



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

MARIA LIDIVANIA FERREIRA

**Mini blogueiras: A adoção de tendências de comportamento das blogueiras
adultas através das imagens das blogueiras mirins**

Caruaru

2019

MARIA LIDIVANIA FERREIRA

Mini blogueiras: A adoção de tendências de comportamento das blogueiras adultas através das imagens das blogueiras mirins

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design.

Área de concentração: Tendência de comportamento.

Orientador: Prof^a Nara Oliveira de Lima Rocha

Caruaru

2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

F383m Ferreira, Maria Lidivania.
 Mini blogueiras: a adoção de tendências de comportamento das blogueiras
 adultas através das imagens das blogueiras mirins. / Maria Lidivania Ferreira. - 2019.
 77 f. il.: 30 cm.

 Orientadora: Nara Oliveira de Lima Rocha.
 Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
 Pernambuco, CAA, Design, 2019.
 Inclui Referências.

 1. Moda. 2. Tendências. 3. comportamento. 4. Blogueiras e blogueiros. I. Rocha,
 Nara Oliveira de Lima (Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-402)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO**

**PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE**

MARIA LIDIVANIA FERREIRA

**“Mini blogueiras: A adoção de tendências de comportamento das blogueiras
adultas através das imagens das blogueiras mirins”**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o (a) aluno (a) **MARIA LIDIVANIA FERREIRA**.

APROVADO (A)

Caruaru-PE, 12 de dezembro DE 2019

Profª Nara Oliveira de Lima Rocha

Profª. Andrea Barbosa Camargo

Profª. Iracema Tatiana Ribeiro Leite Justo

Dedico esse trabalho aos meus avós João e Isaura, que me ensinaram em vida o valor de um sorriso e em morte a entender a força que havia em mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus que me sustentou e me fez vencer cada obstáculo encontrado em minha vida, me dando sabedoria e iluminando o meu caminho.

À minha família que com todo amor e companheirismo me mostrou que eu conseguiria realizar tudo que eu quisesse. Especialmente aos meus pais, Fatima e Luiz que me ensinaram a lutar para atingir os meus objetivos de maneira honesta e com empatia.

Às minhas irmãs, Lindielma e Lindiane que com paciência e união me ensinaram o real sentido da palavra amor. E agradeço também ao meu amor, Everton, que me ensinou a olhar a vida com mais paciência.

Aos meus amigos, que tornaram a minha vida mais leve, em especial, à Tathianne Barbosa, que esteve ao meu lado durante a minha trajetória acadêmica, me mostrando o poder da união e apoio do outro.

Aos meus professores, que me mostraram o valor do conhecimento e como a educação transforma as pessoas.

À minha querida orientadora, Nara Rocha, que com sábias palavras e empatia soube me conduzir e desenvolver de forma satisfatória as minhas curiosidades de estudo.

RESUMO

Esse trabalho tem como objetivo geral estudar o processo de adoção do comportamento de moda, através da análise da exposição dos corpos das minis blogueiras e de blogueiras adultas do estado de Pernambuco. O objeto de estudo são as postagens publicadas nos perfis das minis blogueiras no Instagram. Para a realização da análise dos resultados dessa pesquisa qualitativa de abordagem exploratória, foi utilizada a metodologia de Joly (1996). Esse estudo poderá contribuir para melhorar no conhecimento dessa tendência de comportamento, de como as marcas, pais, crianças e a os hábitos de moda são transformados a partir de adoções de tendências comportamentais. Ajudando assim, o Designer na hora de projetar e nos conhecimentos das novas tendências comportamentais, para assim também aprimorar a satisfação dos usuários, tanto física como emocional, já que este movimento de formação de opinião e de comportamento vão além da função prática do produto de moda. Os resultados obtidos mostraram que as mini blogueiras mesmo não tendo uma percepção do que a pose da blogueira adulta significa, elas replicam continuamente. Notamos também que a percepção sobre o uso da palavra blogueirinha ou mini blogueira são bastante empregadas nos comentários das postagens das blogueiras infantis, isso mostra como essa tendência abrange diferentes públicos, olhares e percepções.

Palavras-chaves: Moda. Mini blogueiras. Tendência. Comportamento

ABSTRACT

This work has as its general objective to study the process of adopting fashion behavior, by analyzing the exposure of the bodies of mini bloggers and adult bloggers from the state of Pernambuco. The object of study are the posts published in the profiles of mini bloggers on Instagram. For the analysis of the results of this qualitative exploratory research, the methodology of Joly (1996) was used. This study may contribute to improve knowledge of this behavioral trend, how brands, parents, children and fashion habits are transformed through adoptions of behavioral trends. Helping the Designer in designing and understanding new behavioral trends, this also improves user satisfaction, both physically and emotionally, as this movement of shaping opinion and behavior goes beyond the practical function of the product. fashion. The results showed that even though mini bloggers do not have a perception of what the adult blogger pose means, they continually replicate. We also note that the perception about the use of the word blogger or mini blogger is widely used in the comments of children's blogger posts, this shows how this trend covers different audiences, looks and perceptions.

Keywords: Fashion. Mini bloggers. Trend. Behavior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Amostra das poses de Amanda Fonte	37
Figura 2 –	Amostra das poses de Camila Coutinho	38
Figura 3 –	Amostra das poses de Cuca Amorim.....	39
Figura 4 –	Amostra das poses de Eduarda Baima	40
Figura 5 –	Amostra das poses de Karine Filizola	41
Figura 6 –	Amostra das poses da mini blogueira M1.....	42
Figura 7 –	Amostra das poses da mini blogueira M2.....	43
Figura 8 –	Amostra das poses da mini blogueira M3	44
Figura 9 –	Amostra das poses da mini blogueira M4.....	45
Figura 10 –	Amostra das poses da mini blogueira M5.....	46
Quadro 1 –	POSE A	47
Quadro 2 –	POSE B	48
Quadro 3 –	POSE C	49
Quadro 4 –	POSE D	50
Quadro 5 –	POSE E	52
Quadro 6 –	POSE F	57
Quadro 7 –	POSE G	55
Quadro 8 –	POSE H	56
Quadro 9 –	POSE I	57
Quadro 10 –	Comentário da mini blogueira M1.....	58
Quadro 11 –	Comentários da Pose 2 da mini blogueira M2	59
Quadro 12 –	Comentário da Pose 9 da mini blogueira M2	60
Quadro 13 –	Comentário da Pose 7 da mini blogueira M2	60
Quadro 14 –	Comentário da Pose 5 da mini blogueira M2	61
Quadro 15 –	Comentário da Pose 8 da mini blogueira M2	62
Quadro 16 –	Comentário da Pose 1 da mini blogueira M3	62
Quadro 17 –	Comentário da Pose 2 da mini blogueira M3	63

Quadro 18 –	Comentário da Pose 3 da mini blogueira M3	63
Quadro 19 –	Comentário da Pose 9 da mini blogueira M3	64
Quadro 20 –	Comentário da Pose 4 da mini blogueira M4	64
Quadro 21 –	Comentário da Pose 5 da mini blogueira M4	65
Quadro 22 –	Comentário da Pose 6 da mini blogueira M4	65
Quadro 23 –	Comentário da Pose 2 da mini blogueira M5	66
Quadro 24 –	Comentário da Pose 7 da mini blogueira M5	67
Quadro 25 –	Comentário da postagem T da mini blogueira M1	67
Quadro 26 –	Comentário da postagem U da mini blogueira M3	68
Quadro 27 –	Comentário da postagem W da mini blogueira M5	69
Quadro 28 –	Comentário da postagem W da mini blogueira M5	69
Quadro 29 –	Comentário da postagem Y da mini blogueira M5	70
Quadro 30 –	Comentário da postagem Z da mini blogueira M5	71

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Amostra das poses de Amanda Fonte	37
Figura 2 –	Amostra das poses de Camila Coutinho	38
Figura 3 –	Amostra das poses de Cuca Amorim.....	39
Figura 4 –	Amostra das poses de Eduarda Baima	40
Figura 5 –	Amostra das poses de Karine Filizola	41
Figura 6 –	Amostra das poses da mini blogueira M1.....	42
Figura 7 –	Amostra das poses da mini blogueira M2.....	43
Figura 8 –	Amostra das poses da mini blogueira M3	44
Figura 9 –	Amostra das poses da mini blogueira M4.....	45
Figura 10 –	Amostra das poses da mini blogueira M5.....	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	POSE A	47
Quadro 2 –	POSE B	48
Quadro 3 –	POSE C	49
Quadro 4 –	POSE D	50
Quadro 5 –	POSE E	52
Quadro 6 –	POSE F	57
Quadro 7 –	POSE G	55
Quadro 8 –	POSE H	56
Quadro 9 –	POSE I	57
Quadro 10 –	Comentário da mini blogueira M1.....	58
Quadro 11 –	Comentários da Pose 2 da mini blogueira M2	59
Quadro 12 –	Comentário da Pose 9 da mini blogueira M2	60
Quadro 13 –	Comentário da Pose 7 da mini blogueira M2	60
Quadro 14 –	Comentário da Pose 5 da mini blogueira M2	61
Quadro 15 –	Comentário da Pose 8 da mini blogueira M2	62
Quadro 16 –	Comentário da Pose 1 da mini blogueira M3	62
Quadro 17 –	Comentário da Pose 2 da mini blogueira M3	63
Quadro 18 –	Comentário da Pose 3 da mini blogueira M3	63
Quadro 19 –	Comentário da Pose 9 da mini blogueira M3	64
Quadro 20 –	Comentário da Pose 4 da mini blogueira M4	64
Quadro 21 –	Comentário da Pose 5 da mini blogueira M4	65
Quadro 22 –	Comentário da Pose 6 da mini blogueira M4	65
Quadro 23 –	Comentário da Pose 2 da mini blogueira M5	66
Quadro 24 –	Comentário da Pose 7 da mini blogueira M5	67
Quadro 25 –	Comentário da postagem T da mini blogueira M1	67
Quadro 26 –	Comentário da postagem U da mini blogueira M3	68
Quadro 27 –	Comentário da postagem W da mini blogueira M5	69

Quadro 28 –	Comentário da postagem W da mini blogueira M5	69
Quadro 29 –	Comentário da postagem Y da mini blogueira M5	70
Quadro 30 –	Comentário da postagem Z da mini blogueira M5	71

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1	HISTÓRIA DA MODA	16
2.1.1	Contextualizando a infância	18
2.1.2	Moda Infantil	20
2.1.2.1	Diferentes estilos de moda	23
2.2	CONSUMO DE MODA	25
2.2.1	Consumo Infantil	26
2.2.1.2	Tendências comportamentais	26
2.3	DESIGN DE INFORMAÇÃO EM MEIOS DIGITAIS	27
2.3.1	Redes sociais	29
2.3.1.2	Mini blogueiras	31
3	METODOLÓGIA	33
3.1	PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	35
4	COLETA DE DADOS	35
5	ANÁLISE DOS RESULTADOS	47
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
	REFERÊNCIAS	74

1 INTRODUÇÃO

O mercado de moda é composto por diversos tipos de usuários, tais como mulheres, homens e crianças. A moda infantil é um segmento do qual está ligado há vários comportamentos da sociedade, a partir disso, obtemos questionamentos que foram além do vestuário, surgiu a curiosidade de saber as aspirações dessa nova tendência de comportamento, a partir da blogueira adulta.

