
EDUCAÇÃO E REDES SOCIAIS

INHAN, Gabriella¹; BONIZOL FERRARI, Fernanda²;
SILVA, Celina Theodoro de Almeida³; SILVA, Mateus Schreider da⁴; CASTRO,
Milena Mourão Fonseca de⁵; FRANCO, Matheus de Souza⁶; AVEZANI,
Samara⁷; ALMEIDA, Fernanda Dalcol Magalhães de⁸

Centro Universitário Academia

Linha de Pesquisa: Projeto, representação e processo criativo

Resumo

Este artigo é resultado da pesquisa desenvolvida pelo Grupo Iniciação Científica Educação e Redes Sociais e tem como objetivo o desenvolvimento de um perfil na rede social Instagram, integrando os cursos de Tecnologia em Design de Moda e Interiores, onde possam ser veiculadas informações sobre os cursos, atividades desenvolvidas, projetos e resultados de trabalhos. O estudo apoia-se em trabalhos que apontam a importância de ferramentas como o Instagram aplicado ao ensino superior, tendo Terry Anderson (2019) como uma das principais referências nesse campo de pesquisa. A metodologia adotada na pesquisa será descritiva e exploratória, de natureza aplicada, indicando como procedimentos técnicos as análises bibliográficas e iconográficas. Metodologicamente, o trabalho elaborado consiste na criação de um perfil dos cursos de Tecnologia em Design nas redes sociais e alimentar esse perfil com

¹ Mestra em Ambiente Construído pela Universidade Federal de Juiz de Fora, docente no Centro Universitário Academia de Juiz de fora. Contato: gabriellainhan@uniacademia.edu.br.

² Doutoranda em Artes pelo Instituto de Artes e Design da Universidade de Juiz de Fora, docente no Centro Universitário Academia de Juiz de fora. Contato: fernandaferrari@uniacademia.edu.br.

³ Graduanda no curso Tecnólogo em Design de Interiores na UniAcademia. Contato: celinaalmeida014@gmail.com

⁴ Graduando no curso Tecnólogo em Design de Interiores na UniAcademia. Contato: mateusschreider15@gmail.com

⁵ Graduanda no curso Tecnólogo em Design de Interiores na UniAcademia. Contato: milenamouraofc@gmail.com

⁶ Graduando no curso Tecnólogo em Design de Interiores na UniAcademia. Contato: @matheus_ssouzaf

⁷ Graduanda no curso Tecnólogo em Design de Moda na UniAcademia. Contato: samara.avezani@gmail.com

⁸ Graduanda no curso Tecnólogo em Design de Moda na UniAcademia. Contato: fernandadalpak57@gmail.com

informações de atividades e pesquisas desenvolvidas pelos alunos atuais e egressos.

Palavras-chave: Design de Moda. Design de Interiores; Redes Sociais.

1. INTRODUÇÃO

O objeto da pesquisa que se pretende desenvolver no Grupo de Iniciação Científica Educação e Redes Sociais está relacionado a importância das redes sociais e ferramentas como o Instagram, aplicado ao ensino superior e como isso pode ser usado como espaço de experimentação e avaliação de alguns aspectos relevantes dos cursos. Segundo Terry Anderson (2019), que discute essas questões, esse tipo de recurso aumenta a eficácia do ensino, monitora o aprendizado, além de ser uma maneira de guardar e compartilhar suas produções.

Até o ano de 2023, os cursos de Tecnologia em Design de Moda e Tecnologia em Design de Interiores do Centro Universitário Academia mantiveram seus perfis individuais na rede social Instagram, divulgando notícias de eventos, resultados de trabalhos e demais informações importantes. No entanto, desde 2020, os cursos passaram por diversas mudanças, sendo o compartilhamento de disciplinas a mais expressiva. Além disso, especialmente durante e após os anos diretamente afetados pela pandemia de COVID, as redes sociais se posicionaram como uma forma atual e eficaz para a difusão do conhecimento científico para além das atividades desenvolvidas e publicadas no campo acadêmico.

