dourado predominantemente	Neutralidade e elegância
	TEXTURA	Cimento queimado e brilhoso predominantemente	Modernidade e sofisticação
	FORMAS	arredondadas predominantemente	As formas arredondadas junto com formas retas da árvore são sensação de jovialidade; ângulo reto que privilegia o foco na árvore
	TOM	Luz natural vinda de um lado da imagem	Bem estar, aconchego e naturalidade sem presença de filtro marcante

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Cinza e bege	Neutralidade e "limpeza visual"
	TEXTURA	Espelhado e opaco	Sofisticação e simplicidade pela presença do espelhado
	FORMAS	Formas da tipografia e ângulo com foco no detalhe	Simplicidade também nas formas, já que a fotografia prezou em focar no detalhe da tipografia
	TOM	Tom claro uniforme; sem presença de filtro marcante	Naturalidade e bem estar

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Branco e vermelho predominantemente	Essas cores dão um ar romântico na imagem
	TEXTURA	Cerâmica lisa opaca, translúcido e macio das flores	Essas cores dão um ar romântico na imagem
	FORMAS	Arredondadas, retas e orgânicas; ângulo nos detalhes	As formas se complementam dando sensação de unidade
	TOM	Tom não tão claro, porém natural	Naturalidade pela ausência de luz forte

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Cinza e azul predominantemente	Sofisticação
	TEXTURA	Translúcido e cimento queimado predominantemente	Também sensação e sentimento de sofisticação
	FORMAS	Arredondadas e orgânicas	Uniformidade e delicadeza
	TOM	Meia luz e sombras	Muito aconchego e um pouco de teatralidade pelo tom escurecido, iluminando apenas com o pisca

@anfitriando

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Verde, marrom e vermelho predominantemente	Sensação de alegria e aconchego
	TEXTURA	Amadeirado, estampa orgânica e metal	Sensação de acolhimento pela predominância do amadeirado
	FORMAS	Formas orgânicas variadas	As formas irregulares e orgânicas remetem a natureza
	TOM	A fotografia está totalmente clara uniformemente, luz branca artificial	Sensação de alegria e simplicidade pelo tom aberto e claro da iluminação; sem filtros aparentemente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 2 	COR	Rosa, branco e bege predominantemente	Sensação harmônica e um toque de romantismo pela presença do rosa
	TEXTURA	Amadeirado e texturas lisas	Aconchego
	FORMAS	Formas arredondadas e mobiliário retangular	As formas arredondadas predominantemente dão sensação de harmonia
	TOM	Tom claro, sem filtro, aparentemente	Acolhimento pelo meio tom do lustre e naturalidade sem saturação ou filtro marcante

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Verde, bege e marrom predominantemente	Sensação de frescor e acolhimento pelas cores terrosas
	TEXTURA	Amadeirado e bordados auto relevo	Aconchego na textura amadeirada predominantemente
	FORMAS	Formas orgânicas e diferenciadas	As formas orgânicas a arredondadas dão um significado de unidade\conjunto
	TOM	Meio tom provocando sombra; ausência de filtro marcante	A tonalidade da luz é fria, mas contem sombra e tons terrosos, o que deixar a imagem mais aconchegante

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Branco e rosa predominantemente	O rosa e o branco como estão dispostos na imagem, remetem a romantismo
	TEXTURA	Amadeirado e bordados auto relevo	Delicadeza pela presença do bordado e aconchego no amadeirado
	FORMAS	Formas arredondadas e formas da natureza como pássaros e flores	As formas remetem a paz e harmonia da natureza
	TOM	Meio tom; Luz artificial sem presença de filtros marcantes	Naturalidade apesar da iluminação artificial

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Verde, bege e marrom predominantemente	Sensação de acolhimento e frescor pelas cores que remetem a natureza
	TEXTURA	Amadeirado e vidro predominantemente	Aconchego e delicadeza pela presença do vidro
	FORMAS	Formas orgânicas e arredondadas	As formas remetem a harmonia da natureza
	TOM	Meio tom e luz quente amarelada	Sensação de aconchego pela meia luz amarelada

