

SELFIE NO INSTAGRAM: A COMUNICAÇÃO DE MODA E IDENTIDADE

Jairo Bandeira

Prof.^a Dr.^a Lourdes Ana Pereira Silva

A identidade de um sujeito é construída com base em crenças, valores e em todas as influências externas que o cercam e que podem impactar a noção do eu, ou melhor, a construção de identidade. Ocorre que sociedades modernas são caracterizadas pelas diferenças e não possuem nenhum centro de poder, nenhum princípio articulador ou organizador; elas são constantemente descentradas ou deslocadas.

Essas sociedades não se desintegram totalmente, porque seus diferentes elementos e identidades podem, sob certas circunstâncias, ser conjuntamente articulados e, assim, a estrutura de identidade permanece aberta. Os meios de comunicação e o desenvolvimento tecnológico impactaram e continuam impactando a sociedade; foram modificados pelas novas necessidades de interação, expressão e atividades sociais e, atualmente, estão colaborando para a influência e a multiplicação de novas identidades, em um processo recíproco, e apresentando mudanças rápidas em seu contexto.

Nesta pesquisa, investigou-se por que a moda pode ser considerada uma representante social do fenômeno selfie e de que forma esse processo é estabelecido; buscou também compreender a dinâmica de como são construídas as diversas identidades e como elas se estabelecem.

O fenômeno selfie, atividade de expressão da sociedade pós-moderna, vem crescendo e sendo utilizado pela moda do vestuário como um meio para o estabelecimento de redes com os sujeitos de possibilidades.

Esta dissertação foi desenvolvida de modo a responder de que forma a Selfie pode expressar elementos de identidades, tornando-se um meio de comunicação da moda. Tendo como objetivo compreender a selfie como meio de comunicação da moda e de identidades.

A identidade interage com os meios de comunicação e as tecnologias e dá origem a representações sociais bem como compreende a moda como mediadora desse processo - visto que esta é democrática, tem caráter

representativo, exprime anseios dos usuários - e a selfie como um meio de comunicar a moda e reproduzir identidades.

As selfies podem ser compreendidas como autorretratos que podem ser postados e circular pelas redes sociais instantaneamente. A selfie é um recorte de uma identidade; é algo que se pretende contar. É uma narração em imagem e conta algo sobre o indivíduo. Tudo tem a ver com o auge dos telefones celulares, dispositivos portáteis que nos acompanham em cada lugar que frequentamos.

A foto faz parte da experiência, não é mais como antes, quando se registrava um fato que só seria mostrado depois. Atualmente, o registro de uma situação faz parte e modifica a própria situação, inclusive complementa-a com o ausente nesse mesmo momento. O outro pode não estar fisicamente presente, mas pode comentar, retuitar ou curtir uma imagem postada nas redes sociais.

É justamente aí que a moda consegue desenvolver o seu papel de mediadora, utilizando a selfie como um meio para representar e ressignificar as diferenças, em um processo mútuo, no qual, ao mesmo tempo em que representa, também consegue influenciar, participando da dinâmica de construção de identidades.

O interesse por moda está relacionado com o fato de podermos estudar pontos de tangência de identidade, comunicação e linguagem, utilizando metodologias e leituras sobre a moda no mundo. Durante esse percurso, estudei a moda e suas perspectivas desde o seu sistema de comunicação, linguagem, até as suas implicações estéticas e socioeconômicas. Descobri que a moda possui uma natureza que se estende pelas várias ciências sociais e humanas, sendo a sua análise pertinente para a compreensão do mundo contemporâneo.

Todos os dias, ao acordar e vestir-se para sair de casa, o indivíduo depara-se com diversas opções em seu guarda-roupa e faz a combinação adequada ao clima e ao local ao qual irá se dirigir. Essa atitude e a escolha de determinadas peças expressam, além das características funcionais, o que esse indivíduo é ou como ele deseja ser percebido pelos outros. É uma forma de mostrar seus gostos, sua classe social, seu tipo de trabalho, enfim, quem é o sujeito.

As roupas servem como um instrumento que representa o estado de espírito da pessoa (como, por exemplo, no luto), o seu status social (exemplo: o luxo), as suas crenças (exemplo: os góticos) e os seus gostos (cores, imagens, entre outros).

Sendo assim, buscou-se apoio nas reflexões teóricas de Gilles Lipovetsky, que assinala a democratização da moda num mundo supostamente reencantado, confrontando-as com a visão de Stuart Hall sobre a questão do sujeito e identidade e a relação de conexão do indivíduo nas redes sociais. Com o mesmo objetivo, foram utilizadas, também, a visão de John B. Thompson, entendendo-o como mediador, e as várias mensagens transmitidas e mediadas.

A estratégia metodológica compreendeu-se de uma pesquisa qualitativa que passa pela observação direta das selfies publicadas na plataforma Instagram, delimitando como corpus o perfil da usuária @suzanagullo.

Compreende-se, então, que a pesquisa descritiva utilizada em paralelo com a pesquisa qualitativa contribui para a identificação das diversas representações e sentidos bem como para a constatação do tratamento dado pela mídia ao discurso.

A análise dos sentidos e da significação concentra-se, em geral, no viés qualitativo, ou seja, na construção de um exame aprofundado, estabelecendo comparações e relações acerca do corpus e reconstruindo o processo de significação.

Para análise das selfies do perfil da usuária, estas foram divididas em temáticas: cotidiano e exibição, sendo esta subdividida em moda e narciso com o intuito de detectar significados (comportamentos, valores) nas selfies compartilhadas.

A moda, com sua forma de representação, pode ser compreendida como o desejo de afirmação de uma personalidade, dando consciência ao indivíduo na sua forma particular de expressar o aqui e o agora da expansão individual do seu bem-estar, dos gozos materiais e desejo a liberdade.

Entendemos que o indivíduo, na pós-modernidade, é fragmentado, pois é um ser múltiplo que comunica e se olha. A moda, com sua forma de expressão, coloca esse indivíduo no espaço midiático das redes sociais, caracterizando e dando origem ao sujeito, tecendo sentidos e configurações de

imagens e narrativas do cotidiano, compartilhando, registrando o momento. Esses sentidos e configurações são vários e mediados e compartilhados pelo indivíduo com o desejo deste de construir-se publicamente por meio da imagem.

Conclui-se que, com o avanço das tecnologias de comunicação, mais especificamente dos celulares com câmera conectados à Internet, o fenômeno da selfie impôs-se e acabou se consolidando, colocando a moda, com sua efemeridade, acessível ao indivíduo e por ele consumida

A análise resultou em constatações da democratização da moda, sendo possível perceber a relação da selfie com a moda e sua prática cultural, refletindo um modo de interpretar a identidade e o cotidiano no Instagram.

Percebeu-se com as leituras e análises, que a selfie expressa um meio de compreensão da moda como mediadora desse processo, visto que ela é democrática, tem caráter representativo, exprime anseios dos usuários.