Diante a prática de criações de perfis infantis em redes sociais monitorados pelos pais, houve a necessidade de saber como a imagem da mini blogueiras adota uma tendência de comportamento a partir das postagens das blogueiras adultas. Esta pesquisa tem como objetivo geral estudar o processo de adoção do comportamento de moda, através da análise da exposição dos corpos das mini blogueiras e de blogueiras adultas do estado de Pernambuco. Tendo como objetivos específicos (a) Catalogar poses das blogueiras adultas e infantis do estado de PE; (b) Analisar de forma comparativa como as postagens das crianças tendem a seguir a tendência de comportamento, através da repetição das poses das blogueiras adultas (c) Apresentar os comentários das postagens selecionadas que as mini blogueiras são comparadas a mulheres adultas. O objeto de estudo são as postagens publicadas nos perfis das minis blogueiras no Instagram.

Esse estudo poderá contribuir para melhorar no conhecimento dessa tendência de comportamento, de como as marcas, pais, crianças e a os hábitos de moda são transformados a partir de adoções de tendências comportamentais. Ajudando assim, o Designer na hora de projetar e no conhecimento das novas tendências, para assim também aprimorar a satisfação os usuários, tanto física como emocional, já que este movimento de formação de opinião e de comportamento vão além da função prática do produto de moda, requerendo assim.

Outro fator se baseia no aumento do consumo infantil, seja ele de informações, comportamento ou artefatos. A criança busca referências de identificação com as pessoas de seu convívio, na TV e até mesmo com artistas. Sendo facilmente possível a busca dessas informações por meios das tecnologias (Smartphone, PC e Tablet), pois estas estão cada dia mais acessíveis para essa faixa etária, fazendo com que a criança tenha a necessidade de pertencer a um grupo, mas este pertencimento

aconteceria apenas na adolescência, mas este hábito está se tornando bastante comum nas crianças. (AMID; LOPES, 2011).

Utilizamos as funções Denotativa e Conotativa a partir da metodologia de análise de imagens de Joly (1996). Além de MINAYO (2008). sobre Pesquisa Qualitativa e Gil (2008) para a abordagem exploratória.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 HISTÓRIA DA MODA

A moda pode ser caracterizada de diversas maneiras, uma delas seria a reafirmação de não ser apenas futilidade, desejo de vaidades, mas sim, a importância em suprir necessidades, estas, reconhecidas desde Adão e Eva. Ou seja, não é apenas a aparência, beleza despertada nas roupas, mas sim, como a imagem pessoal vinculada a partir dos elementos é cultivada e vista pela outro. (ZILIOTTO, 2003). A moda é um fenômeno social, onde ela se torna variável, se adequando à época, ao estilo pessoal e costumes culturais, como alega Treptow (2007) a moda tem o caráter temporário, onde ela dissemina um padrão de mercado consumidor, onde a partir da aceitação e da massificação, torna-se obsoleta, consequentemente temporária e agindo como um diferenciador social.

Mas foi apenas do final da Idade Média e início do Renascimento que a indumentária se torna importante, pois é nesse período que surge o conceito de moda. “Até o final da Idade Média podemos constatar que existia em indumentária, roupa, mas não MODA.” (TREPTOW, 2007,25). Ou seja, a moda surgiu a partir de uma necessidade que atualmente entendemos como necessidade básica, podendo compreender a importância do saber diferenciar necessidade e desejo, sabemos hoje, que o Designer não cria necessidades, cria-se desejos e esses desejos é o que torna a moda além de uma peça do vestuário, se torna comportamento. A moda seria a forma de como a pessoa se coloca para o mundo, através da sua aparência. (CASTILHO, 2009).

A moda surge após a indumentária, “A moda vestimentar do corpo, entendida como o conjunto formado pelos trajes, adornos e acessórios” (CASTILHO, 2009, 18) já que a vestimenta tem alguns aspectos, seja ele o do adorno, onde as pessoas encontram uma forma de se impor ou até mesmo pelo aspecto de proteção, como por exemplo, proteção contra o frio como sendo um dano externo, que surgiu a partir da questão da sobrevivência, sendo assim, a cada época surge também uma nova caracterização, já que as mudanças sociais e culturais trazem novas significações à palavra sobrevivência. (BRAGA, 2011).

A moda deixa de ser apenas a indumentária, vestuário, necessidade e se conceitua de forma mais próxima da nossa realidade, ou seja, ela surge como um dos

diferenciadores sociais, de sexos e de padrão temporário, de “[...] valorização da individualidade e com o caráter de sazonalidade, ou seja, um gesto durava enquanto não era copiado, pois se assim acontecesse, novas propostas suplantariam as, então, vigentes!” (BRAGA, 2011, 40). Apesar disso, a indumentaria já trazia manifestações de significados e de distinção social, mesmo antes do conceito de moda surgir. (CASTILHO, 2009)

Porém de acordo com Miranda (2008) A moda deixa de ser apenas a vestimenta e o adorno e passa a ser uma forma de se igualar. O que é bastante notório, já que os seres humanos sentem a necessidade de pertencimento à um determinado grupo e de semelhanças com essas pessoas. A moda é um processo inseparável do mundo moderno ocidental, pois vai muito além do desenvolvimento de tendências, tem haver com o processo social. (LIPOVESTSKY, 1989). Moda é um produto sociocultural, onde o sujeito a modifica a partir das suas escolhas, a moda faz parte do indivíduo. (CASTILHO, 2009).

Logo, notamos que Moda é uma questão de identidade, de pertencimento ou não à grupos de pessoas, onde cada indivíduo vai se caracterizar-se de acordo com esse grupo. Santana e Simili (2012) afirma que a história da indumentária é importante para compreender a história da moda, pois a vestimenta ela interferia nos costumes das épocas. Para Crane (2006) no século XX, o objetivo da moda era atribuir significações dos itens projetados do vestuário por meio de imagens e não apenas salientar as mudanças nas características físicas das roupas. Ou seja, as pessoas não queriam apenas roupas ou itens de vestuário, elas queriam o que a roupa representava, caracterizando o seu papel social.

As cores também estão presentes na história da moda, refletindo os costumes das épocas, o preto que atualmente surge consolidado como básico, caracterizado também com a sensação de emagrecimento, vem sendo construído durante a sua trajetória histórica, em 1980 ele foi a grande identidade de moda, pois de acordo com Braga (2011) o preto foi a cor símbolo dos anos 80, já que os foi introduzido pelos punks, góticos e minimalistas, sendo uma cor prática, já que ele não aparentava as fuligens que eram comuns na vida urbana. Também nos anos 80, o individualismo se consagrou, com os surgimentos das tribos, a igualdade da linguagem de moda entre os sexos, e as ideologias contemporâneas, a falta de identidade do usuário, passou a ser a própria identidade.

O rádio como por exemplo, era o maior meio de comunicação, então, jornais e novelas eram ouvidas pelo rádio. “Era a janela para o mundo, ditava comportamentos e a moda” (KERN; SCHEMES; ARAÚJO, p. 18). Mas hoje, existem também outros meios de comunicação, que variam entre a televisão, Internet e redes sociais. O que possibilita a interação e a comunicação visual e real entre duas pessoas distintas que não precisam estar necessariamente nem no mesmo País.

A moda consegue abraçar diversas perspectivas sociais e culturais de uma sociedade, com diálogos criativos que a deixa inovadora e representativa dessas formas diversificadas de cultura. As significações da palavra moda podem ser compreendidas e descritas de maneiras distintas, pois cada usuário tem uma relação com ela, trazendo assim, situações diferentes para o repertório individual.

A moda é um processo inseparável da vida social do ser humano, durante anos a vida das pessoas não se baseavam nas novidades ou desejos, mas com a instabilidade e a temporalidade efêmera da moda, tornou-se um fenômeno natural do ser humano, pois a partir do nascimento do indivíduo, juntamente com as mudanças culturais, curiosidades do mundo moderno, torna-a instável e de temporalidade efêmera, mas capaz de suprir as necessidades do usuário e ampliar os desejos de consumo. (LIPOVETSKY, 1989)

A moda pode ser entendida como a expressão de diferentes códigos, que apresentam as diversas características das civilizações, ou seja, cultural e estética. Com a globalização a comunicação em moda tornou-se também expressão, onde elas podem ser lidas como um texto a partir do corpo do usuário, e essa comunicação vem carregada de discurso, ou seja, não é só a roupa ou só o corpo que carregam significados, mas sim, os dois. Pois ambos juntos reafirmam a unidade textual que sustentam um determinado discurso. (CASTILHO, 2009).

2.1.1 Contextualizando a infância

O sentimento da infância tem início no final da Idade Média, aproximadamente no século XIII, o historiador Philippe Ariès, traz uma série de contribuições sobre o sentimento da infância, traçando historicamente o conceito de infância: “[...] até o fim do século XIII, não existiam crianças caracterizadas por uma expressão particular. E sim homens de tamanho reduzindo.” (ARIÈS, 1981, p.50). Percebe-se então, que a criança no início era tratada como adulto, mas no decorrer histórico, a sociedade e o conceito de infância foi se modificando e começando a atribuir divisões pela idade, ou

seja, cronológica. Começando a diferenciação das fases da vida, seja ela, infância, juventude, adultos ou velhice.

O contexto do significado atual sobre criança está ligado a faixas etárias e biológicas, aprendemos na escola como qualificar cada ser humano em suas classificações etárias sendo elas denominadas como infância, adolescência, adultos e idoso. Porém esse conceito foi se aperfeiçoando de forma gradativa durante os tempos. Pois além das diferenciações de faixa etária, era preciso saber diferenciar em questão de cuidados pessoais e até mesmo relações humanas.

Antes dessas diferenciações cronológicas, a infância era associada ao nível de educação. Na Idade Média, a criança não era distinguida do adulto, pois ela não sabia ler, eram seres independentes e incompreendidas, ou seja, ambos quase não tinham o hábito e nem o conhecimento de leitura, fazendo assim, ambos serem "iguais". Por esse motivo, a indumentária não sofria alterações entre idades, mas sim, de diferenciação de classes sociais ou de hierarquia social. (SANTANA E SIMILI, 2012)

A criança que Rousseau anuncia em suas teorias surge como representante da natureza, boa e pura ao nascer, ele criticava a visão tradicional que enxergava a criança como um adulto em miniatura, logo a infância deixa de ser negada pela sociedade e o adulto passa a deixar fluir a liberdade do pensamento científico em relação ao desenvolvimento da importância da infância. (BROUGÈRE, 2003)

A era moderna, trouxe consigo o capitalismo desenfreado, mas também trouxe a concepção do cuidar e do educar individual, construindo o pensamento da criança como um ser único e de características sensíveis. Klammer (2006, p. 19) declara que: "Deve-se partir do princípio de que as crianças [...] tem modos de vida e de inserção social completamente diferentes uma das outras." Ou seja, ele defende que não há a padronização entre as crianças, que cada uma vai ter condições socioculturais e econômicas diferentes, que vai fazer elas serem enxergadas com as suas singularidades. Salientando que:

A concepção de criança é uma noção historicamente construída e conseqüentemente vem mudando ao longo dos tempos, não se apresentando de forma homogeneia nem mesmo no interior de uma mesma sociedade e época. Assim é possível que, por exemplo, em uma mesma cidade existam diferentes maneiras de se considerar as crianças pequenas dependendo da classe social a qual pertencem, do grupo étnico do qual fazem parte. (REFERENCIAL CURRICULAR NACIONAL PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL, 1998, p.21).