Nesse sentido, em 2023, diante da necessidade de acionar essa ferramenta foi proposto esse projeto que funcionaria como um espaço de experimentação para os alunos no campo das redes sociais, integrando as páginas e divulgando conteúdos pertinentes à área do design, abarcando tanto moda quanto interiores. Assim, no ano de 2024, o projeto foi renovado e novas propostas de experimentação foram postas em prática, trazendo resultados

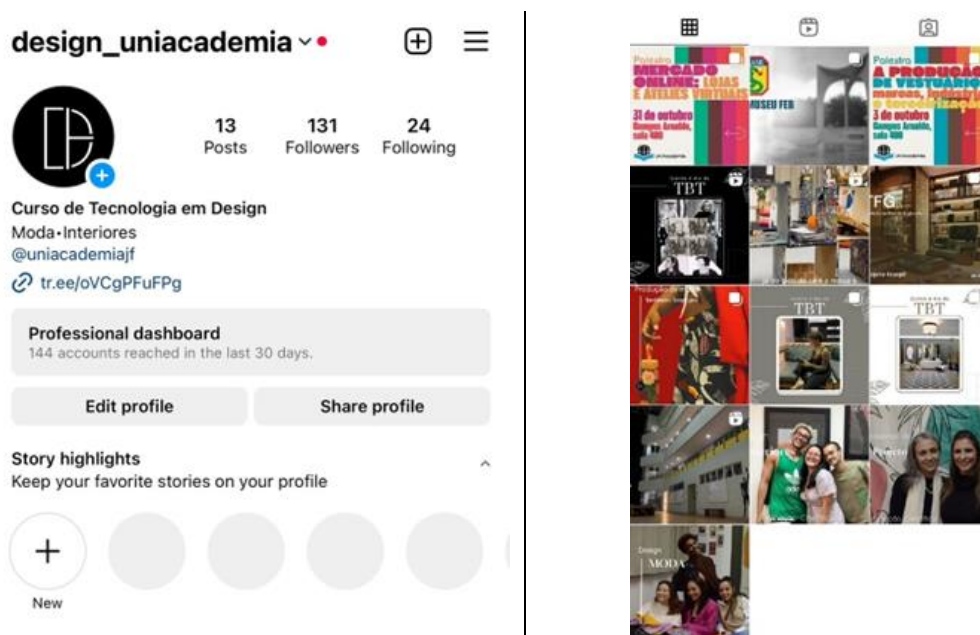
fundamentais para a compreensão da própria dinâmica educacional de cada um desses cursos de design, mas de aplicações distintas.

A metodologia adotada na pesquisa será descritiva e exploratória, de natureza aplicada, indicando como procedimentos técnicos as análises bibliográficas e iconográficas e elege Terry Anderson (2019) como a principal referência adotada.

2. @DESIGN_UNIACADEMIA

Antes da integração dos perfis, o Curso de Design de Moda havia feito 2.291 publicações entre maio de 2012 e dezembro de 2020. Já o curso de Design de Interiores iniciou sua página em agosto de 2018 e fez 113 publicações até dezembro de 2022. Em 2023 o novo perfil foi criado - @DESIGN_UNIACADEMIA - e os alunos selecionados para participar do projeto foram os responsáveis pelo processo de desenvolvimento de uma nova identidade visual para o perfil. Ao final do primeiro ano de projeto, o perfil contava com 13 publicações e 131 seguidores (Imagem 1).

Imagem 1: Instagram dos cursos ao final do primeiro ano de publicações.



Fonte: Dos Autores, 2024

A primeira produção de conteúdo foram as postagens de apresentação do projeto, dos alunos participantes de ambos os cursos e das professoras orientadoras. Posteriormente, e ao longo do primeiro ano, o grupo se concentrou na produção e publicação de conteúdo no formato *TBT*, que é uma abreviação para "*Throwback Thursday*", que em português significa algo como "Quinta-feira do Retorno" ou "Quinta-feira Nostálgica". A expressão é comumente utilizada nas redes sociais, especialmente no Instagram, para indicar que uma postagem é uma lembrança de algo do passado. Dessa forma, criou-se o costume de compartilhar conteúdos antigos ou lembranças às quintas-feiras utilizando a hashtag *TBT*. A escolha desse formato foi para divulgar trabalhos e projetos antigos e repesados. Pensando nisso foram utilizados tanto conteúdos de egressos do curso, como trabalhos de atuais alunos correntes, anteriormente não publicados em redes sociais, para compor esse tópico no perfil do Instagram.

