



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I- CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
CURSO DE BACHALERADO EM JORNALISMO**

LARRÍCIA VANÊSSA CHAVES RAMOS DUARTE

**ESTÉTICA E INSTAGRAM:
Uma análise do cotidiano a partir do perfil de Bruna Marquezine**

**CAMPINA GRANDE- PB
2018**

LARRÍCIA VANÊSSA CHAVES RAMOS DUARTE

**ESTÉTICA E INSTAGRAM:
Uma análise do cotidiano a partir do perfil de Bruna Marquezzine**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na modalidade artigo, apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), como requisito à obtenção do título de Jornalista.

Área de concentração: Estética e Comunicação.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Verônica Almeida de Oliveira Lima.

**CAMPINA GRANDE- PB
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

D812e Duarte, Larrícia Vanêssa Chaves Ramos.
Estética e instagram [manuscrito] : uma análise do cotidiano a partir do perfil de Bruna Marquezine / Larrícia Vanessa Chaves Ramos Duarte. - 2018.
27 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2018.
"Orientação : Prof. Dr. Verônica Almeida de Oliveira Lima ,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."
1. Estética. 2. Fotografia. 3. Instagram. 4. Estetização . 5.
Mundo mosaico. I. Título
21. ed. CDD 302.23

LARRÍCIA VANÊSSA CHAVES RAMOS DUARTE

ESTÉTICA E INSTAGRAM:

Uma análise do cotidiano a partir do perfil de Bruna Marquezzine

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
na modalidade artigo, apresentada ao
curso de Jornalismo da Universidade
Estadual da Paraíba (UEPB), como
requisito à obtenção do título de
Jornalista.

Área de concentração: Estética e
Comunicação.

Aprovada em: 28/11/2018.

BANCA EXAMINADORA


Prof.^a Dr.^a Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof.^a Dr.^a Cássia Lobão Assis
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof.^a Dr.^a Ada Kesa Guedes Bezerra
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ao meu esposo e filhas, dedico.

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus em primeiro lugar, pois Ele esteve comigo desde sempre, me dando luz e força para ir até o final.

Aos meus pais e irmãos que sempre me incentivaram nos estudos.

Ao meu esposo e minhas filhas que venceram junto comigo os desafios que tive que enfrentar para chegar até aqui.

À professora Verônica Oliveira pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação e pela paciência e dedicação.

Aos professores do Curso de Jornalismo da UEPB, que se dedicaram em passar seus conhecimentos e nos ajudaram no que foi possível para nosso desenvolvimento como profissionais, em especial, Ada Guedes e Cássia Lobão que aceitaram fazer parte desse meu momento.

Aos colegas do curso pelos momentos de amizade e apoio.

“Estar no mundo fotográfico implica viver, conhecer, valorar e agir em função de fotografias. Isto é: existir em um mundo-mosaico” (FLUSSER, 1998, p.86)

SUMÁRIO

1. Introdução	8
2. A estética entre gostos e estilos no cotidiano social.....	9
3. Os simulacros na construção de mundo - mosaico	13
4. Mídia e mulher: uma relação de consumo	18
5. Metodologia	20
5.1 Bruna Marquezine: estética e cotidiano no Instagram	21
6. Considerações Finais	25
Referências	27

ESTÉTICA E INSTAGRAM: Uma análise do cotidiano a partir do perfil de Bruna Marquezine

Larrícia Vanêssa Chaves Ramos Duarte¹

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo entender a relação entre a estética e o cotidiano na sociedade atual, partindo da percepção de que a fotografia, enquanto elemento também simbólico, nunca esteve tão presente como nos dias atuais. Tomando como ponto de partida conceitos como simulacro, mundo-mosaico, estética, cotidiano, entre outros, optamos, como caminho metodológico, pela pesquisa bibliográfica e exploratória, buscando analisar, qualitativamente, a rede imagética Instagram, pelo fato desta se configurar como uma plataforma que favorece a elaboração de complexos de imagens, assemelhando-se a um mosaico. Para fins de análise, foi observado o Instagram de Bruna Marquezine, através de algumas fotos publicadas em seu perfil. Como resultado, compreendemos que o cotidiano do perfil analisado se utiliza de artifícios estéticos, construindo simulacros de uma vida perfeita e glamorosa, configurando-se este, o mundo-mosaico da atriz.

Palavras-chave: Estética; Cotidiano; Mundo-mosaico; Fotografia; Instagram.

1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento das novas tecnologias de comunicação e a popularização da internet, a sociedade atual foi construindo um mundo virtual onde o uso de imagens se tornou uma necessidade, praticamente um novo modo de viver. O acesso de um elevado número de adeptos às redes sociais, fez do cotidiano algo a ser compartilhado e registrado diariamente através de fragmentos, que deram origem a um grande mosaico imagético dentro dessas plataformas.

Partindo desta perspectiva, o objetivo deste trabalho é compreender a relação entre fotografia, estética e cotidiano na sociedade atual. Para isso, apresentamos o conceito de mundo-mosaico como nova forma de viver o cotidiano nas redes sociais. Escolhemos o Instagram, por ser uma plataforma eminentemente estruturada a partir de recursos em que o imagético se sobrepõe ao discurso verbal e por ter padrões estéticos moldados naquilo que, no escopo da cibercultura, convencionou-se chamar de perfis. Assim

¹ Aluna do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB – CAMPUS I. E-mail: larricia@gmail.com

analisamos essas relações a partir das imagens e experiências compartilhadas pela atriz Bruna Marquezine. Pretendemos, com essa análise, verificar se o perfil (conta de uma rede social) da atriz se configura na construção de um mosaico.

O percurso metodológico se deu através de uma análise exploratória, sendo esta justificada por se tratar de um tema bastante contemporâneo. Observamos, então, a relação entre a estética e o cotidiano no Instagram partindo do conceito de mundo-mosaico. Para isso, adentramos em pesquisas bibliográficas com uma série de autores de referência, a fim de reunirmos elementos que ajudassem a relacionar as imagens selecionadas com conceitos de simulacro, estética, cotidiano, mundo-mosaico entre outros.