Como é mostrado no Referencial Curricular Nacional para a Educação Infantil (Brasília, 1998) a criança como qualquer outro ser humano tem direitos, é ativa e possui particularidades que devem ser respeitadas e entendidas, não só em relação à elas, mas também ao mundo que as cerca, pois elas tem necessidade de um ambiente familiar e passível de afeto. Pois só com um ambiente saudável ela irá construir uma identidade aberta à diversidade e a multiplicidade.

A infância atualmente tem um papel de destaque na sociedade, pois ela requer que a criança tenha cuidados em relação à proteção física e emocional, incluindo assim, tratamentos diferenciados, segundo Postman (1999), o conceito de infância vem diminuindo com as mídias eletrônicas pois cada época e cada costume foram decisivos, as mídias eletrônicas transformaram a infância em algo insustentável enquanto estrutura e costume social. No século XIV o ápice eram as pinturas, e estas retratavam a criança como adultos em miniatura, pois assim que elas iam crescendo, elas iam se vestindo de acordo com a classe social as quais elas pertenciam e não, às suas faixas etárias.

O termo mini adultos é bastante usado por diversos autores, nele é possível perceber as referências expressadas naquele século. Onde a criança nem era adulta e nem bebê. As crianças até então eram vistas como mini- adultos, onde elas eram tratadas como adultos, com responsabilidades e vestimentas de adultos. (PEREIRA; ANDRADE, 2013).

As crianças são cobradas para serem infantis sendo que elas não se sintam, não são objetos que caracterizam uma criança realizada. Elas estão cada dia mais insatisfeitas. E a insatisfação é expressada de forma mais espontânea do que as dos adultos. Principalmente referindo-se às suas posses. (ZILIOTTO, 2003).

2.1.2 Moda Infantil

A leitura e o conhecimento foram uns dos agentes de transformação da significação da criança, as mudanças influenciaram nos trajes infantis, na percepção da infância e acima de tudo, sobre o respeito ao ser criança. No início da criação dessa modalidade na moda, podemos assim dizer, as roupas ainda eram iguais para meninos e meninas, a moda infantil ainda está em transformação, mas no início, era o mesmo tipo de roupa para ambos os sexos, depois dos 5 anos, eles se vestiam iguais aos adultos, só diferenciando o sexo.

Segundo Kern, Schemes, Araújo (2010) em 1860 houve o hábito infantil de usar conjuntos, principalmente pelos meninos, pois, as diferenças entre os gêneros já eram nítidas, as meninas eram vistas como frágeis e românticas, assim também como as mulheres da época, ao contrário dos meninos, que mostravam os joelhos para demonstrar força e virilidade, retratando o pensamento da época. O traje dos meninos era composto por coletes, blusas, calças ou shorts. Ao contrário das meninas, a qual era um vestido romântico e cheio de babados.

Hábitos culturais sempre foram caracterizados por mudanças de consumos, no fim do século XIX surgiu o hábito de banho de mar influenciando assim, a moda infantil, mas o uso pelos meninos durou mais do que nas meninas. “Ela sempre havia sido uma cópia em miniatura da moda adulta. Em fins do século XIX, começou uma moda própria de criança para criança” (BRAGA, 2011, p. 6). Onde havia a necessidade de deixar a criança diferente do adulto, pois na moda adulta se mostrava o corpo de uma forma inconveniente para a faixa etária infantil.

As crianças também pareciam mini adultos no comportamento, pois eles deveriam ser comportados, afinal, eles carregavam o nome da família e tinham uma reputação à zelar. As meninas eram tratadas de forma mais rígida do que os meninos, já que suas vestimentas eram feitas de tecidos mais fáceis de amassar e rasgar. A fotografia trouxe consigo o hábito de fotos em família, colocando as crianças como protagonistas nas imagens. Na época elas faziam poses sentadas como se fossem adultos, imitando os adultos, pois precisavam mostrar sobriedade, diferente dos dias atuais, onde as crianças estão cada dia mais caricatas e irreverentes. (KERN, SCHEMES, ARAÚJO, 2010).

A fotografia também retratava outra preocupação da época, o casamento. O casamento era tido como o sacramento mais importante e a finalidade da vida humana, e ele era representado pelas meninas e meninos na fotografia, onde as meninas eram vestidas como mini noivas, de branco, inclusive e os meninos como seus maridos, independentemente do grau de parentescos.

(KERN; SCHEMES; ARAÚJO, p. 22) Reforçando o uso do mini adulto:

Percebe-se a semelhança muito grande entre as roupas que as meninas usavam e as usadas pelas adultas. Isso reforça a ideia anteriormente apontada de que as crianças, mesmo em uma época em que o conceito de

infância já estava solidificado, continuavam se vestindo como adultos em miniatura.

As meninas sofriam mais pressão e aprisionamento em suas roupas do que os meninos, pois elas se pareciam mais com mini adultos, já que elas eram ensinadas para amadurecer mais rápido do que os homens. Apesar das meninas serem vistas como mini adultos, as vestimentas delas não sofreram alterações, mesmo ocorrendo mudanças no vestuário feminino adulto, as meninas não eram vistas com importância, ou seja, era um comportamento da época.

Atualmente sabemos a importância das crianças tanto no âmbito família como social e tudo isso influencia na vestimenta. A preocupação em criar roupas confortáveis para as crianças mostra o quanto elas têm um espaço no mercado de consumo atual. Percebe-se a diferença dessa época para os dias atuais, atualmente os trajes são separados por sexo e idade. A pessoa é considerada criança até os 12 anos, biologicamente.

A infância, que aproximava dos adultos mais as meninas do que os meninos, parecia um incentivo da sociedade para que elas se tornassem mulheres mais rapidamente. Com dez anos, as meninas já eram tratadas como mulheres em miniatura. (KERN; SCHEMES; ARAÚJO, p. 7)

A sociedade ainda continua machista, é comum a diferença na educação familiar entre os meninos e meninas, as meninas ainda são associadas a cuidar da casa, cuidar dos irmãos, ajudar a mãe e também brincando de boneca. Afirmando apenas as diferentes educações, onde o menino tem que ser independente, conhecer outros lugares e brincar de carrinho. Podemos apontar também que esses hábitos de educação familiar estão sendo modificado aos poucos, o movimento feminista sofreu um grande avanço nos anos e atualmente as crianças já estão aprendendo a importância de meninos e meninas brincarem com o que quiser, já que estão desconstruindo a separação de brinquedos e brincadeiras por gêneros.

O vestuário infantil começou a sofrer alterações mais relevantes no século 18, eles eram pensados para elas, diminuindo assim, a questão do mini adulto, porém essa diferenciação não permaneceu por muito tempo. A moda infantil não era valorizada e nem sofria alterações justamente por causa da importância da criança na época. Hoje, existem marcas voltadas apenas para o público infantil e suas necessidades particulares.

Os meninos vestiam short, blusas e sapatos de cadarços, as meninas usavam vestidos em forma de A e sapatos boneca, ambos acima de 7 anos, porém quando elas cresciam começavam a marcar a cintura e usar laços na cabeça. Kern, Schemes, Araújo (2010).

Até então, as mudanças haviam ocorrido primeiro no vestuário masculino. De acordo com (KERN; SCHEMES; ARAÚJO, p. 22) “Temos a impressão de que a sociedade passou a aceitar o fato de que as crianças são diferentes dos adultos, ao menos os meninos.” Ressaltando assim, ainda mais as diferenciações entre os gêneros.

“As pequenas modificações das roupas se davam muito mais em função das transformações da ideia de infância no decorrer da história do que em função dos modismos que surgiram em determinadas épocas”. (KERN; SCHEMES; ARAÚJO, p. 27) diferentemente da moda adulta, onde as características como formas, cores, tecidos e diferenciadores sociais foram uns dos grandes alavancadores do conceito de moda.

A roupa da criança era uma cópia da roupa do adulto, ou seja, é algo que não se mudou muito, pois a Moda Mãe e Filha é um exemplo disso. Kern, Schemes, Araújo (2010). Atualmente “O aspecto da praticidade e funcionalidade atingiu também a moda infantil com roupas mais soltas, leves e curtas, o que permitia à criança ser criança de fato, e poder se movimentar e brincar.” (BRAGA, 2011, p. 75) Podemos notar, que todas as mudanças na construção da moda infantil se deram a partir do entendimento da fase da infância, antes de tudo a mudança foi uma reforma de pensamentos e de ensinamentos sobre como o adulto via a criança ao decorrer das décadas.

2.1.2.1 Diferentes estilos de moda

A cada época, há uma proposta de moda que vai sendo relida e adaptada a partir das construções sociais de tais períodos históricos. Na década de 20, o funcionalismo dominou a moda, na década de 30 o grande representante da identidade dessa época, foi o cetim, já que ele tem o toque sedoso é brilhante e ainda caía bem com a necessidade de marcar a silhueta, já em meados dos anos de 1960, surgiu a moda Unisex, ou seja, a mesma moda para homens e mulheres, que

ressaltou uma moda para ambos os sexos trazendo assim, a ideia de coletividade e uniformização, um ideal jovem da época (BRAGA, 2011).

O corpo sofre alterações juntamente com as mudanças culturais, ou seja a partir de períodos, épocas e estética de cada uma. Em cada cultura, há uma forma de vestimenta ou de adorno, pois as significações não são universais. Porém as cores, os trajes, as formas e a época se tornam uma segunda pele para o sujeito. (CASTILHO, 2009).

Há também relações entre ser e parecer do corpo, onde ele trás consigo significações de moda. De acordo com Castilho (2009, p. 87 e 88):

O “ser estaria representado pelo corpo natural/biológico. [...] Parecer, pela estrutura [...] Corpo artificial- Recriado e manipulado pelas regras e normas. [...] Não- parecer: O corpo revestido pelas vestimentas que se encontram em conjunção completa ao corpo. [...] Não – ser: O corpo está completamente revestido pelos elementos de moda (do parecer) e pouco se pode encontrar de sua estrutura original sobre a forma que se apresenta exteriormente.”

O vestuário se manifesta de formas espetaculares e significativas no processo cultural, tornando um meio “de manipulação, persuasão, sansão, ação ou performance e, por conseguinte, articulador de diferentes tipos de discursos: políticos, poético, amoroso agregador, hierárquico e etc.” (CASTILHO, 2009, p.99). Ou seja, o corpo, o vestuário e a moda trazem consigo um discurso textual e expressivo de suas manifestações discursivas.

Um dos estilos contemporâneos de moda está o agênero, onde se relata uma proposta que pretende desvincular os estereótipos sociais do masculino e feminino, esse estilo se remete também a moda unissex, que surgiu em meados dos anos 60 com os jeans e as camisas sem golas, intensificado com o smoking lançado para mulheres por Yves Saint Laurent em 1966. Ou seja, as pessoas não serão identificadas pelas formas ditas, seguidas e padronizada de gênero.

De acordo com Portinari; Coutinho; Oliveira, (2018) uma vez que não há uma essência masculina e nem feminina, existem papéis socialmente variáveis de desempenhar um ou vários papéis sexuais. Ou seja, as características da moda apropriada aos papéis socialmente esperados para os gêneros seriam de masculinidade e feminilidade, isso se refere as convenções sociais e não, biológicas.

A moda agênero mostra as ideias contemporâneas de diferenciação. “insere-se no entorno das mudanças políticas envolvendo as atuais questões de gênero e sexualidade.” (Portinari; Coutinho; Oliveira, 2018, p. 153).