Outra ferramenta também bastante utilizada foi a produção e publicação de conteúdo no formato *story*. Uma ferramenta ágil e popular, os "*Stories*" do Instagram permitem que os usuários publiquem fotos e vídeos no formato vertical, com duração máxima de 24 horas. Durante o primeiro ano de projeto, foram postados no total 52 *stories*, com alcance médio de 50 a 80 contas em cada postagem e os conteúdos publicados variaram entre vídeos e fotos de palestras e apresentações, além de postagens de contas que compartilharam conteúdos relacionados com o projeto de iniciação científica (Imagem 2).

Imagem 2: Publicações de conteúdo *TBT* e postagens de apresentação, em formatos *TBT* e *Story* do primeiro ano de projeto.



Para esse ano, o grupo optou por um novo modelo de publicação: o conteúdo a ser produzido seria dividido entre os cursos, ou seja, publicações de conteúdo relativos a design de interiores e conteúdo relativo a design de moda. Esse conteúdo deveria ser produzido pelos alunos e no contexto das atividades desenvolvidas em aulas. A proposta inicial de publicação seria semanal, às terças e quintas. Ao longo do ano, ajustes foram feitos a fim atender demandas surgidas, como publicações em parceria com a instituição e disponibilidade dos alunos para tais atividades. As reuniões permaneceram presenciais e quinzenais, com ambas as orientadoras e em escalas pré definidas.

A análise dessas publicações trouxe resultados inesperados e muito interessantes, que demonstram como a dinâmica de produção de conhecimento nesses campos do design seguem caminhos distintos e falam muito sobre a dinâmica desse processo de aprendizagem, como serão demonstrados a seguir.

2.1 NOVAS PROPOSTAS PARA DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO

Ao longo do ano foram feitas 24 publicações, um aumento de 71% em relação ao ano anterior, que contou com 14 postagens. Cada curso contribuiu com 9 publicações que tiveram como pauta: visitas técnicas, participação em eventos externos, atividades desenvolvidas em sala, relatos e entrevistas com alunos e egressos, além de conteúdos “típicos” de redes sociais, como *Trends* e *TBTs*⁹. Ainda foram compartilhados conteúdos entre os cursos e a instituição.

A seguir serão apresentados as postagens e o conteúdo abordado pelos alunos do grupo ao longo do ano, demonstrando as particularidades de cada curso.

⁹ Nas redes sociais, "*trends*" e "*TBTs*" são fenômenos de comportamento coletivo associados a tendências de interação digital. O termo "trend" refere-se a desafios ou temas virais que os usuários seguem em massa, criando conteúdos em torno de um padrão específico, como danças, memes ou formatos de vídeos. Já "*TBT*" (*Throwback Thursday*) é uma hashtag popular usada para compartilhar conteúdos nostálgicos, geralmente fotos ou momentos do passado, publicada às quintas-feiras. Ambos exemplificam a dinâmica cultural das plataformas digitais, onde a participação coletiva reforça conexões sociais e a criação de uma memória compartilhada.

2.1.1 Conteúdo de Design de Interiores

O conteúdo que mais marcou as postagens do curso de Design de Interiores foram as visitas técnicas. Nessa atividade, os alunos são levados a variados espaços de produtos e serviços ligados ao campo no intuito de apresentar os alunos a esses fornecedores e vice-versa, e ainda às inovações em cada setor. Essa rede que se forma é uma porta de entrada para os alunos no mercado profissional.

Algumas dessas atividades foram divulgadas no Instagram do curso transmitindo para os espectadores um pouco da vivência dos estudantes na faculdade. Duas lojas especializadas em cortinas, persianas foram visitadas: a Ideal Home e a Fontesville, onde os alunos conseguiram compreender mais sobre os materiais e suas diversas aplicações. Outro setor foi o de piscinas. A iGui trabalha com um conceito alternativo de piscina pronta, investindo em tecnologias afim de entregar um produto com originalidade e estética contemporânea, totalmente diversa das tradicionais piscinas de fibra na cor azul. Outro espaço que os alunos tiveram a oportunidade de conhecer foi a Unbox, uma das grandes lojas de design da cidade, que produz diferentes tipos de mobiliário, como mesas, cadeiras, sofás e cozinhas planejadas, todos em exposição.

Imagem 3: Visitas Técnicas realizadas em 2024.



