

#tourpelinhacasa: representações do habitar na rede social TikTok¹

Flávia Palhares MACHADO²

Josemar de Campos MACIEL³

Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo observar e analisar as representações dos espaços do habitar no meio digital, os discursos sobre estes espaços e o imaginário produzido a partir destas representações, especificamente na rede social TikTok. Trata-se de uma pesquisa exploratória e qualitativa que focalizou os conteúdos de vídeos curtos postados nessa rede social indexadas pela hashtag #tourpelinhacasa no período de 04/02/2022 a 28/02/2023. Após a análise dos dados concluímos que o espaço da habitação, a casa, e as suas representações no TikTok, sintetizam características e contradições de uma sociedade cada vez mais espetacularizada e estetizada.

PALAVRAS-CHAVE: habitar; representações do espaço habitado; redes sociais, TikTok, discursos sobre o espaço.

CORPO DO TEXTO

Este trabalho tem como objetivo refletir sobre a proliferação de imagens e representações do espaço do habitar no meio digital, especificamente na rede social TikTok, e analisar as representações e discursos sobre o espaço do habitar e o imaginário produzido a partir destas imagens e identificar possíveis contribuições para transformações das práticas espaciais e dos modos de habitar locais.

Habitar é uma experiência multifacetada, que envolve aspectos tanto subjetivos quanto funcionais, materiais e técnicos das relações dos sujeitos com o espaço, o tempo e o território. O ato de habitar não se limita a ocupação do espaço físico, mas é também um ato simbólico que, de forma imperceptível, estrutura e organiza a experiência do habitante no mundo (PALLASMAA, 2017). O habitar se dá a partir da percepção, da experiência vivida cotidianamente nos espaços, das memórias e dos sentidos e

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco (PPGDL-UCDB). Email: flaviapalharesmachado@gmail.com

³ Professor titular do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco (PPGDL-UCDB). Email: rf5033@ucdb.br

significados que são construídos a partir das relações entre as pessoas, os seus grupos sociais e o ambiente (SEGAUD, 2016).

Em síntese, como aponta Segaud (2016), o habitar é derivado das relações entre os sujeitos e os seus territórios e das qualidades e sentidos atribuídos aos espaços a partir dessas relações e constitui um aspecto importante da identidade das pessoas. O habitar se expressa por meio de atividades e práticas de um conjunto de instrumentos e objetos móveis e imóveis que organizam e marcam a vida cotidiana.

O espaço vivido e as suas representações são aqui compreendidos pela ótica de Lefebvre e de Certeau (2007), como um amplo objeto de estudo, portador de sentidos e significados, e a sua observação permite compreender diversos aspectos da sociedade e dos locais. As relações e práticas sociais contribuem não só para a produção dos espaços, para a delimitação de seus aspectos formais, programáticos ou materiais, mas também para as representações do espaço (e, portanto, da sociedade) que, conforme esclarece Lefebvre (1991), abrangem o conhecimento, as ciências, signos, símbolos e códigos de uma sociedade, ou dos sujeitos cuja experiência cotidiana é construída e organizada a partir de suas relações com o espaço e o ambiente.

Desta maneira, compreendemos que aos espaços habitados e vividos pelos sujeitos e pela coletividade podem ser atribuídos sentidos e significados que relacionam aspectos materiais, simbólicos e transcendentais da vida cotidiana e que as representações do espaço não apenas espelham este conjunto de relações, mas também contribuem para a produção do imaginário e dos próprios espaços.

Arantes (2021) reconhece na arquitetura o arquétipo da arte de massa, pois a sua recepção se dá coletivamente e sob a forma de distração. A partir do movimento Modernista na arquitetura, no início do século XX, e do desenvolvimento da cultura e da comunicação de massa, a arquitetura e a própria produção dos espaços também passaram a responder a paradigmas da comunicação. Os espaços passaram a ser percebidos como suporte de informação e as representações do espaço se proliferaram por meio da reprodução de imagens autorreferidas que passaram a povoar o cotidiano das pessoas, seja em revistas, na indústria cultural e, mais recentemente de forma exponencial no meio digital e nas redes sociais. (ARANTES, 2021)

O aperfeiçoamento de recursos técnicos e o crescente uso dos meios digitais permitiram a ampliação da produção de imagens e representações da realidade assim como sua reprodutibilidade e distribuição; constituindo um fenômeno de desmedida proliferação e acumulação de imagens e de informações que se repetem a exaustão, anulando a referência original.