A moda Lúdica, tornou-se uma extensão do brincar espontâneo, cores em tons pasteis, que remetem à doces, estilo muito usado na elaboração da moda infantil. Para Costa, a moda lúdica usada na vida adulta seria como uma válvula de escape para fugir da realidade que é vivida, ou seja, lidando com crises econômicas e ambientais, consumo desenfreado, caos, presas e violência urbana.

A moda absorveu essas tendências, pois são uns dos novos reflexos de desejos dos consumidores. As marcas estão reconhecendo essas necessidades e adequando as coleções para suprir a necessidade tanto de uma moda sem diferenciação de sexo, como também de uma moda lúdica. A moda Lúdica por sua vez, é tida mais como arte, já que geralmente ela é carregada de formas exageradas. Mas também podemos observá-la de maneira sutil em vídeos clips musicais, como os da cantora Katty Perry que é reconhecido como um lúdico pop e de performance mais apelativa, como também nos recentes trabalhos de Taylor Swift onde aparece um lúdico mais romântico e alegre. O trabalho do estilista mineiro Ronaldo Fraga também pode ser notório nesse aspecto, ele emociona e se posiciona sobre assuntos de suas reflexões sobre o mundo. Ele cria não apenas uma moda conceitual, de arte, mas sim, uma moda comercial, vendável. Mas não deixando de ser construída a partir da fantasia e encantamento visual.

2.2 CONSUMO DE MODA

A moda é ação. O consumidor que se vê pelo outro, busca adquirir elementos que eleve a sua imagem ao ideal imaginado pelo tal. Segundo Ziliotto (2003, p. 18) “Somos o que consumimos. Ou melhor, tentamos ser.”. O consumo serve para a interação da relação social, já que o ser humano se relaciona por meios de materiais, ajudando na realização da necessidade social. (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2006). A necessidade de se relacionar com alguém semelhante, gera no ser humano o desejo de aproximação, logo, aquisições de artefatos fazem suprir esses desejos e necessidades, já que eles trazem consigo significações.

A liberdade financeira facilita no momento da aquisição de artefatos, a mulher emancipada, consome com mais facilidade, hábitos sociais contribuem nas

mudanças de moda. No final do século XX, a moda jovem veio como uma nova proposta nos Estados Unidos, esses ídolos jovens foram grandes formadores de opinião e consequentemente de identificação. (BRAGA, 2011). Os produtos seriam a forma de suprir os desejos criados a partir das necessidades básicas dos usuários, não se criam necessidades mas alimentam desejo de consumir o produto, não apenas o artefato em si, a significação atrelado ao produto. (ZILIOTTO, 2003).

“Somos o que consumimos. Ou melhor, tentando ser. E não basta consumir objetos ou valor, ou o poder de dizer quem somos, depende do status da marca, que se tornou mais importante que o próprio objeto. O valor se desloca do objeto para a grife. É a grife que dá o seu valor ao produto e não o contrário” (ZILIOTTO p. 98, 2003)

“Estar vestido de acordo com as com as ocasiões significa pertencer ao grupo e fazer parte do jogo implícito de regras promulgadas pelas leis dos códigos vestimentares” (CASTILHO, p. 93, 2009). Nota-se que a preocupação da autora em relação ao comportamento do corpo e como a vestimenta influencia de forma mais “abrangente” que o próprio corpo. E como os trajes são capazes de atender necessidades e até mesmo distinguir ou a similaridade do usuário, mas para isso, os observadores devem conhecer essas significações. (CASTILHO, 2009)

2.2.1 Consumo Infantil

A criança não nasce consumista, mas ela percebe que o ato de consumir é o modo de como ela pode se encontrar, seja ela comprando ou pagando.

Atualmente, as crianças não são apenas influenciadas, mas são influenciadores. A quantidade dos gastos nos dias de hoje, são decididos também por elas. Mas é necessário saber que uma marca/produto precisa atingir/conquistar as mães se estes forem referentes ao consumidor infantil, já que a decisão de consumir/comprar uma determinada marca vem das escolhas das mães.

“As crianças formam um público-alvo mais vulnerável do que o dos adultos” Ziliotto (2003, p. 163). As crianças são cobradas para serem infantis sendo que elas não se sentem, não são objetos que caracterizam uma criança realizada. Elas estão a cada dia mais insatisfeitas. E a insatisfação é expressada de forma mais espontânea do que as dos adultos. Principalmente referindo-se às suas posses.

2.2.1.2 Tendências Comportamentais

Para se compreender o comportamento do consumidor, devemos entender o que motiva ele a escolher uma determinada marca no ato da compra e se a marca/produto atendeu às expectativas do consumidor, pois é comum a associação do produto a marca, para isso ser possível precisamos analisar o autoconceito de consumir. Segundo Miranda (2008) Há o Autoconceito Real que é quando o indivíduo se veste pensando em seu eu. O Ideal que é quando a pessoa se veste como gostaria de ser. O “Eu Ideal” pode ser moldado por admiração ou até mesmo por heroísmo.

Para Treptow (2007, p. 27) a “Moda diferencia-se de estilo, pois este é pessoal. Para que a moda aconteça é preciso que existam seguidores, ou seja, ninguém “faz” moda sozinho. Moda é um fenômeno sociológico. É preciso que exista um consenso, pessoas que acreditem, concordem e consumam esta ou aquela ideia para que ela vire moda”.

Atualmente, não consumimos apenas pelo fato das necessidades básicas e físicas (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006), mas sim, pelo

“[...] bem-estar material, bem-estar psíquico e exibição. Os dois primeiros são necessidades individuais: a necessidade de se alimentar, vestir e abrigar, e de paz de espírito e recreação... A última é um termo geral que cobre todas as demandas da sociedade”. (DOUGLAS; ISHERWOOD, p. 26, 2006)

Os autores ainda afirmam que os indivíduos estão mais preocupados com o status da marca, com o que o produto representa do que no próprio bem, pois, a distinção entre luxo e necessidade é puramente técnica, porém os bens são necessários para a socialização. A definição do consumo como uma área de comportamento, mostra que é uma relação livre e sem regras. O objetivo dominante do consumidor é a busca de informações sobre as combinações de peças de roupas, marcas e cultura para poder expressar a sua identidade. em constante mudança.” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006).

2.3 DESIGN DE INFORMAÇÃO EM MEIOS DIGITAIS

Nos dias atuais, o design vem sofrendo transformações conceituais, com o avanço da interação nos hábitos dos usuários, o design de informação vai além do design gráfico, ou seja, do visual, ele está cada vez mais interagindo de forma presente na vida de usuários. A internet na atualidade tornou-se o fio condutor que liga a informação e comunicação ao usuário, mostrando ainda mais a necessidade de os manter conectados.

De acordo com Quintão; Triska (2014, about Shedroff; 2000) afirmam que os princípios do design de informação têm origem no design gráfico e editorial. Ou seja, tem como objetivo organizar e apresentar dados, transformando-os em informação com sentido e valor, sendo uma ferramenta necessária para expressar as capacidades visuais de outras áreas do design e não para anular a ampliação dessas áreas. Para Quintão; Triska (2014) A tipografia, meios pictóricos gramática visual, são meios que tornam possível transmitir informações, para que signos falem por si mesmos, sejam autoexplicativos, e que possam contornar a linguagem verbal, não a substituindo, mas servindo como apoio.

Podemos salientar que: “Praticamente tudo o que os nossos olhos vêem é comunicação visual [...] imagens que, como todas as outras, têm um valor diferente segundo o contexto em que estão inseridas” (MUNARI, 1997, p.65). Ou seja, as significações das imagens vai depender também do observador e do seu repertório pessoal de conhecimento, mas como Munari também afirma que a mensagem visual só é recebida de forma satisfatória se não houver alterações no receptor, depende também do local onde a imagem está inserida, pois essas características, como observador, imagem e local são primordiais para uma comunicação visual e a mensagem que ela quer passar.

A mensagem visual é dividida em duas partes, uma delas é o suporte visual “o conjunto de elementos que tornam visível a mensagem, todas aquelas partes que devem ser consideradas e aprofundadas para poderem ser utilizadas com máxima coerência em relação à informação.” (MUNARI, 1997, P. 69) Essas partes são as classificações da imagem, aquilo que podemos analisar e observar, ou seja, as “Texturas, Forma, Estrutura, Módulo, Movimento” (MUNARI, 1997, P. 69). Ideais parecidos com o Gestalt.

O ambiente da internet permite uma comunicação visual e textual com pessoas de culturas, geografias e costumes diferentes. Para Castells (2003, p. 116): “A internet não é simplesmente uma tecnologia: é um meio de comunicação... é a infraestrutura material de uma determinada forma organizacional: a rede... A internet tornou-se um componente indispensável.” As pessoas tornaram o tempo algo valioso nos dias atuais, há pessoas que gasta dinheiro para poupá-lo, o exemplo disso são os aplicativos de transporte. Outras, “parece ter mais tempo e menos equipamentos” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 187). Ou seja, ainda há pessoas que não sabem

valorizar o tempo de maneira produtiva, ou seja, trazendo significação para ele, o tempo nesse contexto não se remete ao espaço em moda, aqui, refere-se à horários.

O design de informação está em todos os locais, “A imagem da mídia é representada principalmente pela televisão e pela publicidade visual” (JOLY, 1996, p.14) Ou seja, a televisão é um dos meios, a publicidade um dos conteúdos. Joly (1996, p. 15) ainda salienta: “A publicidade é uma mensagem particular capaz de ser materializar tanto na televisão quando no cinema, tanto na imprensa escrita quanto no rádio.” E também nas redes sociais, já que a internet pulveriza qualquer informação jogada na rede. Ou seja, a imagem tornou-se um dos sinônimos de representação visual, propaganda pode representar uma imitação, como já foi explicado, a comunicação da imagem pode estar enganar ou educar, vai depender do receptor e emissor da mensagem.

Vale ressaltar também que “Um signo só é um “signo” se “expressar ideias” e se provocar na mente daquele ou daquela ou daqueles que o percebem uma atitude interpretativa,” (JOLY, 1996, p. 29), ou seja, um corpo, uma imagem uma fotografia, uma roupa, ambos carregam significados que vão além das palavras, ou seja, a significação da palavra é a partir do significado dela, mas não possuem outras características, já as fotografias expressas, assim como outras imagens, “Deveriam ter uma função referencial, cognitiva, mas na realidade, situa-se entre a função referencial e a função expressiva ou emotiva.” (JOLY, 1996,p. 58) Ou seja, é necessário a observação do receptor, pois é ele que vai determinar a forma que informação foi recebida, até porque sabe-se que há agentes que interferem a recepção correta da imagem, desde ruídos, má emissão e anulação do recebimento da mensagem.

2.3.1 Redes sociais

As pessoas estão sempre buscando informações, e tendo que conviver em sociedade, somos ensinados desde a infância sobre como nos comportar e interagir na escola e em casa, e assim somos treinados para os futuros ambientes. As redes sociais, tornou-se uma extensão virtual desses ambientes, onde o usuário pode namorar, trabalhar e até mesmo, se manter informado com o mundo ao seu redor. Para isso, o indivíduo vai criar um ambiente “com base em seus interesses, valores, afinidades e projetos.” (CASTELLS, 2003, p.109). Para assim se criar uma interação

social que antes só era feita pessoalmente, agora são feitas de forma também online, por meio de redes sociais e suas comunidades virtuais, utilizando também de artefatos como o computador e o celular, que são os mais utilizados devido a praticidade.