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Bege e marrom claro predominantemente	Aconchego e conforto visual
	TEXTURA	Amadeirado, crochê e translúcido	Aconchego e delicadeza nas texturas
	FORMAS	Arredondadas e retas; ângulo não privilegiado	As formas variadas se complementam dando sensação de conjunto
	TOM	Meio tom com luz baixa	Aconchego e conforto visual; naturalidade sem presença de filtro marcante

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Cinza, azul, branco e preto predominantemente	Alegria e descontração pela variedade de cores
	TEXTURA	Cimento queimado, amadeirado e translúcido	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Formas diversas	Descontração e um pouco de romantismo pela presença da forma de coração
	TOM	Tom escurecido; ausência de filtro marcante	Aconchego pelo tom escuro e meia luz

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco e dourado predominantemente	Elegância
	TEXTURA	Brilhoso e translúcido	Elegância e delicadeza
	FORMAS	Arredondadas predominantemente; ângulo com foco nos detalhes	Conforto visual
	TOM	Iluminação artificial branca iluminando todo o ambiente por igual	Bem estar pela imagem iluminada por igual

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Cinza, verde, vermelho e bege predominantemente	Aconchego pelas cores fechadas
	TEXTURA	Cimento queimado, translúcidos e opacos	Descontração no mix de texturas
	FORMAS	Arredondadas e geométricas; ângulo que coloca os detalhes no centro da imagem	Descontração e conforto visual pelo ângulo centralizado
	TOM	Luz branca; sem utilização de filtro marcante	Naturalidade pelo tom claro, mesmo que artificialmente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco, vermelho, marrom e verde	Clima natalino pelo uso das cores
	TEXTURA	Amadeirado, brilhoso e translúcido	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Formas diversas arredondadas predominantemente	As formas combinam entre si dando sensação de conjunto e harmonia
	TOM	Luz quente iluminando a imagem por igual	Aconchego pela tom quente

@cantinho_da_gi

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Cinza e branco predominantemente	Sobriedade pelas cores neutras
	TEXTURA	Texturas lisas opacas e fluida da cortina	Uma sensação de leveza da textura da cortina e opacidade das paredes
	FORMAS	Retas retangulares e geométricas	As formas geométricas sempre dão um tom de ousadia e ser divertido, brincando com as formas; jovialidade
	TOM	Luz natural iluminando uma parte da imagem com um meio tom de sombreamento; sem adição de filtro diferenciado	O tom claro da luz natural remete uma sensação de bem estar e aconchego por iluminar apenas uma parte da imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 2 	COR	Cinza, bege e branco com pontos de verde das plantas	Sensação de amplitude e aconchego pelas cores neutras e também de frescor pelo toque verde das plantas
	TEXTURA	Vidro, cromado e texturas lisas no piso e parede	A variedade de texturas como o brilhoso, o vidro e alguns toques de estampa remete a um ambiente limpo e amplo; sensação de bem estar
	FORMAS	lineares e retangulares predominantemente	As formas retas dos artefatos dar a sensação de linearidade e unidade no ambiente
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear bastante o ambiente através da cortina	Sensação de amplitude e bem estar provocado pelo claridade da luz natural através da cortina

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Branco, bege e rosa, predominantemente	Sensação de bem estar e harmonia pela combinação de cores claras e um pouco de romantismo pela presença da cor rosa e vermelho
	TEXTURA	Relevo quadriculado na colcha e texturas variadas	As texturas diversas são harmônicas e dão uma sensação de delicadeza
	FORMAS	Formas retangulares e arredondadas fazendo um conjunto divertido	Significado de alegria e jovialidade pelas variadas formas que compõem a imagem, brincando formas retangulares com arredondadas
	TOM	Tom totalmente claro aproveitando a luz natural para clarear a imagem; sem filtro marcante	Aconchego e bem estar pelo tom mais claro provocado pela iluminação natural, sem muita saturação

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Branco, cinza e bege com toque de verde na planta	Sensação de acolhimento e frescor pela cor bege e verde
	TEXTURA	Textura leve da cortina e lisas em outras áreas	Significado de leveza e frescor também pela cortina e textura das plantas
	FORMAS	Retas e arredondadas junto com as formas orgânicas da planta	As formas orgânicas das folhas e linhas retas dão uma sensação de leveza para a imagem
	TOM	Tom um pouco escurecido com algumas sombras	Aconchego pelo tom assombreado sem muita saturação