2. A estética entre gostos e estilos no cotidiano social

Ao entender que, “a Estética é a ciência de um modo específico de apropriação da realidade, vinculado a outros modos de apropriação humana do mundo e com as condições históricas, sociais e culturais em que ocorre” (VÁZQUEZ, 1999, p.47), podemos dizer que ela não se limita ao artístico, mas também se relaciona com a moral, a política, a economia e outras áreas. Até se tornar a filosofia da arte, a estética foi dando forma a outros objetos oferecendo, além da qualidade, o estilo e o bem estar. A sensibilidade com a qual observamos tudo ao nosso redor nos faz refletir sobre seus valores funcionais. Essa análise criteriosa é um misto de sentidos e prazeres que envolvem valores humanos fundamentais, como o verdadeiro, o bom e o belo, seguindo um padrão até então imposto pela cultura local e pela visão de mundo que pode mudar com o tempo (VÁZQUEZ, 1999).

Até o século XVIII existia uma eterna busca pela unanimidade do belo e isso afastava a possibilidade de observar a pluralidade de outros estilos² e gostos³. Tempos depois foi surgindo o reconhecimento de que a beleza não é o resultado de uma única possibilidade estética, já que comporta olhares e gostos multifacetados, por ser algo individual e pessoal com possibilidades de comportamentos mais adequadas às exigências do mundo contemporâneo. A arte passou a ser reflexiva e o gosto pôde ser discutido a partir da visão de cada indivíduo. Partindo desse conceito, o que é

²Referente à estética, os estilos são: o belo, o feio, o sublime, o grotesco, o trágico. Para Maffesoli (1995, p.26), “o estilo é o caráter essencial de um sentimento coletivo”.

³Referente à preferência do crítico; individual. Para Kant (1993, p. 77), “Não pode haver nenhuma regra de gosto objetiva, que determine através de conceitos o que seja belo”

considerado feio, mesmo sendo contrário ao belo, devido a seu caráter repulsivo ou por causar um desagradado, não deixa de ser estético, diremos o mesmo do grotesco, algo disforme, ou monstruoso; do sublime, que se dirige ao ilimitado ou esteticamente perfeito; do trágico, que faz referência ao fatídico, tema bastante contemporâneo do cômico, relacionado com o disperso do padrão idealizado. Porém, “para Platão, o belo é o belo em si, perfeito, absoluto e atemporal” (VÁZQUEZ, 1999, p. 36).

Embora cada categoria estética tenha seu conceito, o mesmo pode mudar diante da perspectiva em que se observa. Já no século XVIII, Voltaire reconhecia os relativismos e conceitos como que é belo e trágico.

O purgante atingiu seu fim - disse-lhe eu. Eis um belo purgante. Ele compreendeu não se poder dizer que um purgante seja belo, e que para chamar belo a alguma coisa é preciso que nos cause admiração e prazer. Conveio em que a tragédia lhe inspirara estas duas emoções, e que nisso estava o tokalon, o belo. (VOLTAIRE, 2006, p.6)

De caráter filosófico, o belo ainda possui uma ligação ao que é bom como tudo que nos faz feliz e nos encanta por sua beleza. Também no século XVIII, em *Crítica da Faculdade do Juízo* (1993), Kant nos leva a descobrir que o belo enquanto sentimento de puro prazer poderia tornar a vida ainda mais bela. Em *O Banquete*, Platão diz que “não é em si e por serem belo nem feio, mas se decentemente praticado é belo, se indecentemente, feio”. (PLATÃO, 1991, p. 14). Ele nos faz entender que nossos atos definem o que é belo e o que é feio, assim tudo pode ser belo em vista da virtude.

Analisando o fato de que a “beleza não é uma qualidade das próprias coisas, existe apenas no espírito que as contempla, e cada espírito percebe uma beleza diferente” (HUME, 1973, p.316), entenderemos que os indivíduos percebem a beleza de forma distinta.

Perguntai a um sapo que é a beleza, o supremo belo, o tokalon. Responder-vos-á ser a sapa com os dois olhos exagerados e redondos encaixados na cabeça minúscula, a boca larga e chata, o ventre amarelo, odorso pardo. Interrogai um negro da Guiné O belo para ele é - uma pele negra e oleosa, olhos cravados, nariz esborrachado. Indagai ao diabo. Dir-vos-á que o belo é um par de cornos, quatro garras e cauda. Inquiri os filósofos. Responder-vos-ão com aranzéis. Falta-lhes algo de conforme ao arquétipo do belo em essência, o tokalon. (VOLTAIRE, 2006, p. 39)

A consolidação dos relativismos em torno do conceito de beleza vem mudando ao passo que a cultura vai sendo construída a cada dia e o que antes era modelo de beleza, hoje pode não ser.

Num contexto mais contemporâneo, esse desejo de estar sempre apresentável faz parte do cotidiano de muitos que usa sua imagem como um cartão de visitas.

O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão do presente. Todo dia, pela manhã, aquilo que assumimos ao despertar, é o peso da vida, a dificuldade de viver, ou de viver nesta ou noutra condição. O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior. É uma história a meio-caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada [...] é o Invisível... Não tão invisível assim... (CERTEAU, 2008, p. 31)

E nesse cotidiano, quem não se sente dentro dos padrões de beleza e tem condições de mudar sua aparência, recorre a cirurgias para se sentir esteticamente com uma boa imagem, alguns por serem pessoas públicas, outros pelo simples prazer de aumentarem sua auto-estima.

Hoje já são incontáveis os astros e estrelas do show business que rejuvenesceram o rosto. E os progressos da medicina e da cirurgia estética abrem horizontes múltiplos, talvez limitados, para a transformação de nosso corpo de acordo com nossos desejos estéticos. É possível, atualmente, mudar a forma do nariz, implantar cabelos e reduzir as nádegas, as coxas ou a barriga, aumentar os lábios, obter seios maiores ou menores. (LIPOVETSKY & SERROY, 2015, p.248)

E ainda correndo o risco de não ficar como lhe agrada, podendo voltar outras vezes a fazer o mesmo procedimento estético. Esse comportamento humano ocorre por causa de estereótipos⁴ que nos consideram os relativismos de belo, presentes desde os primórdios da filosofia clássica. E a relação das pessoas com o mundo tende a sair da realidade, pois para estar inserido num padrão culturalmente imposto, o natural é usar de artifícios para alcançar um senso comum.