Fonte: Dos Autores, 2024

A participação em eventos da área também é fundamental, visto que incentivam os estudantes a participarem e a se inteirar do que acontece no

mercado de trabalho, e a Expo Revestir é a maior feira de revestimentos e acabamentos da América Latina, que acontece anualmente em São Paulo. O post teve como objetivo levar o espectador para dentro da feira mostrando um pouco das principais tendências do design com um toque de humor gerando conexão com a audiência. O vídeo foi desenvolvido com o material gravado *in loco* e a narração adicionada posteriormente com os pontos que mais se destacaram durante a feira.

Imagem 4: Expo Revestir 2024.



Fonte: Dos Autores, 2024

Atividades praticadas em sala também foram publicadas, como os projetos desenvolvidos na disciplina de Projetos Residenciais, ministrada pela professora Gabriella Inhan, coordenadora desse projeto. A disciplina, que acontece no terceiro período do curso, tem como objetivo principal desenvolver ambientes residenciais dentro das normas e expectativas do mercado de trabalho, levando em consideração os conceitos e métodos para a elaboração de uma base teórica e prática. O objetivo foi apresentar os resultados da disciplina para além da sala de aula, integrando os pontos mais importantes que aprendemos ao longo da matéria e colocando-os em prática.

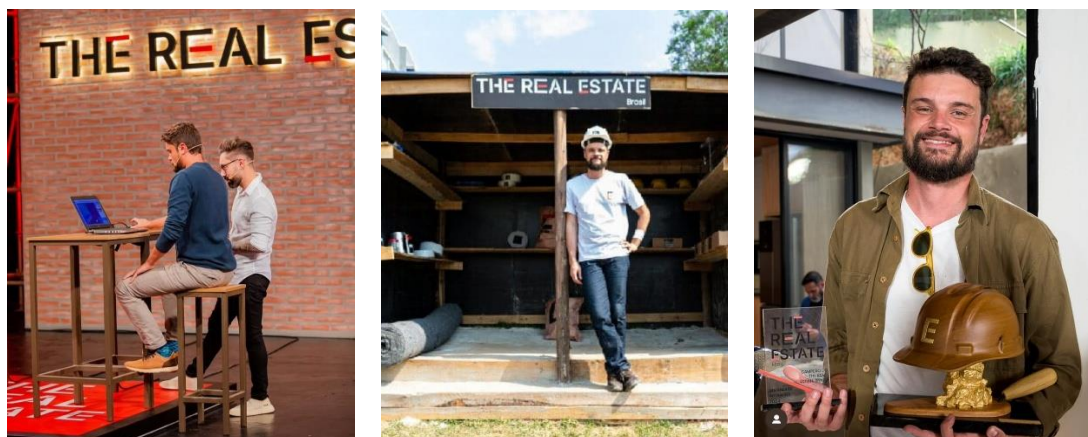
Imagem 5: Projetos da disciplina de Projetos Residenciais, professora Gabriella Inhan



Fonte: Dos Autores, 2024

Outro ponto fundamental nos nossos cursos é o acompanhamento contínuo dos alunos egressos. Em uma publicação realizada em parceria com a Instituição e o aluno, destacamos a participação de Vinícius Steinbach, ex-aluno do curso e vencedor do programa de TV *The Real Estate Brasil*. A postagem teve como objetivo celebrar sua conquista, tornando-se uma referência inspiradora para os atuais alunos e recém-formados.

Imagem 5: Publicação de Vinícius Steinbach, egresso do curso



Fonte: Dos Autores, 2024

Uma proposta de conteúdo desenvolvida pelos dois cursos envolveu a criação de publicações 'típicas' de redes sociais. No ano passado, muitas postagens foram feitas no formato *TBT* (*Throwback Thursday*), já neste ano, o formato testado foi o das *trends*, com o objetivo de engajar ainda mais a comunidade.

Como uma forma de se aproximar ainda mais do público espectador, recriamos um dos vídeos viralizados do momento: “sou estudante, é claro

que...”. Nele, três alunos de interiores falam, em tom descontraído, um pouco sobre vivências que alunos de interiores enfrentem ao longo da sua formação.