Castells (2003, p. 109) afirma que: “O individualismo em rede é um padrão social, não em acúmulo de indivíduos isolados.” Pois os indivíduos conseguem se manter conectados com as pessoas desejadas à distância não precisando estar geograficamente perto para se ter a criação de laços afetivos. As redes sociais desempenham atualmente a maneira participativa da sociedade, movimentos sociais são marcados pelos usuários, de forma on-line, organizada e comentada. A internet e as redes sociais tornaram uma extensão da vida social pessoal de um indivíduo.

Há 20 anos atrás, a internet era um fenômeno social ainda inicial, ou seja, não havia muitos estudos sobre o tema, pois poucos sabiam da existência e podiam utilizá-la, um quadro bastante diferente dos dias atuais. Mesmo com as limitações da época, Castells ainda complementa: “A internet é a espinha dorsal da comunicação Global mediada por computadores.” (CASTELLS,1999, p. 431). Uma visão bastante atual, Warschauer (2006) salienta a importância do equipamento, conectividade e do letramento. O usuário tem que ter o conhecimento do funcionamento do equipamento, para se ter um desenvolvimento da informação e comunicação. Ou seja, relação produto/pessoa. pois o equipamento é a forma mais simples para o acesso a comunicação, já que ele é adquirido de forma única, diferentemente da conectividade (wi-fi), que é necessário um pagamento mensal, mas ele alerta também sobre a obsolescência planejada dos produtos. Ou seja, o produto sempre irá precisar de atualizações de marcas, software, outros aplicativos e até mesmo do próprio produto devido às novas criações de tecnologias.

“A internet favorece a criação de novas comunidades, comunidades virtuais, ou pelo contrário, está induzindo o isolamento pessoal, cortando os laços das pessoas com a sociedade e, por fim, com o mundo “real”.” (CASTELLS,1999, p. 442) este é um pensamento bastante astuto, pois a vida real mesmo estando um pouco dispersa, os vínculos sociais virtuais as deixam ilimitadas, ou seja, a limitação do usuário com o mundo real depende da capacidade de saber diferenciar de interesses.

Atualmente há uma vasta quantidade de plataformas, aplicativos e redes sociais, um desses aplicativos é o Instagram, que foi criado em 2010, e tem hoje cerca de 1 bilhão de usuários no mundo e o Brasil lidera o segundo lugar. Ele geralmente é acessado pelo celular. No Instagram, o usuário registra-se, gerando um perfil. Com este registro, é possível tirar fotos, gravar vídeos, editá-los, postar (no Facebook, Twitter, Flickr e Tumblr, juntamente com o próprio Instagram) e usando hastags “#” e textos nas legendas das imagens e ainda ver e curtir fotos sobre o dia a dia de outros usuários. Silva (*apud* OLIVEIRA, 2014, p. 6) considera o aplicativo um espaço onde as coisas se materializam, onde a facilidade e a beleza se fazem presente constantemente:

O Instagram está na moda expondo consigo o ponto de vista da intimidade, das relações de consumo, das experiências do sujeito. Tal exposição pressupõe uma espera ou convicção na promessa de ser visto, não ser esquecido.

O ser humano busca sempre uma forma de se fazer eterno, já que a morte é a certeza de todos, mas o desejo de não se deixar ser obsoleto ou cair no esquecimento da mídia e das pessoas, ou até mesmo no anonimato foram características responsáveis pela necessidade de se fazer presente também nas redes sociais.

Piza (2012, p. 19) salienta também que “O instagram é fruto de uma evolução não só tecnológica, mas também das constantes mudanças no contexto de rede.” O intuito não é salientar os tipos de redes, mas sim, como o Instagram tornou-se indispensável na vida social, pessoal e profissional das pessoas.

A fotografia que antes era feita em ocasiões especiais, hoje é tirada constantemente, expondo não apenas o usuário, mas o que ele consome, os familiares e o dia a dia do mesmo. E é isso que os usuários buscam, legitimidade no discurso apresentado pelos usuários.

2.3.1.2 Mini blogueiras

A tecnologia se tornou uma ferramenta necessária para a sociedade, ela não determina a sociedade, ela é uma extensão e forma de representação da sociedade, como salienta Castells (1999, p. 57): “As novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidade virtuais.” Ou seja, a

informação gerada por meio do avanço da tecnologia abrange vários setores da sociedade, desde a economia, como também a cultura, integrando até mesmo países distintos.

Com a facilidade da tecnologia e acesso à internet, as pessoas tiveram mais controle sobre a criação de espaços virtuais que a representasse como pessoa, onde elas pudessem expressar quem elas são, com ou sem espectadores. Os blogs pessoais foram o primeiro espaço próprio na rede, começaram lá nos anos 90, onde ele tinha o caráter recreativo, ou seja, o criador do blog tinha total liberdade para narrar as suas experiências, relatar o seu dia a dia e assim se sentir ouvido. BORGES (2016, p. 6) “Desde aquela época, a pessoa responsável pelo blog é conhecida como blogueiro ou blogueira (do inglês blogger).” Confirma que desde o início dos blogs já havia a denominação de blogueiras, ou seja, não é uma definição atual, ela está sendo apenas mais utilizada.

Com a criação das redes sociais, os chamados blogueiros passaram também para essas mídias digitais, evoluindo também os seus conteúdos, pois eles deixaram o anonimato para ser celebridades, mostrando assim, o seu dia a dia também em outras plataformas, como em canais no Youtube, por exemplo. Os usuários que os acompanhavam passaram a ser seguidores fidelizados. As definições do autor são indispensáveis para se entender melhor esse novo hábito, Borges (2016, p. 7):

Hoje as chamadas “blogueiras” tornaram-se ícones de moda e de comportamento e estão conquistando espaços e investimentos nos veículos de comunicação. As blogueiras tornaram-se grandes formadoras de opinião ou, em uma linguagem mais atual, digital influencers.

Outro termo bastante comum e que pode confundir as pessoas é o termo It Girls, vale salientar que toda mulher que fala sobre moda nas redes sociais são denominadas blogueiras.

O termo It Girl é utilizado para se referir a mulheres, geralmente muito jovens, que, mesmo sem querer, criam tendências, despertam o interesse das pessoas em relação ao seu modo de vestir, de andar, pensar ou ser. Apesar de toda blogueira ser considerada uma It Girl, nem toda It Girl é uma blogueira. (BORGES, 2016, p. 9)

Influências físicas, gestual, visual são as grandes características desse novo modelo de formadores de opinião, pois assim como o conteúdo, a imagem divulgada por tais, são acessadas e copiadas quase que instantaneamente. “Instrumento de comunicação entre as pessoas, a imagem também pode servir de instrumento de

interseção entre um homem e um próprio mundo.” (JOLY, 1996, p. 59). Gerando também uma nova ferramenta para o marketing. “O blog, além de um meio de comunicação, tornou-se uma poderosa ferramenta mercadológica, em que grandes marcas e estilistas enxergaram um termômetro de popularidade e uma nova – e até então mais barata – forma de publicidade.” (TAVERNARI; MURAKAMI, 2012, Pag. 88). Camila Coutinho legitima esse discurso no seu livro ao relatar o início de sua história com os presentinhos:

Lembro direitinho o primeiro jabá que chegou lá em casa: a miniatura de um perfume da Diesel! Era meio amadeirado e vinha numa caixinha com palha dentro. Fotografei, usei e fiz resenha para o blog (ganhou quatro estrelinhas!). Aos poucos passei a receber de tudo: de maquiagens e roupas (itens que fizeram as minhas amigas enlouquecerem, tipo: “Você tá ganhando isso tudo de graça?! Jura?”) a bebidas, comidinhas, pipoqueira e até maionese. (COUTINHO, 2018, p. 22)

A identidade de consumo, de reconhecimento e de igualdade entre as relações seguidores e influenciadores, geram o desejo nas novas gerações, pois as crianças e adolescentes veem apenas o glamour da profissão e atribuem a elas significados positivos sobre uma nova perspectiva de mercado. Para Castells (1999, p.57): “Por identidade, entendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjuntos de atributos.” É o caso das mini blogueiras, onde elas se baseiam na imagem feminina também da beleza das blogueiras, tornam uma adaptação das mesmas em miniaturas.

3 METODOLOGIA

Para a realização da pesquisa, será utilizado a pesquisa qualitativa, pois será estudado uma tendência de comportamento de um pequeno grupo, não tendo caráter abrangente.

A pesquisa qualitativa é adequada aos estudos da história, das representações e crenças, das relações, das percepções e opiniões, ou seja, dos produtos das interpretações que os humanos fazem durante suas vidas, da forma como constroem seus artefatos materiais e a si mesmos, sentem e pensam. (MINAYO, 2008, p.57).

Desse modo, a pesquisa será realizada a partir do Instagram, pois é a rede social mais voltada para fotografia, divulgação e comunicação. Possui também um grande índice de visualização. Serão observadas 5 mini blogueiras do estado de Pernambuco, o critério para a escolha apenas desse estado é pelo fato do sentimento

de pertencimento ao lugar e também por que o Nordeste está tomando uma grande repercussão nacional, principalmente em relação a indústria têxtil. As mini blogueiras serão na faixa etária entre 5 e 9 anos.

Como foi tratado no parágrafo anterior, a pesquisa irá se deter ao Instagram das crianças selecionadas, assumindo assim, um caráter de pesquisa exploratória. Por que, de acordo com Gil (2008, p. 27): “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.” ou seja, o método da pesquisa qualitativa será a pesquisa exploratória.

A análise coleta de dados será obtida por meio de imagens uma delas a de Joly (1996, p. 48): “umas das funções da análise da imagem, pode ser a busca ou a verificação das causas do bom ou mau funcionamento de uma mensagem visual.”

[...] a foto de moda, imagem implicativa e, portanto, conotativa, também navega entre o expressivo, manifestado pelo “estilo” do fotógrafo, o poético, manifestado pelo trabalho com os diversos parâmetros da imagem (iluminação, pose...) e o conotativo, isto é, a implicação do espectador, eventual e futuro comprador (JOLY, 1996, p. 58).

Para isso, utilizaremos a função conotativa de Joly.

[...] serve para manifestar a implicação do destinatário no discurso e a manifesta por todos os tipos de procedimentos, como a interpelação, o imperativo ou a interrogação. (JOLY, 1996, p. 57)

E a outra função, para descrever alguns elementos mais relacionados a pose será utilizado a denotação.

[...] concentra o conteúdo da mensagem naquilo sobre o que se está falando; é dominante em muitas mensagens, ou mostra-se como tal, mas uma escuta ou leitura atenta permitem detectar a manifestação concomitante de outras funções. (JOLY, 1996, p. 57)

Ou seja, Joly (1996) afirma que para se obter uma mensagem (informação) da imagem é necessário alguns fatores como o emissor, o contexto da mensagem e o destinatário. Sabendo disso, utilizaremos a denotação para descrever as poses vistas nas blogueiras e a conotação para colocar essas descrições dentro de um contexto, a partir do repertório do destinatário, confiando assim na capacidade da pesquisadora no momento de análise, que no caso será o destinatário.

De acordo com os objetivos específicos (a) Catalogar poses das blogueiras adultas e infantis do estado de PE; (b) Analisar de forma comparativa como as postagens das crianças tendem a seguir a tendência de comportamento, através da repetição das poses das blogueiras adultas. (c). Apresentar os comentários das postagens selecionadas que as mini blogueiras são comparadas a mulheres adultas; O objeto de estudo são as postagens publicadas nos perfis das minis blogueiras no Instagram.