Atualmente a tecnologia propõe esses artifícios sem precisar apelar para o bisturi, é possível mudar a aparência com apenas um “clique”, ou seja, através de uma imagem fotográfica. Fotografar é tendência, mas sabemos que através das imagens capturadas, desde que a câmera fotográfica surgiu, foram registrados grandes fatos históricos. As melhores fotografias são aquelas inesperadas, provenientes do acaso. Cartier-Bresson (1994), numa abordagem específica da fotografia para o jornalismo, diz

⁴ “podem ser considerados como produtos compartilhados amplamente no interior de um grupo social” (PEREIRA, 2002, p. 50). Naturalmente, os estereótipos podem se manifestar sob várias formas. Em geral, eles se encontram profundamente enraizados nas tradições culturais de um povo. Elementos tradicionais, tais como as lendas, os provérbios e as anedotas encarregam-se de transmitir de geração a geração o conteúdo dos mesmos. (PEREIRA, 2002, p. 10).

gostar de lidar simultaneamente com o acaso, o fugidio, a organização estética, o senso de humor, o poético, a crítica, a denúncia, o lugar desprezado, o periférico do acontecimento. Ele explica que essa linguagem voltou-se para o ato de fotografar sob a forma de uma reflexão despreziosa, isto é, quando não procuramos fazer a grande ou a melhor fotografia e a mesma se oferece.

De uma forma mais simples, hoje podemos contar com um artefato muito útil para tal atividade, trata-se do celular, aparelho que possui, dentre outras coisas, a possibilidade de registros fotográfico mais acessível. No celular podemos encontrar vários estilos de fotografias e uma vantagem que uma câmera comum não tem, pode editar sua foto com filtros, colar adesivos, escrever legendas, fazer photoshop e ainda pode enviá-la na mesma hora para redes sociais, é a chamada “instantaneidade”.

No dia a dia, podemos entender essa instantaneidade na captação de imagens como forma de manter-nos atuais e conectados com o mundo ao nosso redor. Tudo vira fotografia. Esse registro visual faz, nos dias de hoje, uma menção ao antigo diário, pois é um momento vivido e congelado através da imagem, ou simplesmente uma memória a qual pode ser feita várias leituras e interpretações.

De todos os meios de expressão, a fotografia é o único que fixa para sempre o instante preciso e transitório. [...] Não podemos revelar ou copiar uma memória. O escritor dispõe de tempo para refletir. Pode aceitar e rejeitar, tornar a aceitar; [...] Existe também um período em que seu cérebro ‘se esquece’ e o subconsciente trabalha na classificação de seus pensamentos. (CARTIER-BRESSON, 1971, p.21).

Diante dessa afirmação feita por Cartier-Bresson, podemos entender que somente a memória visual é capaz de fazer nosso cérebro lembrar certas coisas que a memória escrita pode não oferecer.

Num cotidiano em que a estética é a essência da imagem, sendo verdadeira ou não, o que tentam mostrar para o mundo é a pessoa que interessa ser mostrada, daí se cria uma *persona*, onde o indivíduo que vive da aparência apresenta uma personalidade que não é real.

Um caso freqüente (sic) é a identificação com a persona, que é o sistema da adaptação ou estilo de nossa relação com o mundo. [...] O mundo exige certo tipo de comportamento e os profissionais se esforçam por corresponder a tal expectativa. O único perigo é identificar-se com a persona, como por exemplo, o professor com o seu manual, o tenor com sua voz; daí a desgraça. (JUNG, 2000, p.128)

Assim como na arte, por exemplo, os artistas representam papéis criados na ficção, mas trazendo a realidade de pessoas da vida real, tanto que muitas vezes confundem o público com a veracidade da personagem. É como usar uma máscara que esconde sua face, segundo Jung (200, p.30), “aquela face que nunca mostramos ao mundo, porque a encobrimos com A persona, a máscara do ator. Mas o espelho está por detrás da máscara e mostra a face verdadeira”, mas isso não é privilégio apenas do ator, pois no dia a dia, podemos estar fazendo uso de tal “máscara” mesmo que inconscientemente, enquanto outras pessoas podem estar usando para se beneficiarem e conseguirem juntar seguidores. No caso das *personas* criadas pelos influenciadores digitais, os famosos da internet, por exemplo, pessoas que expressam suas opiniões e conceitos, que têm um modo de interagir bastante divertido, com linguagem que aproxima o contato com seu público e com isso conseguem através de seu conteúdo, influenciar seus seguidores.

Essa performance exige, de algumas personalidades famosas, uma boa aparência e um corpo perfeito, pois suas imagens são alvos de olhares constantes, em busca de algo que possa ser copiado ou simplesmente criticado esteticamente. O conceito de performance aqui utilizado relaciona-se às práticas estéticas que envolvem padrões de comportamento, maneiras de falar, maneiras de se comportar corporalmente – cujas repetições situam os atores sociais no tempo e no espaço, estruturando identidades individuais e de grupo (KAPCHAN, 1995).

É na execução e no comportamento do corpo, que a performance define o artista podendo avaliar sua postura profissional diante de seu público. Segundo Bauman, (1975, p.293)

A performance envolve, por parte de quem a faz, assumir a responsabilidade perante um público pela maneira com que a comunicação se dá, para além do seu conteúdo referencial. [...] chama atenção especial, aumenta a consciência do seu ato de expressar-se e permite ao público assistir com intensidade especial ao ato do expressar-se e a quem faz a performance.

A partir desse conceito, podemos entender que a performance do corpo assume uma identidade no cotidiano, uma expressão cênica, diante de um público atento a imagem que a persona representa. A fotografia por sua vez tem a sensibilidade de registrar essa imagem dando forma a estética num mosaico da vida cotidiana.

3. Os simulacros na construção de mundo-mosaico

Quando se trata de cotidiano é possível perceber a idiosincrasia de uma pessoa ou de um grupo, relacionada ao valor estético de tudo que é observado ao redor. A forma, o estilo, a utilidade, o apreço, são coisas que fazem de um objeto, algo a ser admirado ou desejado. O gosto pela fotografia, por exemplo, vem desde que surgiu a primeira imagem fotografada, em 1826⁵, a princípio, comparadas à escrita⁶ e que com o passar do tempo foi aprimorando e ganhando qualidade e acessibilidade.

A cultura, junto com a tecnologia, fez da fotografia um modo de viver, abrangendo no dia-a-dia das pessoas, num ciberespaço⁷, tornando além de um registro diário, uma peça fundamental para a construção de um mundo- mosaico num universo que a cibercultura⁸ oferece.

Esse mundo colorido e estetizado da vida cotidiana contemporânea, que dá uma ideia de um grande mosaico é o que Flusser, nos apresenta, o que funciona como um quebra-cabeça ou um jogo de permutação, onde “qualquer fotografia individual é uma pedrinha de um mosaico: uma superfície clara e diferente das outras.” (FLUSSER, 1998, p. 83)

Numa plataforma onde essas imagens estão sendo visualizadas constantemente, é possível verificar que as pessoas que fazem parte do mosaico, estão sempre substituindo e mudando peças para valorizar seu mundo. Segundo Flusser, para habitar nesse mundo-mosaico é preciso “viver, conhecer, valorar e agir em função das fotografias” (FLUSSER, 1998, p, 86), ou seja, recombina experiências fotográficas e fazer uma colagem para se obter uma visão de mundo, a partir daí comportar-se de acordo com as fotos escolhidas.