Imagem 6: Publicação de conteúdo de alunos



Fonte: Dos Autores, 2024

Dessa forma, foi possível ter um bom feedback, com engajamento de outros alunos que também já passaram pelos pontos citados no vídeo e arrancar risadas de pessoas de outras áreas, sem deixar de falar sobre as atividades do curso.

2.1.2 Conteúdo de Design de Moda

Já no curso de Design de Moda, o conteúdo que mais se destacou foi a produção dos trabalhos dos discentes, com ênfase em dois projetos específicos. O primeiro projeto foi desenvolvido na disciplina *Experimentações em Moda*, sob a orientação da professora Fernanda Bonizol Ferrari. Nesse trabalho, as alunas tiveram a tarefa de criar uma peça de moda a partir de um elemento inusitado no universo da moda. O material escolhido para a experimentação foram toalhas de mesa.

O segundo trabalho seguiu a mesma temática de desenvolver moda a partir de outros objetos. Nesse caso as alunas desenvolveram peças a partir de sacolas de supermercado descartadas. Após a confecção, as alunas

desenvolveram um *fashion film* que foi publicado e teve bastante visibilidade ao perfil e muitos *feedbacks* positivos.

Esse mesmo trabalho resultou em uma segunda publicação, realizada em parceria com o supermercado que forneceu as sacolas utilizadas. Foi produzido um vídeo, no qual as próprias alunas que confeccionaram as peças participaram de um desfile pelos principais pontos turísticos da cidade. O vídeo destacou a interação entre moda e sustentabilidade, além de enfatizar a importância da divulgação de atividades locais nas redes sociais.

Imagem 7: trabalhos das alunas em design de moda



Fonte: Dos Autores, 2024

As atividades em sala também foram divulgadas, como a aula de microscopia têxtil, aonde é possível analisar amostras de fios, fibras e tecidos, permitindo assim maior compreensão de suas estruturas.

Imagem 8: aula de microscopia têxtil



Fonte: Dos Autores, 2024

Eventos externos também foram conteúdo nas postagens de design de moda. Em setembro foi realizado o Colóquio de Moda, maior evento acadêmico de moda realizado no Brasil. O post trouxe informações sobre palestras, oficinas, exposições e trabalhos da instituição que foram apresentados no evento.

Imagem 9: Colóquio de Moda 2024



Fonte: Dos Autores, 2024

Postagens de trabalhos de egressos do curso de moda também foram divulgados. A egressa do curso tecnológico em design de moda, Gabrielle Justino, veio até a instituição para dar uma palestra sobre o processo de criação de sua marca, *Mode Lenur*.

Imagem 10: Gabrielle Justino, egressa do curso de design de moda



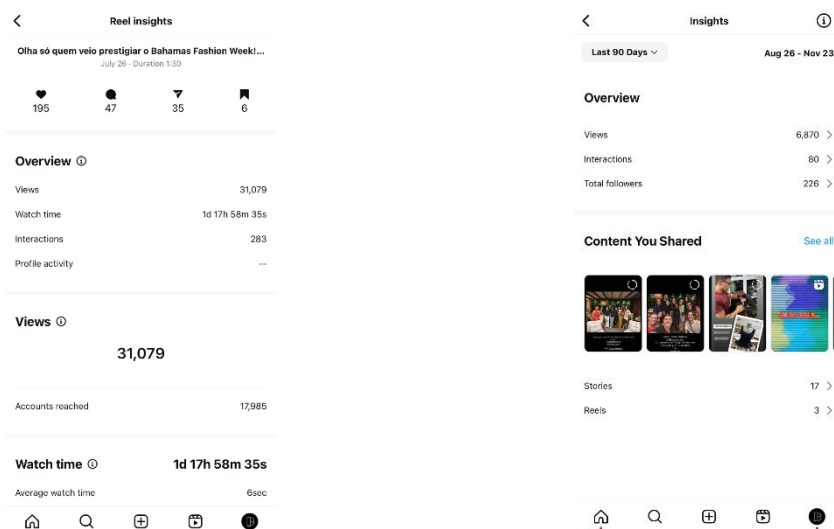
Fonte: Dos Autores, 2024

No geral, muitas das publicações dos cursos de design foram feitas em colaboração com outros perfis, o que aumenta consideravelmente o engajamento das postagens. Essas colaborações foram feitas com empresas locais que receberam alunos para visitas técnicas, bem como os próprios alunos e professores e, especialmente, a própria instituição Uniacademia que fez duas postagens inserindo o perfil do design como colaborador.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A própria rede social oferece relatórios por meio de seu banco de dados, permitindo analisar o desenvolvimento e a interação do perfil. Atualmente, a conta possui 226 seguidores, o que representa um aumento de 72% em relação a 2023. No entanto, a maioria dos seguidores ainda é composta por alunos e colaboradores do curso (Imagem 7).