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Branco, cinza e bege predominantemente	Aconchego pelas cores neutras e a predominância do bege mais escuro
	TEXTURA	Tecido leve da cortina e vidro pontualmente	As texturas leves dar um ar de frescor e leveza à imagem
	FORMAS	Linhas retas e retângulos em conjunto com formas arredondas pontualmente	Significado de linearidade e harmonia entre as diversas formas; contudo predomina as linhas retas
	TOM	A fotografia aproveitou pouca a luz natural mas fez uso de luz artificial para clarear o ambiente	Sensação de sobriedade pelo tom um pouco frio da luz artificial branca

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Branco, preto e rosa predominantemente	Sensação de neutralidade com um ar romântico
	TEXTURA	Amadeirado e translúcidos	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Arredondadas predominantemente; ângulo centralizado	Harmonia
	TOM	Luz natural; ausência de filtro marcante	Naturalidade e bem estar

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco, preto e cinza predominantemente	Sensação de bem estar pela predominância de cores claras
	TEXTURA	Vidro e amadeirado predominantemente	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Retas predominantemente; ângulo amplo	Harmonia e linearidade; o ângulo privilegiou as formas
	TOM	Luz branca artificial iluminando todo o ambiente; ausência de filtro marcante	Bem estar e neutralidade pela ausência de filtro destoante

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco, cinza e preto predominantemente	Sensação de bem estar e limpeza pelas cores claras
	TEXTURA	Cromado, brilhoso e cerâmico	Também sensação de limpeza
	FORMAS	Retas/lineares; ângulo que não privilegia as formas	Linearidade e conjunto
	TOM	Luz branca com um ponto de iluminação mais aquecida	Bem estar e um pouco de aconchego

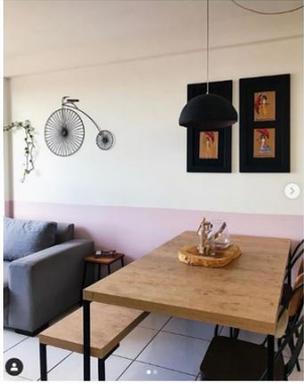
PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Cinza, marrom claro e verde predominantemente	Um pouco de aconchego e frescor
	TEXTURA	Cromado, translúcido e lisos predominantemente	Delicadeza e sensação de ambiente limpo
	FORMAS	Retas e orgânicas; ângulo que dá destaque às formas da planta	Unidade e bem estar
	TOM	Tom escuro em boa parte da imagem; sem presença de luz natural ou filtro marcante	Sensação indiferente pelo tom escuro

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco, cinza e vermelho	Limpeza, neutralidade com um toque de ousadia
	TEXTURA	Espelhado, cerâmico, translúcido	Limpeza e delicadeza
	FORMAS	Retas e arredondadas	Harmonia entre formas e ângulos
	TOM	Luz branca artificial sem presença de filtro marcante	Bem estar pelo ambiente estar todo iluminado uniformemente

@apart.304

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Preto, branco e verde predominantemente	Neutralidade e um toque de frescor no verde da planta
	TEXTURA	Espelhado e porcelanato fosco	Neutralidade, sem muito aconchego; delicadeza
	FORMAS	Retas/retangulares predominantemente	As formas dão sensação de composição de unidade na imagem
	TOM	Luz natural iluminando toda a imagem com um meio tom de sombreamento; sem adição de filtro diferenciado	O tom claro da luz natural remete uma sensação de bem estar

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 2 	COR	Branco, cinza, marrom e verde	A escolha das cores no prato tornou a imagem harmônica
	TEXTURA	Marmorizado e amadeirado predominantemente	Acolhimento e um toque de elegância pela textura marmorizada
	FORMAS	Arredondadas e orgânicas, seja nos veios do marmorizado, nos alimentos e veios da madeira	As formas arredondadas e orgânicas remetem a leveza e harmonia
	TOM	A imagem está iluminada uniformemente com luz natural, sem presença de filtro marcante	A presença do tom claro da luz natural dar sensação de bem estar visual