Flusser resumiu o cotidiano do século XXI, onde as redes sociais são base para essa construção de mundo, pois são criadas a partir da interação e identificação entre indivíduos, que buscam um senso comum. As mais conhecidas e usadas no Brasil são Facebook, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, YouTube e Twitter.

⁵“heliogramas, as primeiras fotos feitas sem câmera, na década de 1820, por NiéphoreNiepce” (SONTAG, 2004, p.72)

⁶“O nome dado por Niepce ao processo pelo qual a imagem aparece na chapa é a heliografia, escrita do sol; Fox Talbot chamava a câmera de caneta da natureza” (SONTAG, 2004, p.89)

⁷ “Ciberespaço especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. (LÉVY, 1999, p. 17).

⁸“Cibercultura, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. (LÉVY, 1999, p. 17).

Por ser um universo dinâmico, as redes sociais estão sempre apresentando novas regras, funcionalidades e utilidade, muitas delas são importantes para empresas, por exemplo, pois através delas, fica melhor conhecer o funcionário ou candidato à vaga de emprego, assim como seus clientes ou público-alvo. Existem redes de relacionamento, de entretenimento, de profissional e de nicho.

O Instagram é a rede social mais voltada à construção do cotidiano privilegiando recortes fotográficos, pois é nela que as pessoas postam fotos dos seus animais de estimação, de seus pratos prediletos ou de sua dieta, dos amigos, do trabalho, da rua, etc. Em 2010, quando foi criado, o aplicativo visual alcançou no mesmo ano a marca de 1 milhão de usuários e o mosaico virou rotina no dia-a-dia. Os responsáveis pela criação do aplicativo foram o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, ambos são engenheiros de software.⁹

O uso de redes sociais tornou possível a conexão entre pessoas de vários lugares do mundo, aproximando continentes e facilitando a interação através de áudios, fotos e vídeos. Esse “caráter robotizado”, de pessoas que vivem em função da fotografia, “alimentam aparelhos e são por eles alimentados” (FLUSSER, 2009, p.57), é típico não somente de profissionais de fotografia, mas também de um enorme contingente de amadores que usam das redes sociais, como uma necessidade humana em estar inserido na sociedade e no mundo.

Um perfil do Instagram pode funcionar, por exemplo, como uma declaração autobiográfica, um testamento, um arquivo, um documento, uma peça de ficção. Através do enquadramento, da edição e do compartilhamento de momentos escolhidos, e da exclusão de outros instantes, constroem-se mundos-mosaicos individuais. (SALAZAR, 2017, p.14)

Visto que Salazar argumenta sobre as inúmeras propriedades do Instagram, podemos entender o porquê do sucesso estrondoso que o aplicativo tem, além de tudo, ainda se mostra como palco para descoberta de novos talentos em busca da fama. Essa estética pautada por imediatismo faz do Instagram uma ponte onde essas pessoas passam de figurantes para protagonistas de suas vidas, vivenciando o momento e logo em seguida publicando para o mundo.

De certo modo, todas as categorias [...] denotam proximidade com vivências e a esfera do banal em nossas vidas [...] A relação imagética com o cotidiano se aproxima também da relação com o corpo, com retratos posados,

⁹ Fonte: disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/instagram/>> Acesso em: 28/10/2018

autorretratos (sic) em frente ao espelho, segurando o celular nas chamadas selfies, em grupos, ou mostrando apenas pequenos fragmentos [...] a trama cotidiana se encontra fixada na busca do belo, do aprazível, do prazeroso em todos os setores da vida, e talvez possa ser visualizado [...] em todo o mundo-mosaico do Instagram. (SALAZAR, 2017, p.39)

O que Salazar explica nos remete ao capítulo anterior onde falamos da fotografia pelo celular e da estética cotidiana. Esse artefato dos dias atuais, nos deixa acessível a uma câmera fotográfica 24 horas por dia. Isso nos permite ser “instagramável” (SALAZAR, 2017, p.18) e estar sempre atualizando os registros nesse grande mosaico. Tornando pública a vida privada como num espetáculo tendencioso.

Em *A Sociedade do Espetáculo*, Debord (1997, p.13) faz menção às sociedades que vivem do espetáculo diário a partir das imagens.

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que diretamente vivido se afastou numa representação. As imagens que se desligaram de cada aspecto da vida fundem-se num curso comum, onde a unidade desta vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente desdobra-se na sua própria unidade geral enquanto pseudomundo à parte, objeto de exclusiva contemplação. A especialização das imagens do mundo encontra-se realizada no mundo da imagem autonomizada, onde o mentiroso mentiu a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo.

O que está sendo dito é que muitas imagens são verdadeiras diante de quem as contemplam, “no mundo realmente reinvertido (sic), o verdadeiro é um momento do falso” (DEBORD, 1997, p. 14), porém apenas seu proprietário saberá a verdadeira face que elas representam, Hermann diz que,

Nossa imagem de mundo não é dada, mas criada por nós, enquanto liberdade do espírito. A aparência não quer passar por realidade, tampouco é um simulacro, ela é obra de nosso jogo lúdico, da atividade livre e criadora. A aparência estética é sincera e autônoma quando não pretende ser a própria realidade e tampouco nela apoiar-se, e é falsa quando se torna instrumento de finalidades materiais. (HERMANN, 2005, p.49)

Seguindo esse pensamento, podemos dizer que atualmente vivemos uma representação daquilo que queremos passar como imagem, expondo-nos ao pensamento, sensibilidade e imaginação do público que observa tal espetáculo, como um simulacro.

Ao discutir o foco dessa pesquisa com relação ao Instagram e o mundo-mosaico que ele produz, estaremos observando o cotidiano de pessoas, que criam seu perfil

enchendo de fotografias a ponto de cobrir todo o espaço formando um grande mosaico, esteticamente atraente, que chega a encobrir o que existe aqui e acolá que destoa, passando assim despercebido. Se comparar o Instagram com um palco onde diversos atores representam uma peça teatral e existe ali um grande público assistindo tal espetáculo; e se de repente um desses atores errasse o texto e prosseguisse naturalmente, de forma que o público não percebesse o acontecido, já que o mesmo não conhece o texto, a peça seria um sucesso e repercutiria apenas a obra como um todo, pois houve um deslize encoberto pelo imprevisto do artista.