O ambiente é uma fonte primária da experiência humana; o espaço habitado é uma forma de mediação da realidade e as representações do espaço exercem um papel de dupla mediação: a própria percepção da realidade vem se desligando da experiência construída diretamente a partir da vivência concreta dos sujeitos e de suas relações socioespaciais, passando a se constituir a partir de representações fragmentadas da realidade. Estes fragmentos e suas representações passam então a ser objetificados e oferecidos para o consumo e a lógica de sua produção passa a ser a do espetáculo, do entretenimento e do simulacro (BAITELLO JUNIOR, 2014; DEBORD, sd; ARANTES, 2021).

O uso de dispositivos eletrônicos e digitais e de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para a mediação das práticas sociais e das comunicações e interações entre os sujeitos promovem transformações nas formas de comunicação, de produção e distribuição de informações, de conhecimentos e de cultura, constituindo um aspecto importante da vida contemporânea (LÉVY, 1999).

A TICs e o ambiente digital permitem que as práticas discursivas e os processos de enunciação e produção de sentidos se construam de forma multissemiótica por meio do uso de códigos semióticos veiculados por diferentes modalidades (verbal, imagética, sonoro, etc). Como outras estruturas linguísticas, as estruturas multimodais revelam interpretações de experiências e formas de interações sociais cujos significados pertencem à cultura e revelam práticas sociais mais do que modos semióticos específicos - visual, verbal, gestual, etc; corroborando a ideia de que a comunicação se assenta sobre uma base social (KRESS e VAN LEEUVEN, 2006). Contudo, os meios digitais favorecem o desenvolvimento de relações humanas desterritorializadas, estabelecidas a partir da identidade de interesses e percepções compartilhadas entre os sujeitos e não mais a vínculos de identidades territoriais, materiais, institucionais ou hierárquicas. (LÉVY, 1999)

A apropriação e popularização das TICs, especialmente da internet, e o uso ostensivo de aplicativos e redes sociais constituem um ambiente rico e favorável à observação de práticas comunicacionais e sociais, dos processos de desenvolvimento dessas práticas, bem como dos aspectos protocolares culturais e comportamentais de grupos ou de comunidades que se formam nesses ambientes. A internet pode, portanto, se apresentar como objeto de pesquisa, local de pesquisa ou ainda instrumento de pesquisa. (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011)

O TikTok é aplicativo para compartilhamento de vídeos curtos, atualmente de 15 ou 60 segundos e 3 minutos, que oferece inúmeros recursos para editá-los como cortes, filtros, legendas, trilha sonora, gifs. Como em outras redes sociais, o TikTok permite que usuários criem e sigam perfis e que possam interagir por meio de comentários aos vídeos compartilhados e de curtidas e que o conteúdo compartilhado seja indexado por meio de hashtags. O aplicativo permite a pesquisa de conteúdos por categorias, e a partir dos dados de preferências e de interações dos usuários, sugere perfis e conteúdos de interesse específico a cada usuário podendo também recomendar conteúdos relacionando o interesse entre diferentes contas ou perfis, estabelecendo uma rede de recomendação de vídeos que utiliza informações de usuários com interesses ou gostos semelhantes, oferecendo assim conteúdos mais atrativos aos usuários. (FABRO, 2021; FELIX, 2019)

O aplicativo vem crescendo significativamente desde que foi lançado, em 2017, graças a seus recursos de edição dos vídeos e a sua capacidade de engajamento dos usuários e de suas comunidades de interesses, a seu apelo viral, permitindo inclusive o compartilhamento do seu conteúdo por meio de outras plataformas e redes sociais tornando-se uma plataforma bastante favorável a negócios. (FABRO, 2021; FELIX, 2019)

Para este trabalho observamos conteúdos de vídeos postados por usuários do TikTok indexados pela hashtag #tourpelaminhacasa no período de 04/02/2022 a 28/02/2023. A pesquisa de natureza exploratória e indutiva com tinha como objetivo identificar, descrever e compreender os sentidos e significados expressos por esse material. A abordagem caracteriza-se como qualitativa nos termos expressos por Minayo (2017) pois buscamos identificar e delinear as características e a intensidade do fenômeno, ou seja, as expressões do habitar que podem ser observadas nos vídeos filtrados pela hashtag pesquisada. Ao longo do trabalho buscamos, portanto, focalizar e identificar a

“dimensão sociocultural que se expressa por meio de crenças, valores, opiniões, representações, formas de relação, simbologias, usos, costumes, comportamentos e práticas” (MINAYO, 2017, p.2)

Como resultado observamos que o espaço da habitação, a casa, e as suas representações no TikTok sintetiza características e contradições de uma sociedade cada vez mais espetacularizada (DEBORD, sd) e estetizada (LIPOVETSKY e SERROY, 2015). O habitar é transformado em uma atividade de consumo com um caráter distintivo que justifica a sua publicização, independentemente do tamanho ou do padrão socioeconômico da habitação.