Imagem 7: relatório de engajamento do perfil fornecido pela plataforma

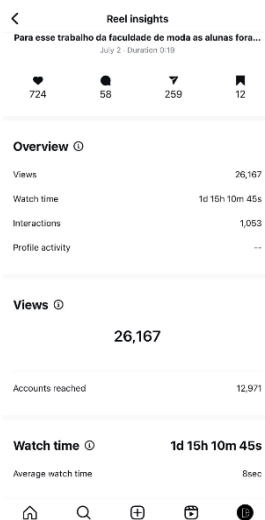


Fonte: Dos Autores, 2024

De abril a novembro de 2024 foram realizadas 24 postagens, sendo doze *reels*; como visitas em lojas, entrevistas com antigos alunos, recomendações de filmes, trends, e postagens em colaboração com os alunos. Ademais, foram postados sete carrosséis; entre elas palestras, registro feito por alunos em aula, projetos de alunos, e uma foto parabenizando os alunos do “30 de outubro – dia do Designer de Interiores”. Logo, totalizando 38 postagens no perfil em 2023 e 2024, gerando um aumento de 71% nas postagens do perfil.

Analisando os dados disponibilizados pelo próprio Instagram (Imagem 8), é possível notar que os vídeos publicados através do *reels* (uma aba no Instagram, na qual os vídeos são publicados em até 60/90 segundos) são as postagens que mais possuem interações com os seguidores e não seguidores. Em vista disso, a publicação que possui mais contato com os visualizadores é o *reels* em colaboração com o Bahamas e a UniAcademia e a influenciadora Jade Sales “Bahamas Feshion Week”, na qual possui 31.077 visualizações, 195 curtidas, 47 comentários, 35 envios e 6 contas salvaram o vídeo, totalizando 283 interações e 17.985 contas acessadas.

Imagem 8: relatório de engajamento do perfil fornecido pela plataforma



Fonte: Dos Autores, 2024

Em seguida, o segundo mais visualizado foi o *reels* “Trabalho feito com sacolas do supermercado Bahamas”, post realizado em colaboração com as alunas do curso e o UniAcademia, em que contém 26.163 visualizações, 18 58 comentários, 724 curtidas, 259 envios e 12 contas salvaram o vídeo, assim, totalizando 1.053 interações e 12.971 contas acessadas. Entretanto, o número de acesso e engajamento nas fotos não foi tão expressivo quanto os vídeos. Os carrosséis variam entre 10 a 461 curtidas; sendo o post em colaboração com a UniAcademia “Ex aluno, Vinicius Steibach” com mais curtidas. Em média os carrosséis possuem entre 20 a 525 interações e entre 1 a 24 comentários.

Stories é uma aba em que as postagens duram apenas 24 horas, nele foram realizadas muitas postagens de republicação e interações com os seguidores, e as visualizações oscilavam entre 20 e 1.006 visualizações, tendo no geral 5 a 10 likes por stories. Em relação ao ano de 2023, houve um aumento de 62% nas interações dos stories.

Muitas pessoas acessaram o feed e interagiram com a página. Conseqüentemente, é possível observar nos Insights (dados estatísticos da página) que entre agosto e novembro, o perfil teve um aumento no intervalo de 0,7% a 10% de novos seguidores, de 10 a 200 contas engajaram com a página;

sendo 38% seguidores e 61% não seguidores e 365 pessoas acessaram a conta.

Os dados estatísticos da conta ainda mostram que o melhor dia para publicações é na terça-feira e na sexta-feira, nos horários das 18h às 22h, pois há mais engajamento e o Instagram entrega com mais prioridade as postagens.

Nesse sentido, é possível compreender que as redes sociais são eficientes para engajar projetos, aproximando o público-alvo do curso, principalmente por meio de vídeos e interações no stories.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além dessas postagens, os alunos criaram um conteúdo em conjunto. O bate “Papo com Designer” foi um quadro criado com o intuito de trazer para o Instagram do curso conversas com profissionais das áreas do Design, mostrando que ambas as vivências, Moda e Interiores, podem caminhar juntas em sua produção.