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 3</p> 	COR	Branco, cinza e rosa predominantemente	A presença do rosa junto com o cinza deu um significado de ambiente “fofo” ou romântico
	TEXTURA	Amadeirado e tecido liso fosco predominantemente	Aconchego pela predominância do amadeirado
	FORMAS	Retas/retangulares predominantemente	Sensação de linearidade pelas formas retas alinhadas uma com as outras
	TOM	Presença de luz natural em um ponto da imagem; sem presença de filtro marcante	A luz natural apenas por uma parte da imagem dá uma sensação de aconchego pelo meio tom

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 4</p> 	COR	Branco, cinza e preto predominantemente	Sensação de neutralidade e sobriedade pelas cores, com apenas poucos pontos de cor mais forte nas plantas
	TEXTURA	Texturas lisas e opacas	Também uma sensação de neutralidade nas texturas
	FORMAS	Retas/retangulares predominantemente	Aparentemente todas as formas são retas e retangulares na mesma angulação da foto, dando uma sensação de linearidade e conjunto
	TOM	Presença de luz natural em um ponto da imagem; sem presença de filtro marcante	A luz natural apenas por uma parte da imagem dá uma sensação de aconchego pelo meio tom e sombreamento

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 5</p> 	COR	Branco, preto e rosa predominantemente	A presença do rosa junto com o branco deu um significado de ambiente “fofo” ou romântico
	TEXTURA	Lisas e opacas	Ambiente clean pelas texturas lisas; sobriedade
	FORMAS	Geométricas lineares predominantemente	As formas são retas e lineares contudo em angulações diferentes, dando uma sensação de irreverência e “brincadeira” com as formas
	TOM	Presença de luz natural em um ponto da imagem, porém um pouco mais escuro; também sem presença de filtro marcante	A luz natural apenas por uma parte da imagem dá uma sensação de aconchego pelo meio tom

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 6</p> 	COR	Branco, amarelo e marrom predominantemente	Alegria e aconchego
	TEXTURA	Amadeirado e translúcidos predominantemente	Delicadeza e aconchego
	FORMAS	Arredondadas e orgânicas; ângulo centralizado	Conforto visual
	TOM	Luz natural clareando toda a imagem; sem filtro marcante	Bem estar e naturalidade

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco, cinza e preto predominantemente	Neutralidade
	TEXTURA	Lisas e brilhoso	Neutralidade e delicadeza
	FORMAS	Retas/lineares; ângulo com ponto de fuga descentralizado com ponto no detalhe do animal	Harmonia entre as formas e ângulo
	TOM	Iluminação natural invadindo a casa provocando alguns pontos de sombra	Bem estar e naturalidade; aconchego

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco e marrom claro predominantemente	Neutralidade
	TEXTURA	Amadeirado e translúcidos predominantemente	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Arredondadas e retas; ângulo com detalhe no prato	Harmonia entre as formas
	TOM	Tom escurecido, sem muita presença de luz natural; sem filtro marcante	Aconchego pelo tom escurecido levemente

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Preto, branco e rosa predominantemente	Um toque de romantismo
	TEXTURA	Lisa; brilhosa e espelhada	Delicadeza
	FORMAS	Formas diversas	As formas combinam entre si trazendo harmonia
	TOM	Luz branca artificial iluminando o ambiente por completo	Neutralidade

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco, preto e verde predominantemente	Neutralidade e um toque de frescor
	TEXTURA	Lisa e opaca predominantemente	Neutralidade
	FORMAS	Retas/lineares; ângulo transversal valorizando o todo	Unidade entre as formas e ângulo
	TOM	Luz branca artificial iluminando o ambiente por completo	Bem estar e amplitude

@casadosramos

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Cinza, branco e amarelo predominantemente	Sobriedade pelas cores neutras um toque de alegria pela presença do amarelo pontual
	TEXTURA	Texturas lisas opacas e fluida da cortina	Uma sensação de leveza da textura da cortina e opacidade das paredes
	FORMAS	Retas/retangulares	Sensação de linearidade e conjunto
	TOM	Luz natural iluminando uma parte da imagem com um meio tom de sombreamento; sem filtro diferenciado	O tom claro da luz natural remete uma sensação de bem estar e aconchego por iluminar apenas uma parte da imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 2</p> 	COR	Branco, azul e amarelo predominantemente	Cores que dão sensação de alegria e harmonia quando combinadas
	TEXTURA	Crochê e vidro, predominantemente	Uma sensação de leveza e delicadeza
	FORMAS	Arredondadas e retas; ângulo de cima focando nas formas	Sensação de uniformidade nas formas arredondadas
	TOM	Imagem escura, sem presença de luz natural nem artificial forte, nem filtro diferenciado	Naturalidade pela ausência de iluminação muito forte