3.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

1ª. Etapa	Definição das Mini blogueiras
2ª. Etapa	Definição das Blogueiras adultas
3ª. Etapa	Coleta das postagens das blogueiras adultas (foco nas postagens do corpo inteiro).
4ª. Etapa	Coleta das postagens das Mini blogueiras
5ª. Etapa	Coleta dos comentários das postagens das Mini blogueiras
6ª. Etapa	Comparação das poses das blogueiras e Mini blogueiras
7ª. Etapa	Catologação das poses comparadas
8ª. Etapa	Apresentação dos comentários

4 COLETA DE DADOS

Prints dos perfis do Instagram das blogueiras adultas: Camila Coutinho, Amanda Fontes, Cuca Amorim, Eduarda Baima e Karine Filizola.

Para definirmos amostragem das postagens das blogueiras, delimitados a procura por 10 poses diversas ao longo de um ano no perfil de cada blogueira. Inicialmente recolhemos as imagens dos perfis das blogueiras adultas e pernambucanas que foram encontradas na lista de ‘seguindo’ das mini blogueiras. No intuito de compreender que estas mulheres tem suas postagens visualizadas pelas crianças ou pais que monitoram/criam as contas na rede social Instagram.

A tendência de comportamento foi ampliada com o uso das redes sociais, das tecnologias e das informações que estão ao alcance mais próximo por meio dos smartphones dos pais, é notório o aumento do uso também pelas crianças, fazendo-as acompanhar e se adaptarem as mudanças comportamentais geradas a partir das visualizações de um determinado segmento. A pose se torna um processo de adoção.

“Podemos afirmar que o corpo, sempre presente nas interações humanas, é o suporte de marcas, de deformações e mutilações ritualísticas e representações e, logicamente, o principal suporte humano das práticas discursivas.” (CASTILHO, 2009, p. 83).

Amostra de imagens das blogueiras adultas

Figura 1: Amostra das poses de Amanda Fontes



Fonte: Imagens retiradas do perfil de Amanda Fontes em 23/11/19

Figura 2: Amostra das poses de Camila Coutinho



Fonte: Imagens retiradas do perfil de Camila Coutinho em 23/11/19

Figura 3: Amostra das poses de Cuca Amorim



Fonte: Imagens retiradas do perfil Cuca Amorim de em 23/11/19

Figura 4: Amostra das poses de Eduarda Baima



Fonte: Imagens retiradas do perfil de Eduarda Baima em 23/11/19

Figura 5: Amostra das poses de Karine Filizola



Fonte: Imagens retiradas do perfil de em Karine Filizola 23/11/19

Amostra de imagens mini blogueiras

Figura 6: Amostra das poses da mini blogueira M1



Fonte: Imagens retiradas do perfil da mini blogueira M1 em 23/11/19

Figura 7: Amostra das poses da mini blogueira M2



Fonte: Imagens retiradas do perfil da mini blogueira M2 em 23/11/19

Figura 8: Amostra das poses da mini blogueira M3



Fonte: Imagens retiradas do perfil da mini blogueira M3 em 23/11/19

Figura 9: Amostra das poses da mini blogueira M4



Fonte: Imagens retiradas do perfil da mini blogueira M4 em 23/11/19

Figura 10: Amostra das poses da mini blogueira M5



Fonte: Imagens retiradas do perfil da mini blogueira M5 em 23/11/19

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir dos objetivos específicos, houve a necessidade da criação de uma análise dividida em duas partes.

A primeira parte da análise será apresentar um quadro comparativo como as postagens que as crianças que tendem a seguir a tendência de comportamento – as poses – das postagens das blogueiras adultas. No intuito de preservar mais as imagens das mini blogueiras, aqui nesta pesquisa iremos renomear suas imagens com as seguintes siglas de M1, M2, M3, M4 e M5.

A segunda parte foi identificar nas postagens selecionadas, pelas poses das mini blogueiras, quais comentários são direcionados a relacionar à imagem da criança a imagem de uma mulher adulta.

1ª. Parte – Análise Comparativa das Postagens/Poses das Blogueiras e das mini blogueiras.

Quadro 1 – POSE A

Pernas assimétricas abertas frontalmente

Pose Adulta	Pose Infantil
	
Karine (7) Amanda (5)	M1 (5)
Blogueira: Karine Filizola	Mini blogueira: M1
Pose:7	Pose: 5

Data da postagem: 18/10/2019	Data da postagem: 30/06/2019
Quantidade de comentários: 43	Quantidade de comentários: 7
Percebemos que a blogueira essa pose de pernas assimétricas abertas frontalmente aparece nas blogueiras adultas, e com algumas variações também na mini blogueira M1. Denotação: Na pose A as pernas estão assimétricas e abertas frontalmente, pés tortos, uma mão ao quadril, a outra, rente ao corpo, corpo com inclinações assimétricas. Conotação: Na pose, a mini blogueira M1 não aparenta estar em uma posição confortável, pois o seu corpo além de estar inclinado não tem uma sincronização gestual dos membros, a mão no quadril traz a atenção do olhar para o mesmo, os pés tortos e as pernas assimétricas trazem uma ideia de movimento à imagem.	

Quadro 2 – POSE B

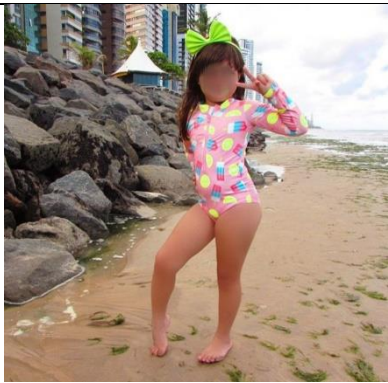
Agachamento

Pose Adulta	Pose Infantil
	
Amanda (6)	M2 (8)
Blogueira: Amanda Fontes	Mini blogueira: M2
Pose: 6	Pose: 8

Data da postagem: 02/03/2019	Data da postagem: 21/11/2018
Quantidade de comentários: 54	Quantidade de comentários: 37
Percebemos que essa pose de agachamento aparece na blogueiras adulta Amanda e com algumas variações também na mini blogueira M2. Denotação: Na pose B a mini blogueira M2 está com uma perna apoiada ao chão com a mão em cima do joelho, a outra perna está dobrada com o joelho encostado ao braço juntamente com a mão no maxilar e rosto de perfil. Conotação: Na pose B a mini blogueira M2 não carrega as mesmas significações gestuais da blogueira Amanda, mesmo tendo as mesmas características físicas (ambas estão agachadas) Amanda está mostrando o corpo de forma sensual, o bumbum está empinado, cintura desenhada e as pernas estão mais aparentes, diferente da mini blogueira M2 que não está evidenciando as curvas do corpo feminino, ou seja, uma postura simples, moleca e sem teor sexual.	

Quadro 3 – POSE C

Corpo levemente virado com perna quebrada e pé levantado

Pose Adulta	Pose Infantil
	
Amanda (10)	M5 (8) M4 (1) (7) M1 (9)
Blogueira: Amanda Fontes	Mini blogueira: M5
Pose:10	Pose: 8

Data da postagem: 06/12/2018	Data da postagem: 31/01/2019
Quantidade de comentários: 16	Quantidade de comentários: 27
Percebemos que a essa pose de Corpo levemente virado com perna quebrada e pé levantado aparece na blogueiras adulta Amanda, e com algumas variações também nas mini blogueiras. Denotação: Na pose C a mini blogueira M5 está com a perna quebrada com o pé levantado, com uma das mãos na cintura, a outra mão formando um v próximo a área dos olhos. Conotação: Na pose C, a mini blogueira M5 mantêm o mesmo gestual da blogueira Amanda, a exposição do corpo conota um visual mais sexy, perna quebrada, pé levantado que implica na elevação do bumbum e evidencia a cintura em forma de S, são significações que não condizem com a idade da mini blogueira M5, pois o corpo da criança não tem curvas. Mesmo ela estando com uma camiseta estampada lúdica e laço na cabeça, que são elementos do vestuário infantil, houve a necessidade de mostrá-la dessa forma, mesmo a atitude mais condizente do contexto inserido na imagem (praia) fosse ela brincando e não posando para uma fotografia de conotações adultas.	

Quadro 4 – POSE D

Joelho dobrado e em pé, repousando sobre uma parede.

Pose Adulta	Pose Infantil
-------------	---------------

 Camila (1)	 M3 (8) M1 (7) M2 (2)
Blogueira: Camila Coutinho Pose:1 Data da postagem: 23/10/2019 Quantidade de comentários: 289	Mini blogueira: M3 Pose: 3 Data da postagem: 07/08/2019 Quantidade de comentários:33
Percebemos que a blogueira essa pose de Joelho dobrado e em pé, repousando sobre uma parede aparece na blogueiras adulta Camila, e com algumas variações também nas mini blogueiras. Denotação: A mini blogueira está com o joelho dobrado e em pé, repousando sobre uma parede, com o braço ao lado do corpo. Conotação: Na pose D percebemos que a mini blogueira M3 não carrega as mesmas significações gestuais da blogueira Camila, mesmo tendo as mesmas características físicas (ambas estão de joelho dobrado e em pé) Camila está mostrando o corpo de forma sensual em comparação com a mini blogueira M3, o bumbum está empenado, salto alto e ângulo (foto tirada de cima para baixo), diferente da mini blogueira M3 que está transparecendo uma gestualidade de deboche e despojamento, ou seja, uma postura simples sem teor sexual, mas essas descrições não se assemelham aos significados da referência de infância.	

Quadro 5 – POSE E

Postura lateral

Pose Adulta	Pose Infantil
 Eduarda (2) Camila (3) Kamila (8)	 M3 (6) M5 (4)
Blogueira: Eduarda Baima Pose:2 Data da postagem: 23/08/2019 Quantidade de comentários: 46	Mini blogueira: M4 Pose: 3 Data da postagem: 23/12/2018 Quantidade de comentários: 14
Percebemos que essa pose de postura lateral aparece nas blogueiras adultas, e com algumas variações também nas mini blogueiras. Denotação: A mini blogueira M3 está posicionada lateralmente, com um pé elevado e mão no quadril. Conotação: Na pose E, a mini blogueira M3 está posicionada lateralmente na fotografia, o pé elevado empina o bumbum, a mão no quadril traz atenção do olhar para a região, as pernas estão alongadas pelo ângulo da foto, ou seja, pose que é tendência entre as blogueiras adultas, mostra como o movimento do corpo pode não coincidir com a ação desejada para aquela idade juntamente com o gestual visto, pois essas conotações não se adequam ao corpo infantil.	

Quadro 6 – POSE F

Perna aberta assimétrica inclinada frontalmente

Pose Adulta	Pose Infantil
 Karine (4) (3) Cuca (8)	 M5 (10) M3 (7)
Blogueira: Karine Filizola Pose: 4 Data da postagem: 24/06/2010 Quantidade de comentários: 132	Mini blogueira: M5 Pose: 10 Data da postagem: 11/03/2019 Quantidade de comentários: 24
Percebemos que essa pose de perna aberta assimétrica inclinada frontalmente aparece nas blogueiras adultas, e com algumas variações também nas mini blogueiras. Denotação: Na pose F a mini blogueira M5 está com as mãos na cintura, postura ereta e pernas em pose assimétrica.	