Como Baudrillard exemplifica em *Simulacros e Simulação*, uma fábula bem semelhante à nossa comparação:

Se outrora pudemos tomar pela mais bela alegoria da simulação a fábula de Borges em que os cartógrafos do Império desenhavam um mapa tão detalhado que acaba por cobrir exactamente o território (mas o declínio do império assiste ao lento esfarrapar deste mapa e à sua ruína, podendo ainda localizar-se alguns fragmentos nos desertos — beleza metafísica desta abstracção arruinada, testemunha de um orgulho à medida do Império e apodrecendo como uma carcaça, regressando à substância do solo, de certo modo como o duplo acaba por confundir-se com o real ao envelhecer) — esta fábula está terminada para nós e tem apenas o discreto encanto dos simulacros da segunda categoria. (1991, p.7)

Agora ficou possível entender como funcionam e são construídos os simulacros nos mosaicos desse mundo Instagramável. Segundo Baudrillard (1991), o resultado do imaginário da representação desaparece na simulação. Ele ainda faz uma distinção entre simular e dissimular, de uma forma simples de compreender, pois “dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem” (BAUDRILLARD, 1991, p.8), sendo que existe uma ausência referente à simulação. Concluindo, ele afirma que: “Fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do «verdadeiro» e do «falso», do «real» e do «imaginário». ”(BAUDRILLARD, 1991, p.8)

Na concepção de Baudrillard (1991, p.151) podemos definir os simulacros nos seguintes grupos: naturais, baseados na imagem, utopia; produtivos, baseados na ficção científica; e os de simulação, baseados na informação, na hiper-realidade. Nesse terceiro grupo, a simulação da realidade é ultrapassada de forma exagerada, o campo é o da manipulação de todos os sentidos.

Podemos considerar que alguns desses grupos façam parte de nossa pesquisa, visto que iremos trabalhar com a imagem e a simulação daquilo que se vincula ao estereótipo da beleza feminina e seus padrões estéticos no Instagram.

4. Mídia e mulher: uma relação de consumo

É notória a relação da mulher com a estética e tudo que envolve esse âmbito na questão cultural-socioeconômica. Por ser assim, a mídia usa essa causa para influenciar no consumo voltado para a vaidade feminina.

O padrão estético corporal feminino, se observada a historicidade da beleza, desde a pré-história até os nossos dias, registra que a mulher já foi considerada bonita por ser muito gorda e em outros tempos por ser magra demais, já teve a época do corpo em “forma de violão”- aquele corpo torneado e cheio de curvas- e época da “forma de cabide”- definida por Bohm como um padrão:

Representado imageticamente pelas modelos esqueléticas das passarelas e páginas de revistas segmentadas, por vezes longe de representar saúde, mas que sugerem satisfação e realização pessoal e, principalmente, aludem à eterna juventude. (BOHM,2004, p.19).

Essa alusão da beleza e a cultura do corpo perfeito vêm crescendo diante da necessidade de estar adequado aos conceitos estéticos atuais “e à ‘boa forma’, como uma luta contra a morte simbólica imposta àqueles que não se disciplinam para enquadrar seus corpos aos padrões exigidos” (GOLDEMBERG, 2002, p.31). O que ajuda nessa busca é a vaidade junto à satisfação do ego. Em *Aditadura da beleza*, o psiquiatra Augusto Cury (2005, s.p) explica:

Cerca de 600 milhões de mulheres sentem-se escravas dessa masmorra psíquica. É a maior tirania de todos os tempos e uma das mais devastadoras da saúde psíquica. O padrão inatingível de beleza amplamente difundido na TV, nas revistas, no cinema, nos desfiles, nos comerciais, penetrou no inconsciente coletivo das pessoas e as aprisionou no único lugar em que não é admissível ser prisioneiro: dentro de si mesmas.

A estética da beleza hoje desconsidera aos relativismos do belo é algo praticamente imposto de modo que acreditamos que é belo por ser assim considerado pela maioria. Cury (2005, p.23) ainda faz uma citação à insatisfação de algumas mulheres, mesmo sendo referencial de beleza.

Ela era muito valorizada no mundo da moda, mas completamente insatisfeita consigo mesma. Assediada por fora, mas paupérrima e solitária por dentro. Não contemplava a vida, não brincava, não sorria e nem curtia os pequenos momentos. Era mais uma miserável vivendo num palácio.

A busca pela beleza e por um corpo perfeito, ou almejar a aparência de outrem, principalmente se for de alguma famosa, é algo que vem se tornando frequente na vida da mulher contemporânea. Segundo Goldemberg, (2002, p. 29) “pode-se dizer que, sob a moral da ‘boa forma’, um corpo trabalhado, cuidado, sem marcas indesejáveis (rugos, estrias, celulites, manchas) e sem excessos (gorduras, flacidez) é o único que, mesmo sem roupas, está decentemente vestido.” A mídia por sua vez, se apropria do poder simbólico que a mulher tem, para vender seus produtos, inclusive a imagem que a própria mulher representa.

Bauman (2008) afirma que as pessoas na era do consumo são estimuladas a promover uma mercadoria atraente e desejável, utilizando-se dos melhores recursos para aumentar o valor do produto que vendem no mercado: elas mesmas. (SALAZAR, 2017, p.91)

A representação das mulheres nas mídias vem crescendo ao passo que a cultura social vai abrindo leques para diversidade e padrões de beleza, construída em cima do mundo visual e do consumo.

A mulher, desde criança observa em sua volta as imagens construídas da beleza feminina que deve ser seguida, pois se não for assim, talvez não tenha grandes chances na vida de ser uma mulher feliz, isso é o que a mídia impõe, portanto ao buscar essa tal felicidade, muitas se frustram por não conseguirem. Cury relata que “nos últimos anos [...] milhões de mulheres adultas, adolescentes e até crianças estavam infelizes com a imagem de seu corpo, viviam paranóicas em busca de um padrão de beleza inatingível” (CURY, 2005, p.14).