Observa-se um padrão narrativo nos vídeos, com sequencias, falas e planos semelhantes e, principalmente, uma teatralidade ostensiva dos usuários que “apresentam” o seu espaço doméstico transformado em cenografia de uma vida que é manifestamente encenada para a audiência. Destes cenários são excluídos os atores-habitantes, seus vestígios e marcas de identidade, assim como toda a ação que possa ser realizada nesses espaços, a própria domesticidade dessas habitações, restando apenas as formas aparentes, esvaziadas de seus sentidos, significados, usos e utilidades.

Os vídeos naturalistas pretendem espontaneidade, mas mostram uma hiper-realidade composta por gestos, falas, cenários, objetos, cores e detalhes repetidos, instaurando uma condição de irrealidade. O conteúdo é consumível e autorreferente, cópias de originais desconhecidos que simulam e anulam tanto as diferenças e singularidades quanto as semelhanças, simulacros puros (BAUDRILLARD, 1981). O ato de habitar expresso por este meio é apresentado como um ato comunicativo e informacional; homogeneizado, individualizado e alienado do exterior, do espaço e das práticas socioculturais coletivas.

REFERÊNCIAS

ARANTES, Otilia B. F. **Arquitetura simulada**: dois ensaios. São Paulo: s.n., 2021.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia**: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. ePUB. São Paulo: Paulus, 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Tradução de Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio d'Água, 1981.

CERTEAU, Michel D. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. tradução de Ephraim Ferreira Alves. 13.ed. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

DEBORD, Guy. **A sociedade do Espetáculo**. Silveira: Livros da Revolta, Le Livros, sd. Disponível em: <http://lelivros.love/book/baixar-livro-a-sociedade-do-espetaculo-guy-debord-em-pdf-epub-e-mobi/>. Acesso em: 27 outubro 2019.

FABRO, Clara. Como funciona o TikTok? Saiba usar o aplicativo de vídeos. **Techtudo**, 25 maio 2021. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/05/como-funciona-o-tiktok-saiba-usar-o-aplicativo-de-videos.ghtml>. Acesso em: 01 abril 2023.

FELIX, Victor H. O que é TikTok? **Tecnoblog**, 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-tiktok/#:~:text=O%20TikTok%20surgiu%20em%202014,um%20aplicativo%20parecido%2C%20chamado%20Douyin>. Acesso em: 01 abril 2023.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Introdução. In: FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 17-26.

KRESS, Gunther; VAN LEEUVEN, Theo. **Reading Images, The Grammar of Visual Design**. 2. ed. ed. Londres: Routledge, 2006.

LEFEBVRE, Henri. **The production of space**. Tradução de Donald Nicholson-Smith. Oxford: Blackwell, 1991.

LEFEBVRE, Henri. **Introduction to Modernity. Twelve Preludes. September 1959-May 1961. Tradução John Moore**. Londres: Verso, 1995.

LEFEBVRE, Henri. **O direito a cidade. Tradução Rubens Eduardo Frias**. 5a. ed. São Paulo: Centaurea, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura. Tradução Carlos Irineu da Costa**. 1.a. ed. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo**: viver na era do capitalismo artista. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 472 p.

MINAYO, Maria C. D. S. Amostragem e Saturação em Pesquisa Qualitativa: consensos e controvérsias. **Revista Pesquisa Qualitativa**, São Paulo, v. 5, n. 7, p. 01-12, abril 2017.

PALLASMAA, Juhani. **Habitar**. Tradução de Alexandre Salvaterra. São Paulo: Gustavo Gilli, 2017.

SEGAUD, Marion. **Antropologia do Espaço**: habitar, fundar, distribuir, transformar. Tradução de Eric R. R. Heneault. São Paulo: Edições Sesc, 2016. 312 p.