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 3</p> 	COR	Branco, preto e marrom predominantemente	As cores neutras provocam sensação de harmonia e neutralidade na percepção visual
	TEXTURA	Amadeirada e lisa do porcelanato	Apesar do piso frio, a sensação é de aconchego pela textura amadeirada da porta logo na porta de entrada
	FORMAS	Retas/retangulares	Conjunto e unidade pelas formas retas na mesma angulação; linearidade
	TOM	Presença de iluminação natural; sem adição de filtro diferenciado	O tom totalmente claro da presença forte da luz natural dá uma sensação de bem estar e alegria

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 4</p> 	COR	Branco, rosa e verde predominantemente	Um ar romântico e alegre pelas cores rosa e branco predominante
	TEXTURA	Porcelana lisa e textura das flores artificiais	Apesar de serem flores artificiais, a sensação é de frescor e bem estar
	FORMAS	Orgânicas e lineares	A mesma sensação de frescor e bem estar se repete com relação as formas
	TOM	Tom frio da iluminação artificial branca	Apesar de ser luz artificial, a sensação é de bem estar e aconchego pela iluminação uniforme e bem clara em toda a imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Azul, branco e marrom predominantemente	Harmonia pela combinação de tons da mesma cor e cores neutras
	TEXTURA	textura lisa e macio dos lençóis e colcha	Aconchego principalmente pela textura do lençol macio
	FORMAS	Lineares/ retangulares	Sensação de linearidade e unidade pelas linhas retas na mesma angulação
	TOM	Presença de iluminação natural sem uso de filtro diferenciado	Aconchego e bem estar pela luz natural bem clara por toda a imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Azul, branco e rosa predominantemente	Suavidade e um toque romântico
	TEXTURA	Lisas e translúcidas	Delicadeza
	FORMAS	Arredondadas e retas; ângulo privilegiando as formas	Harmonia, principalmente pela posição do ângulo
	TOM	Leve luz natural pouco saturada	Sem estar e harmonia

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco e amarelo predominantemente	Alegria e harmonia
	TEXTURA	Translúcido opaco, madeira e crochê	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Retas e arredondadas variadas; ângulo amplo	Linearidade e harmonia; amplitude
	TOM	Iluminação artificial branca em apenas um ponto central	Acolhimento pelo tom um pouco escurecido, mesmo sendo luz branca

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco, preto, verde e roxo	Harmonia e suavidade
	TEXTURA	Liso, cerâmico e textura das flores	Delicadeza
	FORMAS	Retas e orgânicas	Harmonia e frescor
	TOM	Leve luz natural	Bem estar, naturalidade e conforto visual

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Branco, cinza e marrom	Neutralidade
	TEXTURA	Cerâmico, granito, marmorizado e vidro/espelhado	Toque de elegância e delicadeza
	FORMAS	Retas predominantemente	Harmonia
	TOM	Tom escuro com pouca entrada de iluminação natural; sem filtro	Indiferença pelo tom escuro

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco, cinza azul e amarelo	Neutralidade e harmonia
	TEXTURA	Lisas predominantemente	Neutralidade
	FORMAS	Retas/retangulares e listras	Harmonia entre as formas e o ângulo da imagem que as valorizou
	TOM	Tom escurecido; ausência de filtro marcante	Um pouco de aconchego pelo tom escurecido

@coresemaisamores

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 1</p> 	COR	Branco e cinza predominantemente	Neutralidade provocado pelas cores predominantemente branca e cinza
	TEXTURA	Mix de estampa de jornal	Apesar das cores neutras, a sensação é de ambiente bagunçado/em obras pela textura dos jornais
	FORMAS	Lineares transversais e arredondado da tinta	As formas são lineares porém dispostas de forma aleatórias dando sensação novamente de algo bagunçado
	TOM	Tom ameno com iluminação natural em boa parte da imagem; sem uso de filtro diferenciado	Mesmo em meio a jornais e obra, a sensação é de acolhimento provocado pelo meio tom da luz natural que entra pelo canto da imagem, nem iluminado demais nem escuro demais.