Mas será que existe alguma mulher feliz e satisfeita com seu corpo ao ponto de não comparar-se com outra? Para muitas mulheres “uma área do corpo fora do padrão de beleza se transforma num gravíssimo defeito anatômico” (CURY, 2005, p.34), por isso a comparação é algo involuntário. Sarah, uma personagem de Cury, descreve sua não aceitação pelo próprio corpo: “- Desde minha pré-adolescência eu pegava as revistas e ficava comparando meu corpo com o das modelos. Sofri muito. Eu rejeitava minha imagem real porque era controlada pela imagem artificial construída na minha mente.” (CURY, 2005, p. 46)

Isso acontece constantemente no cotidiano da atualidade, visto que a mídia promove uma imagem da mulher, com um ideal de beleza na qual outras contemplam a ponto de consumir o que aquela imagem oferece. “As atrizes destacam a grande pressão que sofrem para estarem sempre magras, jovens e com o corpo malhado [...] a exigência acaba atingindo os simples mortais, bombardeados cotidianamente por imagens de rostos e corpos perfeitos” (GOLDEMBERG, 2002, p.26).

Se observarmos o Instagram, perceberemos que, grande parte das fotografias envolvendo mulheres, se trata de moda e consumo. Esse consumo nem sempre se trata do corpo, mas dos produtos, vestimentas, acessórios (look do dia), que estão deixando a pessoa bonita na fotografia. Um exemplo disso é querer comprar um batom que a modelo “tal” está usando na imagem, pois a deixou com lábios sedutores e volumosos. Esse interesse faz com que as empresas invistam em propagandas que aumentem suas vendas, usando de alguns influenciadores digitais. O mundo-mosaico aqui, se torna uma composição da mistura de elementos como arte, fotografia, consumo, cotidiano, entre outros artifícios num só lugar.

5. METODOLOGIA

Este trabalho tem como base a pesquisa qualitativa, onde buscamos compreender a relação do indivíduo com o Instagram, baseado no conceito de mundo-mosaico. Nossa intenção é, a partir de elementos estéticos, observarmos o comportamento da mulher no cotidiano em “uma perspectiva que, [...] ajuda a refletir sobre o atual culto ao corpo [...] uma vez que os significados atribuídos pelos indivíduos à aparência e à forma física, no processo de revelação de suas identidades, parecem inflacionados [...]” (GOLDEMBERG, 2002, p.20). Escolhemos seguir a pesquisa por esse método, pois analisamos o espaço íntimo do indivíduo, observando o significado dado por ele, às coisas e à sua vida.

Esta análise é de caráter exploratório, consiste na obtenção de informações que nos familiarize com nosso objetivo. Fizemos uma pesquisa bibliográfica, na qual reunimos dados informativos que deram suporte, nos servindo de base para a construção de nossa análise, contamos com diversos autores de livros, artigos e textos disponíveis em sites confiáveis. A pesquisa se complementa com a parte documental na qual usamos prints (capturas de tela) da internet, do Instagram de uma jovem atriz brasileira, que escolhemos para trabalhar em nossa análise. Os recortes da internet são modelos de

mosaicos que nos ajudaram a enfatizar a fundamentação de nossa pesquisa; levantaram a questão da rede social oferecer um palco no qual as *personas* constroem simulacros de um mundo de beleza onde a mulher se identifica e consome a imagem vista, de forma a impulsionar investimentos da mídia naqueles que fazem da influência digital sua profissão e tal plataforma sua área de trabalho.

A proposta é mostrar, nesse contexto de simulação que o mundo-mosaico representa, a construção de uma imagem (hiper realidade) das pessoas que ladrilham o Instagram, na construção de simulacros. “E o real, [...] é aquilo que, em cada lugar, a referência a um outro faz acreditar [...]” (CERTEAU, 2008, p.289). Partindo desse princípio, observamos o perfil de uma atriz famosa, com o objetivo de melhor analisar a relação entre a estética e o cotidiano no Instagram.

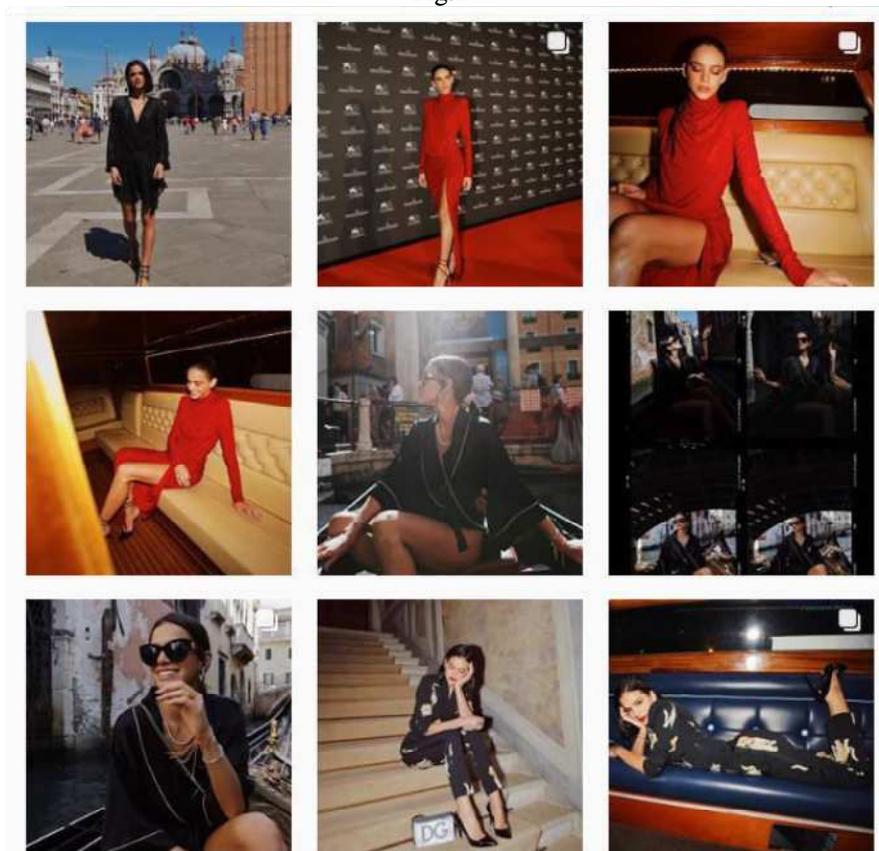
O perfil da atriz brasileira Bruna Reis Maia, mais conhecida como Bruna Marquezine (@brumarquezine), foi escolhido para análise, pelo fato da mesma estar atuando no momento em uma novela global e por ser considerado ícone de beleza na sociedade atual. Marquezine começou sua carreira artística ainda criança e hoje, aos 23 anos, possui um elevado número de seguidores no Instagram (32,6 milhões) com 2.656 publicações, onde mostra um estilo bem sofisticado quando se trata de gosto e personalidade. Para tal observação, procuramos detalhes que identificassem a estética do perfil nas postagens mais recentes. As fotos escolhidas foram postadas entre os dias 3 de setembro e 1º de novembro.