M5 pose (9)

Conotação: As mãos na cintura afina visualmente a cintura, a quebra do quadril por meio das pernas traz um gestual adulto para a mini blogueira. A pose 10 da mini blogueira M5 está caracterizada aqui como uma criança meiga e romântica. Porém na pose 9 mesmo tendo o mesmo gestual, tendo apenas algumas variações, está caracterizada de forma feminina e adulta. Ou seja, subentende-se que o vestuário também interfere na mensagem passada pelo corpo, entretanto é notório que não há uma preocupação com a significação obtida em relação à ele, já que a pose H é legitimada pela reprodução de uma tendência gestual exibida pelas blogueiras Karine e Cuca.

Quadro 7 – POSE G

Perna levemente quebrada (assimétrica) com pés de Barbie¹

Pose Adulta	Pose Infantil
	
Karine (6)	M4 (10) (8) M3 (2) (10) (5) M5 (2)
Blogueira: Karine Filizola Pose: 6 Data da postagem: 26/07/2019 Quantidade de comentários: 48	Mini blogueira: M4 Pose: 10 Data da postagem: Quantidade de comentários:
Percebemos que essa pose de perna levemente quebrada (assimétrica) com pés de Barbie aparece na blogueira adulta Karine, e com algumas variações também nas mini blogueiras. Denotação: Na pose G a mini blogueira M4 está com a perna levemente quebrada (assimétrica), com os pés de Barbie e colocando uma das mãos na cintura. Conotação: Na pose G a mini blogueira M4 está com conotações diferentes para a idade dela, mas semelhantes com a blogueira Karine a qual se assemelha o gestual e a pose 6 de Karine, é possível mostrar que a mini blogueira mesmo não tendo a intenção de evidenciar as curvas femininas por meio do pé de Barbie que eleva o	

¹ O termo pés de Barbie é uma expressão coloquial difundida para definir o tipo de pose onde o pé da modelo em questão aparece levantado e arqueado, lembrando assim o pé da boneca. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/moda/pe-de-barbie-e-a-pose-do-momento-para-fotos/> data de acesso: 28/11/19

quadril, alonga a silhueta e pela cintura afinada, a partir do posicionamento da mão, preocupações visuais e corporais que não são geradas por meio da criança, mas mesmo assim, ela reproduz uma tendência vista nas poses das blogueiras adultas.

Quadro 8 – POSE H

Pés assimétricos: Pés cruzados

Pose Adulta	Pose Infantil
	
Cuca (8) Karine (5) (2) Eduarda (1)	M3 (1) M1 (4) M4 (4) (6) M5 (3) (7)
Blogueira: Cuca Amorim Pose: 8 Data da postagem: 31/07/2019 Quantidade de comentários: 54	Mini blogueira: M3 Pose: 1 Data da postagem: 28/10/2019 Quantidade de comentários: 35
Percebemos que essa pose de pés cruzados aparece nas blogueiras adultas, e com algumas variações também nas mini blogueiras. Denotação: Na pose H a mini blogueira M3 está com os pés cruzados com um deles tocando o chão apenas com as pontas dos dedos, mãos na altura da cintura e corpo levemente inclinado. Conotação: Os pés cruzados é uma variação da pose 8 de Cuca, mas a mini blogueira M3 ainda encorporea ao gestual as mãos na altura da cintura, trazendo	

mais significações de expressões não condizentes com a sua idade, pois acredita-se que uma criança não tem a preocupação em parecer com a cintura mais fina visualmente, tendencia essa em blogueiras adultas.

Quadro 9 – POSE I

Posição assimétrica: Um pé tocando o chão com as pontas dos dedos e o outro, com a sola do pé

Pose Adulta	Pose Infantil
 Eduarda (6) Karine (1)	 M3 (9)
Blogueira: Eduarda Baima Pose:6 Data da postagem: 10/03/2019 Quantidade de comentários: 61	Mini blogueira: M3 Pose: 9 Data da postagem: 14/08/2019 Quantidade de comentários:23
Percebemos que essa pose de um pé tocando o chão com as pontas dos dedos e o outro, com a sola do pé aparece nas blogueiras adultas, e com algumas variações também na mini blogueira M3. Denotação: A mini blogueira está em posição assimétrica, com um pé tocando o chão apenas com as pontas dos dedos e perna levemente dobrada e com uma das mãos na altura do quadril.	

Conotação: A mini blogueira M3 está semelhante à blogueira Eduarda, porém a mini blogueira a partir do seu visual trouxe uma adoção de despojamento no seu gestual. Na pose I diferente de outras poses dos outros quadros, não traz uma significação sensual, por ambas as blogueiras (adulta e infantil), entretanto esse posicionamento gestual não condiz com o esperado para a idade da mini blogueira.

Sabemos que as poses das blogueiras adultas não são exclusivas delas e que temos uma adoção de poses apresentadas pelas modelos em desfiles e editoriais de moda. Mas o entendimento que as crianças também replicam estas poses ao contrário de estarem apresentando os looks em suas tarefas cotidianas. Ou seja, ao invés de termos fotos das mini blogueiras brincando, em momentos de lazer e de descontração, temos as meninas seguindo um padrão de postura visualizado previamente. Nesta pesquisa acreditamos que parte desta tendência de comportamento de adotar um pose, segue o fluxo das blogueiras adultas para as mirins, devido a audiência que as blogueiras detiveram ao longo desses últimos 10 anos e que o termo mini blogueiras já faz do perfil das meninas um desejo de trilhar um caminho parecido com as mulheres que estão inseridas no sistema de moda como personagem que aponta tendências de moda.

2ª. Parte – Apresentação dos comentários das postagens que as mini blogueiras são comparadas a mulheres adultas.

Quadro 10- Comentário da mini blogueira M1

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 3 da M1
----------	---

	← Comentários  cincoanotia Luz na passarela que já vem ela 😊😊 ... #sabadin #diadsabad0 #boatarde 54 sem · Editado  valeriafcfreitas 😊😊 54 sem 1 curtida Responder  dudamisso Linda e maravilhosa 54 sem 1 curtida Responder  marliifc Nossa que modelo mais charmosa! 54 sem Responder
Data da postagem	20/08/2019
Quantidade de comentários na postagem	3
Ordem do comentário	3

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 11- Comentários da Pose 2 da mini blogueira M2

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 2 da M2	Comentários retirados da postagem da Pose 2 da M2
	← Comentários  vitoriamart Muito linda .. toda blogueira 😊 2 sem 1 curtida Responder  melsantosneves Que linda essa princesa!! Amei suas fotos 😊😊😊😊 2 sem 1 curtida Responder  maternidadereal.maedomiguel Quero A ter tido gêmeos, acho o maxim9 2 sem Responder  genilda.ruth Ah Isadora você é tão linda 😊😊😊 2 sem Responder  laraangelmakeup Que linda essa foto 2 sem Responder  alice_liceblogger Maravilhosa. 😊😊😊😊 2 sem Responder	← Comentários  fabyanaborgess Princesinha mais linda do Instagram 💕 2 sem 1 curtida Responder  kaians0uza_Ofc Que menina linda 2 sem 1 curtida Responder  mamaeamorsemfim Tão linda gente! Toda blogueirinha! ❤️❤️😊😊 2 sem 1 curtida Responder  alexiaoffc Quê princesinha mais linda e charmosa! 2 sem 1 curtida Responder  alineaampocsilva Linda demais, apaixonadas 2 sem 1 curtida Responder  judalbuquerque Lindaaaaaa ❤️ 4 d Responder
Data da postagem	16/11/2019	16/11/2019
Quantidade de comentários na postagem	26	26
Ordem do comentário	6	12

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 12- Comentário da Pose 9 da mini blogueira M2

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 9 da M2
	
Data da postagem	02/11/2019
Quantidade de comentários na postagem	22
Ordem do comentário	2

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 13- Comentário da Pose 7 da mini blogueira M2

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 7 da M2
	
Data da postagem	25/09/2019
Quantidade de comentários na postagem	35
Ordem do comentário	9

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 14- Comentário da Pose 5 da mini blogueira M2

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 5 da M2	Comentários retirados da postagem da Pose 5 da M2
		
Data da postagem	20/08/2019	20/08/2019
Quantidade de comentários na postagem	62	62
Ordem do comentário	4	19 e 20
	Comentários retirados da postagem da Pose 5 da M2	Comentários retirados da postagem da Pose 5 da M2
		
Ordem do comentário	30 e 31	42

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 15- Comentário da Pose 8 da mini blogueira M2

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 8 da M2
	
Data da postagem	21/11/2019
Quantidade de comentários na postagem	37
Ordem do comentário	19

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 16- Comentário da Pose 1 da mini blogueira M3

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 1 da M3
	
Data da postagem	28/10/2019
Quantidade de comentários na postagem	35
Ordem do comentário	3

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 17- Comentário da Pose 2 da mini blogueira M3

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 2 da M3	Comentários retirados da postagem da Pose 2 da M3
		
Data da postagem	09/09/2019	16/11/2019
Quantidade de comentários na postagem	41	41
Ordem do comentário	3	4

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 18- Comentário da Pose 3 da mini blogueira M3

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 3 da M3
	
Data da postagem	10/09/2019
Quantidade de comentários na postagem	55

Ordem do comentário	26
---------------------	----

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 19- Comentário da Pose 9 da mini blogueira M3

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 9 da M3	Comentários retirados da postagem da Pose 9 da M3
		
Data da postagem	14/08/2019	14/08/2019
Quantidade de comentários na postagem	23	23
Ordem do comentário	5	10

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 20- Comentário da Pose 4 da mini blogueira M4

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 4 da M4
	

Data da postagem	12/01/2019
Quantidade de comentários na postagem	13
Ordem do comentário	8

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 21- Comentário da Pose 5 da mini blogueira M4

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 5 da M4
	 ← Comentários agathamagalhaes_ Vc está maravilhosa com esse look e esse calçado 🍷 Brilhou!!! 8 sem Responder sabriny_soares2_ Muito Linda, amei 8 sem Responder bloglarapina Amei, arrasou, tudo perfeito 🍷💕 8 sem Responder sofiaritamattias Belíssima mocinha mais charmosa 8 sem Responder mariaeduardaox6 Linda como sempre 🍷 7 sem Responder josineidebarross Ela é toda linda 🍷 4 sem Responder
Data da postagem	08/10/2019
Quantidade de comentários na postagem	15
Ordem do comentário	11

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

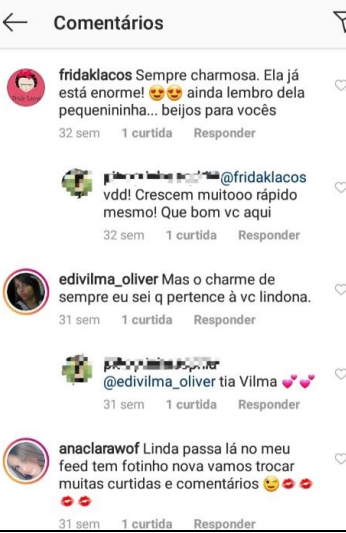
Quadro 22- Comentário da Pose 6 da mini blogueira M4

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 6 da M4
----------	---

	
Data da postagem	13/01/2019
Quantidade de comentários na postagem	11
Ordem do comentário	4

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 23- Comentário da Pose 2 da mini blogueira M5

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 2 da M5	Comentários retirados da postagem da Pose 2 da M5
		
Data da postagem	28/12/2018	23/04/2019
Quantidade de comentários na postagem	13	28
Ordem do comentário	4	13

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Quadro 24- Comentário da Pose 7 da mini blogueira M5

Postagem	Comentários retirados da postagem da Pose 7 da M5
	 ← Comentários  rhaquel_battista Essa blogueirinha arrasaaa 48 sem 1 curtida Responder  phogulinhazinha @rhaquel_battista obg princesa marlinda da vida ❤️ 48 sem Responder  thiago_fernandes04 Linda 48 sem 1 curtida Responder  phogulinhazinha @thiago_santos_fernandes_fernan obg príncipe 48 sem 1 curtida Responder  sofiaminibloguer Ah que linda 😍😍 48 sem Responder  mamaecomdocemel Que lindinha 💕 48 sem 1 curtida Responder
Data da postagem	10/01/2019
Quantidade de comentários na postagem	14
Ordem do comentário	4

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 30/11/19

Foi possível através da apresentação dos comentários perceber que não houve uma comparação tão assídua com a imagem da criança com uma mulher adulta e sim sempre com a imagem das blogueiras. Afirmando a beleza das meninas, comparando-as com princesas, as chamando de lindas, belas, perfeitas... E nessas postagens não foi possível apurar comentários que as compararam com mulheres adultas, enfatizando o quanto elas estão crescendo. Porém é percebida a grande ênfase nos comentários também nos looks e acessórios das mini blogueiras.