A atividade envolveu a visita ao ateliê do designer Filipe Lima, egresso do curso de Design de Interiores e que tem ambas atuações em seu currículo. Filipe tem em seu trabalho reconhecimento interestadual, com diversas publicações em revistas da área e participações em mostras, além de uma coleção de moda desenvolvida em parceria com outra aluna egressa do curso de moda e ter realizado a cenografia de desfiles desse curso. Na entrevista, ele conta um pouco sobre suas experiências ao longo da faculdade e do mercado de trabalho, ressaltando pontos que considera importante na formação de um designer e dando dicas para os que se interessam por essa área de atuação.

Assim, a manutenção do projeto permitiu, não apenas dar continuidade a publicação de conteúdo de qualidade, como fazer uma análise do próprio perfil de cada curso. Além de demonstrar que compreender tanto suas particularidades quanto seus pontos de convergência é fundamental para a melhoria do curso como um todo, e a própria ideia de um design cada vez mais colaborativo.

ABSTRACT

This article is the result of research developed by the Grupo Iniciação Científica Educação e Redes Sociais and aims to develop a profile on the social network Instagram, integrating Technology courses in Fashion and Interior Design, where information about the courses can be conveyed, activities developed, projects and work results. The study is based on works that point out the importance of tools such as Instagram applied to higher education, with Terry Anderson (2019) as one of the main references in this field of research. The methodology adopted in the research will be descriptive and exploratory, of an applied nature, indicating bibliographic and iconographic analyzes as technical procedures. Methodologically, the work carried out consists of creating a profile of Design Technology courses on social and feed this profile with information on activities and research carried out by current and former students.

Keywords: Fashion Design. Interior Design; Social media.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. Personal stylist: guia para consultores de imagem. 5. ed. São Paulo: SENAC, 2004.

ANDERSON, T. Challenges and opportunities for use of social media in higher education. *Journal of Learning for Development*, Burnaby, v. 6, n. 1, p. 6-19, 2019. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1212505>. Acesso em: 5 agost. 2023.

BROWN, Rachel; FARRELLY, Lorraine. *Materiais no design de interiores*. 1.ed. São Paulo: Gustavo Gilli, 2014.

CAMBIAGHI, Silvana. *Desenho Universal: Métodos e Técnicas para Arquitetos e Urbanistas*. São Paulo: SENAC, 2007. 272p.

CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice A. (org.). *Psicologia ambiental: conceitos para a leitura da relação pessoa-ambiente*. Petrópolis: Vozes, 2018.

DISITZER, Marcia; VIEIRA, Silvia. A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização. Rio de Janeiro: SENAC, 2006.

ERNER, Guillaume. Vítimas da moda?: como criamos, porque a seguimos. São Paulo: SENAC, 2005.

GURGEL, Miriam. Projetando espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas residenciais. São Paulo: SENAC, 2004 (2ª edição).

GURGEL, Miriam. Projetando espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais. 6.ed.rev. São Paulo: SENAC-SP, 2020.

MAIER, Hughette. Vitrinas entrevistas: merchandising visual. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2009.

MARRA, Cláudio. Nas sombras de um sonho. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008.

NAKAO, Jam. A costura do invisível. São Paulo: SENAC, 2005.

PIRES, D. B. A história dos cursos de design de moda no Brasil. Nexos, São Paulo, v. 6, n. 9, p. 1-13, 2002. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/2989098-A-historiados-cursos-de-design-de-moda-no-brasil-the-history-of-the-courses-of-fashiondesign-in-brazil.html>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

SCALZO, Marilia. Trinta anos de moda no Brasil/ uma breve historia. São Paulo: Livre, 2009

SANT'ANNA, Maria Rúbia. Teoria de Moda: Sociedade, imagem e consumo. 2.ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleção. Brusque: Ed. do Autor, 2007.

VILLAROUCO, Vilma; FERRER, Nicole; PAIVA, Marie Monique; FONSECA, Júlia; GUEDES, Ana Paula. Neuroarquitetura: a neurociência no ambiente construído. Rio de Janeiro: Rio Books, 2021.