5.1 Bruna Marquezine: estética e cotidiano no Instagram

Em se tratando do Instagram, é salutar entender como uma das redes sociais mais utilizadas no mundo funciona. Salazar (2017, p.2) explica que, “De maneira geral, dois elementos nos parecem essenciais à prática fotográfica vernacular desta rede visual: a estética e o cotidiano” e é exatamente isso que iremos focar nessa pesquisa referente ao perfil dessa atriz.

No exemplo de mosaico, podemos observar a estética com a qual Bruna Marquezine apresenta seu perfil. São fotos estilo profissionais, que ela organiza em seu Instagram, partindo do conceito de gosto e de padrões de beleza, aceitáveis na contemporaneidade, com fotografias posadas, ela causa impacto ao relacionar seu cotidiano com a imagem do seu corpo.

Essa trama cotidiana é um simulacro que se baseia na manipulação de uma realidade. No mosaico a seguir, Bruna aparece em algumas fotos usando um vestido vermelho, longoe em uma dessas fotos a legenda é: “última noite em Veneza”. Nas fotos do dia 4 de setembro, em que s percebe o uso de outras peças de vestuários, ocorre a ênfase na paisagem ao seu redor, um evento e uma limusine, mosaicos que configura o glamour dessa noite. Mesmo tentando mostrar momentos verdadeiros de descontração, a *miseenscene* da tela do Instagram nos aponta uma construção imagética que atesta uma estética profissional, criteriosamente estudada, voltada à construção de uma casualidade nos flagrantes aparentemente despojados.

Fig.1¹⁰

Fonte: print de tela do perfil Instagram

Um cotidiano embasado na moda e nos artifícios que o mundo artístico oferece, com fotografias típicas de revista e outdoor, uma construção espetacularizada de modo que, nesse universo da rede social Instagram se articula a coexistência entre vida pessoal e a artística. Em *Mundos-Mosaicos*, Salazar (2017, p.3) conceitua essa imagem fotográfica com o estilo esteticamente profissional:

¹⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/brumarquezine/>> Acesso em: 31/10/2018

Temos imagens produzidas de acordo com as regras estéticas e técnicas estabelecidas pela fotografia do século XX, em termos de enquadramento, angulação e fotometria, listadas em manuais e em websites sobre técnicas fotográficas ou ensinadas em cursos de fotografia. Por mais que varie de imagem para imagem, o aspecto mais essencial das imagens do modo profissional é que essas regras foram todas estabelecidas antes do Instagram e das câmeras de celulares.

Esse mesmo estilo de fotografia está em praticamente todo o perfil do Instagram da atriz BrunaMarquezine, atestando todo o aparato estético como uma seleção proposital. Um simulacro de cunho natural a respeito de uma imagem de vida impecável. Na foto que ela aparece deitada de bruços (fig 2), em 3 de setembro, com mais de 700 mil curtidas, onde existe uma sequência de cinco imagens que fazem referência ao pensamento de Kant (1993), que o sentimento de puro prazer torna a vida mais bela. Ela aparece sorridente e relaxada, como se não estivesse ali para ser fotografada...Um comentário compra a imagem da mulher perfeita: “[...] eu olho pra ela não consigo descrever, vejo coisas além do que eu vejo por aí nas mulheres [...] Que mulher Elegante!”(fig,3)

Fig,2

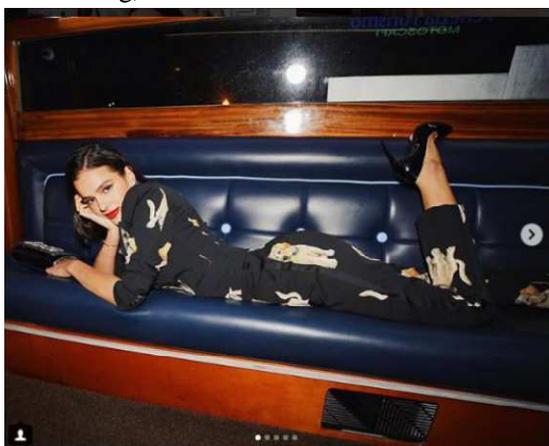


Fig.3



Fonte: Print de tela do perfil Instagram

Escolhemos uma das fotos com mais reação de público recentemente. À foto em questão (fig.4) segue a legenda em inglês que se refere ao poder sedutor das loiras: “Dizem que as loiras se divertem mais. Vamos ver” (MARQUEZINE, 13/09/2018), possui 3,3 milhões de curtidas e mais de 800 comentários. Esta foto de Bruna loira rendeu muitas críticas até descobrirem ser uma peruca, produzida exclusivamente para um evento em Nova York. Mesmo assim seus fãs adoraram.

Para conseguir estar sempre na mira de olhares contempladores, Bruna posta fotos quase todos os dias, às vezes mais de uma vez ao dia. A foto que chegou mais próxima em números de curtidas (fig.5) mostra outro momento de Bruna, ainda mais magra e cabelos mais curtos. Na legenda, está inserida o desenho de uma âncora, simbolizando que ela está representando uma marinheira em alto mar em Fernando de Noronha. Postada em 15 de outubro, com 2,5 milhões de curtidas já alcançadas e 32,1 mil comentários, a maioria deles dirigidos ao corpo e sua beleza.

Um padrão estético digno de passarelas da moda, como citados por Cury (2005). A atriz emagreceu para compor sua personagem na novela *Deus Salve o Rei* (2018), da TV Globo, isso gerou comentários especulativos que tirou a atriz do sério e ela gravou um vídeo, postado no seu Instagram, onde justificava sua magreza e defendia o bem estar e a boa aceitação com o próprio corpo, “eu amo meu corpo e estou muito feliz do jeito que ele é” (MARQUEZINE, 05/09/2018). Ela diz que isso é o que importa e que é isso que deveria importar para as pessoas.