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
<p>IMAGEM 2</p> 	COR	Branco, cinza e marrom predominantemente	Sensação de bem estar e harmonia com a paleta de cores em tons neutros
	TEXTURA	Quadriculado bem fino de plano de fundo e textura opaca dos objetos	Leveza e harmonia entre a combinação das texturas lisas e o plano de fundo quadriculado
	FORMAS	Arredondadas e retangulares	Harmonia também na composição das formas quase todas com acabamentos arredondados; a disposição das formas também deve-se considerar harmônico
	TOM	luz natural clareando levemente; sem presença de filtro marcante	Bem estar visual no tom ameno da iluminação, com menos saturação e pouca iluminação

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Branco, preto e marrom predominantemente	Sensação aconchego pelo marrom e bem estar pelas cores brancas em contraste com o preto
	TEXTURA	Amadeirado predominantemente	Significado de modernidade e jovialidade com a brincadeira mix de texturas entre o amadeirado e o quadriculado
	FORMAS	Lineares e retangulares em ângulos diferentes	Da mesma maneira a brincadeira com as formas retangulares em ângulos diferentes dar uma sensação de jovialidade
	TOM	Luz natural e aparentemente saturação de branco	Sensação de aconchego provocado pelo meio tom da luz natural em um pequeno ponto da imagem, deixando o restante da imagem levemente escuro

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Branco, preto, cinza e marrom predominantemente	Sensação de neutralidade, ambiente limpo figurativamente
	TEXTURA	Amadeirado e cimento queimado	Ousadia e jovialidade com as texturas do cimento queimado com o amadeirado
	FORMAS	Lineares/Retangulares predominantemente	As formas retas remetem linearidade para dar uma sensação de amplitude no ambiente e na imagem
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente um ponto da imagem	O rebatimento da luz natural traz um tom ameno dando uma sensação de aconchego na imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Branco, marrom claro e rosa predominantemente	Sensação de bem estar e harmonia pelas cores claras do ambiente
	TEXTURA	Amadeirado e floral	Um toque romântico pelas texturas florais junto com o amadeirado
	FORMAS	Retangulares predominantemente	Sensação de linearidade também pelas formas retas em quase todos os elementos da imagem
	TOM	Luz natural iluminando levemente o ambiente	Aconchego e bem estar pelo meio tom da luz natural em um ponto da imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Preto e branco	Neutralidade
	TEXTURA	Lisas e opaca	Simplicidade
	FORMAS	Retas	Minimalismo
	TOM	Tom ameno de fotografia preto e branco antigo	Aconchego e nostalgia

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco, verde e azul predominantemente	Harmonia e tranquilidade
	TEXTURA	Lisas e das plantas	Harmonia e tranquilidade frescor e harmonia
	FORMAS	Geometrias diversas e orgânicas	Ousadia e jovialidade
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da cortina	Sensação de aconchego e bem estar provocado pelo rebatimento da luz natural através da cortina

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Branco, preto e verde predominantemente	Sensação de bem estar e conforto visual
	TEXTURA	Amadeirado, brilhoso e das plantas	Aconchego e frescor
	FORMAS	Arredondadas, retas e orgânicas	Harmonia e unidade
	TOM	Luz natural totalmente claro	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear totalmente através da janela

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Branco, preto, bege e marrom predominantemente	Neutralidade e acolhimento
	TEXTURA	Amadeirados e opacos. Tecido leve na persiana	Acolhimento e leveza
	FORMAS	Arredondadas, retas e orgânicas; ângulo amplo	Amplitude e unidade
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da persiana	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural através da persiana

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Branco, bege e verde	Bem estar e frescor
	TEXTURA	Amadeirado leve e das plantas	Aconchego e leveza
	FORMAS	Retas, arredondadas e orgânicas; ângulo nos detalhes	Harmonia
	TOM	A fotografia aproveitou a luz natural para clarear levemente através da janela fazendo sombras	Sensação de aconchego provocado pelo rebatimento da luz natural através da janela; tom artístico nas sombras

