



PADRONIZAÇÃO ESTÉTICA, TENDÊNCIAS E CONSUMO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS: CASE APARTAMENTO 33

Oliveira; Manoella Guennes Tavares; Mestranda; Universidade Federal de Pernambuco, m.guennes@gmail.com¹
Almeida; Roberta Rafaela Tavares de; Mestranda; Universidade Federal de Pernambuco, negaroberta@hotmail.com²
Rocha; Maria Alice Vasconcelos; PhD; Universidade Federal Rural de Pernambuco, modalice.br@gmail.com³

RESUMO

O presente trabalho propõe uma reflexão sobre as principais características dos conceitos de padronização estética e tendências de moda, suas diferenças, tempos e influências no consumo contemporâneo de artefatos. Tomando as redes sociais como primordial fator atual de exposição de imagens – meio pelo qual são ativados os desejos do “coletivo inconsciente” citado por Flusser (2008) pela mimese para inserção e pertencimento a determinados grupos –, a moda tem cada vez mais se libertado do limite imaginário do vestuário e se firmado em outras vertentes. Dada a importância da informação de moda para a construção de estratégia por empresas, designers e, então, “prosumidores” (produtores e, ao mesmo tempo, consumidores), este artigo identifica e enumera, através do modelo de pesquisa de tendências proposto

¹ Graduada em Design pela UFPE e em Administração com ênfase em Marketing de Moda pela UPE, cursou graduação-sanduíche em Printed Textile Design na University of East London e Mestranda em Design pela UFPE. É fundadora, sócia e designer na Phytoplankton – Estamparia Criativa e tem como objeto de estudo o “futuro das estampas”.

² Graduada em Design pela UFPE, Pós-Graduada em Design de Interiores pela Faculdade de Ciências Humanas ESUDA e Mestranda em Design pela UFPE. Membro egressa do grupo de pesquisa de Consumo G.COMO pela UFPE e já atuou como designer de interiores na empresa Studio Eita.

³ Doutora em Fashion Design (UCA/University of Kent). Mestre em Engenharia de Produção (UFPE). Especialista em Comunicação de Moda (UFRJ); Estilista de Moda em Confeção Industrial (Senai CETIQT-RJ) e Arquiteta (UFPE). Professora do Dpto de Ciências Domésticas (UFRPE) e membro do corpo docente do PPG Consumo, Cotidiano e Desenv. Social - UFRPE e do PPG Design - UFPE.

por Back (2008) e por meio da análise do case do Apartamento 33 – perfil que iniciou e massificou através da rede social *Instagram* o movimento recente da padronização estética do estilo escandinavo em ambientes domésticos –, tendências de consumo contemporâneo de artefatos de decoração e mobiliário.

Palavras-chave: Consumo; Design Estratégico; Padronização Estética.