Fig.4



Fig.5

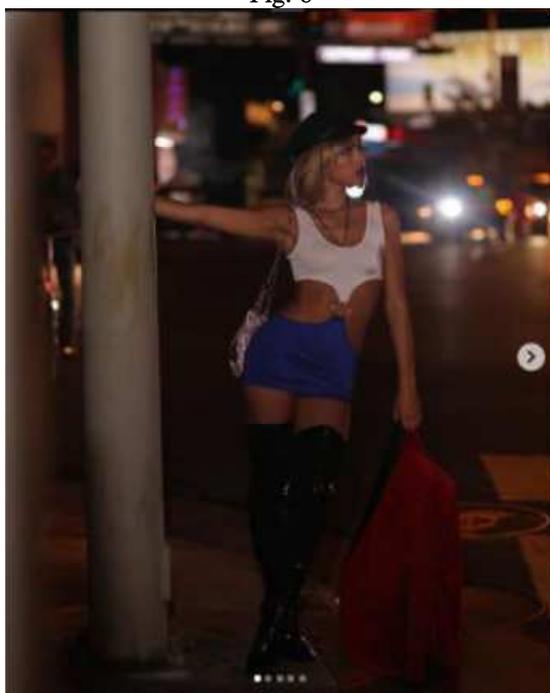


Fonte: prints de tela do perfil no Instagram

Há outra sequência de 5 fotos que podemos considerar nessa avaliação da construção de um mundo mosaico a partir do perfil da atriz Bruna Marquezine. Essa sequência configurada na figura 6, representa como uma perspectiva de glamour da mulher prostituta e do imaginário de sedução e independência atribuído a tais

mulheres. Assim fazendo referência ao filme *Uma linda Mulher*, vende-se a imagem de “mulher fácil”, em poses e estilizações que valorizam o corpo e sua persona. Esta é a fotografia, até então, mais recente do Instagram da atriz, um ensaio fotográfico postado dia 1 de novembro que já atingiu em um dia¹¹, 13,4 mil comentários e 1 milhão de curtidas. Tudo montado para que a foto saia perfeita, relembra a citação de Jung (2000), que diz do profissional se esforçar para corresponder a expectativa de comportamento que o mundo exige.

Fig. 6



Fonte: Print de tela do Instagram

Em todas as fotos aqui analisadas, observamos um padrão estético que define a construção estética – imagética da atriz Bruna Marquezine, como ela expõe seu cotidiano intencionalmente a provocar seu público sobre seu jeito de ser, de sua vida bem sucedida, aproveitada e feliz.

6. Considerações Finais

Sabendo que o Instagram é uma das redes sociais mais usadas na atualidade, direcionamos nossa pesquisa aos perfis ali produzidos, seguindo o conceito de mundo-mosaico. Surgiram hipóteses sobre simulações e, nos baseando nelas, foi possível

¹¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/brumarquezine/>> Acesso em: 02/11/2018

observar a construção de mundo relacionada à estética e ao cotidiano no perfil de Bruna Marquezine, atriz brasileira.

Os estudos bibliográficos e exploratórios nos auxiliaram dando suporte a essa pesquisa, favorecendo a compreensão da real intenção de uma pessoa, que na busca de estar inserida nos padrões, usa de artifícios e simulacros, tentando passar uma imagem de vida perfeita por meio da estética visual de seu perfil. Na verdade, não fazem isso querendo enganar ou camuflar uma verdade, mas com o interesse de mostrar apenas o lado bom de sua vida. Visto que, a estética é algo que tem relação com a beleza e tudo que causa prazer, fica perceptível que tudo está ali propositalmente para causar essa impressão.

Bruna Marquezine, objeto de nossa pesquisa, trouxe seu público já existente para lhe seguir em seu perfil no Instagram, formado e esteticamente organizado para agradar seus seguidores, atraindo ainda mais fãs e aumentando sua popularidade no meio artístico, mostrando sua opinião sobre como ela enxerga a si mesmo. Por ser ícone de beleza, ela consegue influenciar outras mulheres no consumo de sua imagem, inspirando o comportamento, modo de vestir e de manter o corpo sempre em forma.

Ao entendermos essa relação da vida cotidiana e a fotografia, podemos dizer que a estética se torna elodessas peças que se encaixam, dando forma a esse imenso mosaico.

AESTHETIC AND INSTAGRAM: An analysis of daily life from the profile of Bruna Marquezine

ABSTRACT

The present research aims to understand the relationship between aesthetics and daily life in today's society, starting from the perception that photography, as a symbolic element, has never been so present as nowadays. Taking as a starting point concepts such as simulacrum, mosaic-world, aesthetics, daily life, among others, we opted, as a methodological path, for the bibliographic and exploratory research, seeking qualitatively to analyze the Instagram imagery network, by the fact that is configured as a platform which favors the elaboration of complexes of images, resembling a mosaic. For purposes of analysis, it was observed the Instagram of Bruna Marquezine, through some photos published in the her profile. As a result, we understand that the daily life of the analyzed profile uses aesthetic artifices, constructing simulacra of a perfect and glamorous life, it configuring this one, the mosaic world of the actress.

Keywords: Aesthetics; Daily; World-mosaic; Photography; Instagram.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Portugal: Edit. Relógio D'água, 1991.

BAUMAN, Richard. **Verbal art as performance**. *American Anthropologist*, n. 77, 1975, p. 290-311.

BOHM, Camila. **Um peso, uma medida: o padrão da beleza feminina apresentado por três revistas brasileiras**. São Paulo: UNIBAN, 2004.

CARTIER-BRESSON, Henri. **“O momento decisivo”**. In: *Fotografia e Jornalismo*. Bacellar, Mário Clark (org.). São Paulo, Escola de Comunicações e Artes (USP), 1971, pp. 19-26

_____. **Contacts**. Documentário produzido pela La Sept/Arte e Le Centre National de La Photographie, Paris, 1994.

CERTEAU, Michel: **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2008.

CURY, Augusto Jorge. **A ditadura da beleza e a revolução das mulheres**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**, Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1998.

_____. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Sinergia RelumeDumará, 2009.

GOLDENBERG, Mirian. (2002). **Nu & vestido**. Rio de Janeiro: Record.

HERMANN, Nadja. **Ética e estética: a relação quase esquecida**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

HUME, David. **Investigação acerca do Entendimento Humano**. São Paulo Abril, 1973.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1993.

KAPCHAN, Deborah A. **Common ground: keywords for the study of expressive culture – performance**. Journal of American Folklore, v. 108, n. 430, p. 479-507, 1995.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, G. & SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MAFFESOLI, Michael. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

PEREIRA, Marcos Emanuel. **Psicologia Social dos Estereótipos**. São Paulo: EPU, 2002.

PLATÃO. **Banquete, Fédon, Sofista e Político**. 5 ed. ; tradução e notas de José Cavalcante de Souza, Jorge . São Paulo: Nova Cultural, 1991.

SALAZAR, Manuela de Mattos. **Mundos-mosaicos: a estetização do cotidiano no Instagram**. Dissertação- UFPE. Recife, 2017.

SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia**. Tradução Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. **Convite à estética**. Rio de Janeiro, civilização brasileira, 1999.

VOLTAIRE. **Dicionário filosófico**. Tradução Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2006.