@socializando.ideias

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 1 	COR	Preto, branco e cinza	Sensação de neutralidade pelo P&B predominante
	TEXTURA	Lisas e opacas predominantemente	Neutralidade
	FORMAS	Lineares/retangulares; estampado de listras	Significado de conjunto e unidade pelas formas, e pela angulação que foi tirada a foto
	TOM	Presença de iluminação natural por toda a imagem sem adição de filtro marcante	Sensação de bem estar e naturalidade pela claridade natural por toda a imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 2 	COR	Preto, cinza e verde predominantemente	Sensação de neutralidade
	TEXTURA	Lisas, opacas e vidro	Neutralidade e delicadeza nas texturas
	FORMAS	Arredondadas e retangulares; fotografia evidenciando os detalhes da forma	Jovialidade pela composição das formas
	TOM	Iluminação natural por toda a imagem sem filtro marcante	Sensação de bem estar e naturalidade pela claridade natural por toda a imagem

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 3 	COR	Branco e cinza predominantemente	Neutralidade pelo uso de apenas duas cores neutras
	TEXTURA	Lisa/opaca e espelhada	Neutralidade e delicadeza
	FORMAS	Retas/retangulares e circular	A imagem brincou com as formas dando uma sensação divertida e de jovialidade
	TOM	Aproveitamento da luz natural bem clara em toda a imagem	Sensação de bem estar pelo ambiente totalmente claro; a saturação branca um pouco estourada

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 4 	COR	Rosa, branco e preto predominantemente	A presença marcante do rosa deixa o ambiente mais romântico e feminino
	TEXTURA	Opacas e relevo matelassada	A textura matelassada dá uma sensação de conforto e delicadeza
	FORMAS	Retas e lineares na mesma angulação	Unidade e conjunto pelas formas retas na mesma angulação
	TOM	luz natural para iluminar todo o ambiente sem adição de filtro diferenciado	Sensação de bem estar pela claridade natural entrando pela janela

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 5 	COR	Branco e preto predominantemente	Sobriedade/neutralidade
	TEXTURA	Espelhado e opaco	Neutralidade e delicadeza
	FORMAS	Formas geométricas variadas; ângulo de cima	Eles brincaram com as formas arredondadas, retangulares e geométricas do espelho dando uma sensação de jovialidade pro ambiente
	TOM	Meio tom mais escuro com iluminação natural apenas em uma pequena parte da imagem	Sensação de acolhimento e bem estar pelo meio tom, sem presença de saturação forte; conforto visual

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 6 	COR	Branco, preto, cinza, rosa e azul	Neutralidade com um toque feminino
	TEXTURA	Macio, amadeirado predominantemente	Aconchego
	FORMAS	Arredondadas e retas; ângulo nos detalhes das formas	Unidade e conjunto
	TOM	luz natural para iluminar todo o ambiente sem adição de filtro diferenciado	Aconchego e bem estar

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 7 	COR	Branco, preto, cinza e azul predominante	Neutralidade com um toque alegre e suave
	TEXTURA	Liso, ferro, cerâmico e um pouco amadeirado	Robustez e aconchego
	FORMAS	Arredondadas predominante	Unidade e conjunto; tom artístico no ângulo privilegiando as formas
	TOM	Luz natural iluminando uma parte da imagem; saturação do branco	A saturação do branco reforça o bem estar as sombras o aconchego

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 8 	COR	Preto, branco e marrom claro	Neutralidade com um toque alegre e suave
	TEXTURA	Lisas e opacas	Neutralidade
	FORMAS	Arredondadas e listras	Unidade e conjunto
	TOM	Luz natural suave	Bem estar e naturalidade

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 9 	COR	Preto, branco e amarelo	Neutralidade com um toque alegre e suave
	TEXTURA	Amadeirado, cerâmico e macio	Aconchego e delicadeza
	FORMAS	Arredondadas e de coração	Unidade e um toque feminino
	TOM	Luz natural suave	Bem estar e naturalidade

PROTOCOLO DE ANÁLISE DE IMAGENS	ELEMENTOS BÁSICOS	ETAPA REPRESENTATIVA DA IMAGEM	ETAPA SIMBÓLICA DA IMAGEM
IMAGEM 10 	COR	Rosa, preto, branco e azul	Feminilidade e suavidade
	TEXTURA	Liso e macio	Sensação agradável e aconchegante
	FORMAS	Retas, arredondadas e listras	Jovialidade e unidade
	TOM	Sombras pela pouca luz natural e luz amarela no canto	Bem estar e aconchego