Por mais que nessas postagens que remetem as poses as das blogueiras adultas, esses comentários das mini blogueiras de como ela está crescendo, se transformando em uma mulher não apareceram muito, podemos ver que durante a pesquisa, onde se faz a questão de visualizar a imagem da menina como ela adulta, até aqui então, não podemos afirmar que as poses das blogueiras que elas replicam ou não, as transformam visualmente as como mulheres adultas, mais sabemos que existem essas postagens, mas para afirmar com mais embasamento precisamos fazer um futuro levantamento do que tem em comum nas postagens em que aparecem esses comentários.

Quadro 25- Comentário da postagem T da mini blogueira M1

Postagem	Comentários retirados da postagem T da M1
	 ← Comentários que me amo filha 19 sem 2 curtidas Responder mahh_marcelinha Mamãe ama demais essa princesa 🥰❤️ 19 sem 1 curtida Responder simone_ferreira_31 🙌🙌🙌🙌 19 sem 1 curtida Responder simone_ferreira_31 😊 19 sem 1 curtida Responder welma.ferreira Mocinha linda da prima!! 19 sem 1 curtida Responder palloma.barros Que lindinha! 19 sem 1 curtida Responder olivervargas94 Muito linda 😍😍 19 sem Responder
Data da postagem	24/06/2019
Quantidade de comentários na postagem	7
Ordem do comentário	5

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 04/12/19

Quadro 26- Comentário da postagem U da mini blogueira M3

Postagem	Comentários retirados da postagem U da M3
	 ← Comentários maecorujadedoisoficial Cresce tão rápido 🥰 tá cada dia mais linda 🥰 3 sem 1 curtida Responder Jawm.wtc @maecorujadedoisoficial 🥰🥰 3 sem Responder gabriela_barros09 Muito linda essa amiguinha 3 sem 1 curtida Responder Jawm.wtc @gabriela_barros09 obg princesa 🥰💕 3 sem Responder rayanevitoria4 É verdade o tempo voa,ela está cada dia mais linda 🥰😍 3 sem 1 curtida Responder

Data da postagem	13/11/2019
Quantidade de comentários na postagem	50
Ordem do comentário	9 e 11

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 04/12/19

Quadro 27- Comentário da postagem V da mini blogueira M5

Postagem	Comentários retirados da postagem V da M5
	
Data da postagem	21/01/2019
Quantidade de comentários na postagem	34
Ordem do comentário	9

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 04/12/19

Quadro 28- Comentário da postagem W da mini blogueira M5

Postagem	Comentários retirados da postagem W da M5
----------	---

	
Data da postagem	18/11/19
Quantidade de comentários na postagem	20
Ordem do comentário	9 e 12

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 04/12/19

Quadro 29- Comentário da postagem Y da mini blogueira M5

Postagem	Comentários retirados da postagem Y da M5
	
Data da postagem	17/0119

Quantidade de comentários na postagem	34
Ordem do comentário	8 e 9

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 04/12/19

Quadro 30- Comentário da postagem Z da mini blogueira M5

Postagem	Comentários retirados da postagem Z da M5
	
Data da postagem	15/01/19
Quantidade de comentários na postagem	31
Ordem do comentário	3

Fonte: Prints dos comentários retirados em: 04/12/19

Foi possível notar que existe essa conotação das imagens dela vista como adultas, vimos até então que elas estão sendo comparadas com blogueiras adultas e até mesmo recebendo comentários sobre a valorização do corpo sensualizado que é o exemplo do comentário da mini blogueira M5, ou seja, utilizando *emojis*. Além das respostas do próprio responsável pelo monitoramento do perfil no Instagram.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento desse estudo possibilitou o entendimento na área de tendência de comportamento, mas isso só foi possível a partir das leituras realizadas para o desenvolvimento teórico, pois nelas foi possível perceber uma linha cronológica do contexto de infância, da moda infantil e redes sociais, para assim, conseguir estudar o processo de adoção do comportamento de moda, através da análise da exposição dos corpos das mini blogueiras e de blogueiras adultas do estado de Pernambuco. Sendo que essa nova tendência de comportamento está sendo analisada pelo o Instagram.

Diante a prática de criações de perfis infantis em redes sociais monitorados pelos pais, houve a necessidade de saber como a imagem da mini blogueiras adota uma tendência de comportamento a partir das postagens das blogueiras adultas? Notamos que as mini blogueiras tem poses que fazem alusão as blogueiras adultas, que os perfis das mini blogueiras são monitorados pelos pais, onde as informações são compartilhadas a partir da autorização deles, percebemos que as mini blogueiras mesmo não tendo uma percepção do que a pose conota, elas replicam continuamente, com vestimentas apropriadas para o público infantil ou não. Acreditamos que as crianças não tem a preocupação de fazer x pose para poder mostrar um corpo com curvas, mas por ser algo visto, elas acabam adotando para o seu gestual.

Reparamos também que o uso da palavra bloguerinha ou mini blogueira é bastante empregada nos comentários das postagens das blogueiras infantis, isso legitima as questões de análises do olhar da pesquisadora, apresentando como essa tendência abrange diferentes públicos, olhares e percepções, mostra também que não é algo velado e contido o uso do mesmo, pois é nítido as referências das blogueiras adultas pela blogueiras infantis.

Mostramos então uma comparação das mini blogueiras como adultas, em como a imagem que aproxima as blogueiras delimitadas, mas que existe uma tendência, que pode levar ao entendimento do que liga as mini blogueiras às blogueiras adultas, ou seja, essa pesquisa foi bastante enriquecedora, pois nos proporcionou um leque de possíveis evoluções dos temas de pesquisa no futuro, como por exemplo, a análise

do vestuário dessas mini blogueiras, a presença da mãe na construção da imagem virtual e pessoal da filha, o processo de comportamento a partir da moda mãe e filha.

Uma dificuldade encontrada foi o não uso de questionários e entrevistas para análise de resultados, ou seja, a análise de imagem foi feita a partir da metodologia de Joly (1996), onde o que se baseia para a conotação é o olhar astuto do interpretante, mas isso foi uma dificuldade que não se transformou em limitação, pelo contrário, gerou maior confiança como pesquisadora e demonstrou o quão versátil pode ser a área de atuação de um Designer de moda.

REFERÊNCIAS

AMID, Ellen Danna da Silva; LOPES Gileyde Geyde F. Castro. **A influência da moda no comportamento infantil, diante da beleza imposta.** 2011.

Disponível em: http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT02/ComunicacaoOral/CO_89806A_influencia_da_moda_no_comportamento_infantil_diante_da_belezaimposta_.pdf.

Acesso em: 31 Ago. 2017

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família.** 2º ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BONSIEPE, Gui. **Design do Material ao Digital.** Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BORGES, Carlise Nascimento. **A nova comunicação e o advento dos digital influencers: pesquisa realizada sobre blogueiras de moda.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Goiânia. GO. 2016

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa.** 9º ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2011.

BRASIL. Ministério de Educação e do Desporto. **Referencial curricular nacional para a educação infantil.** Secretaria de Educação Fundamental – Volume 1, Brasília: MEC/SEF, 1998.

Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/rcnei_vol1.pdf. Acesso em: 09 Dez. 2017.

BROUGÈRE, Gilles. **Jogo e educação.** Porto Alegre: Editora Artes Médicas, 2003

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede- A era da informação: Economia, sociedade e cultura**. Volume 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, Katia. **Moda e linguagem**. 2º ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009

COSTA, Luciana Fernandes da. **Lúdico: a aplicação de uma tendência comportamental em uma coleção de moda**. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71505_Ludico_-_A_Aplicacao_de_uma_Tendencia_Comportamental_e.pdf

Acesso em: 26 de Jun. 2019

COUTINHO, Camila. **Estúpida, Eu?**. 1ª ed. Rio de Janeiro, 2018

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac, 2006

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: Para uma antropologia do consumo**. 1ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006

Fernanda S. Quintão, Ricardo Triska. **Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos**. Revista Brasileira de Design da Informação. São Paulo, v. 10, n. 2, 2013.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. 2 ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2010

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6º ed. São Paulo, 2008

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 13ª ed. Campinas, SP: Papiros, 1996.

KERN, Monica Tonding; Schemes, CLAUDIA; Araújo, Denise Castilhos de. **Moda infantil no século xx: Representações imagéticas na revista do Globo (1929-1967)**. 2010. Disponível em: <http://periodicos.uem.br>. Acesso em: 12 de Nov. de 2017

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

OLIVEIRA, Yuri Rafael. **O Instagram como Uma Nova Ferramenta para Estratégias Publicitárias**. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, João Pessoa, 2014.

PEREIRA, Livia Marsari; ANDRADE, Raquel Rabelo. **Vestuário infantil: as concepções da moda adulta que influenciaram na sua evolução**. 2013

Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT02/Comunicacao-Oral/CO_89806A_influencia_da_moda_no_comportamento_infantil_diante_da_beza_imposta._pdf. Acesso em: 31 Ago. 2017

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. Brasília, 2012

Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf

Acesso: 26 Jun. 2019

PORTINARI, Denise Berruezo; COUTINHO, Fernanda Ribeiro; OLIVEIRA, Janara Morena da Silva de. **Moda âgenero: uma proposta de moda que desconstrói as fronteiras de gêneros?**. Revista Dobras, Rio de Janeiro, v. 11, n. 23, 2018

POSTMAN, Neil. **O Desaparecimento da Infância**. Tradução: Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Grafhia Editorial, 1999.

QUINTÃO, Fernanda S; TRISKA Ricardo. **Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos**. Revista Brasileira de Design da Informação. São Paulo, v. 11, n. 1, 2014.

SANTANA, Suzana Aparecida de; SIMILI, Ivana Guilherme. **Pedagogias do vestir e moda infantil: Contribuições da zig zig zaa para a alfabetização e para a formação das identidades de gênero**. 2012. Disponível em: Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte.

TAVERNARI, Mariana Della Dea; MURAKAMI, Mariane Harumi. O gênero dos Fashion Blogs: representações e autenticidades da moda e do feminino. Rumores. São Paulo, ed.12, n.2 , 2012.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de coleção**. 4º ed. Brusque, 2007

WARSCHAUER, Mark. **Tecnologia e inclusão social: a exclusão digital em debate**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2006

ZALCBERG, Malvine. **A relação mãe e filha**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ZILIOOTTO, Denise Macedo. **O consumidor: Objeto da cultura**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2003