

ADOLESCER PARA O CONSUMO NO CANAL @_ANTONELABRAGA

Mara Solange D Myrela Cunha Vieira¹
Clarice Antunes do Nascimento²

Introdução

O trabalho analisa a constituição das identidades juvenis no canal @_antonelabraga, do Instagram. Antonela Braga é uma adolescente que produz conteúdos digitais voltados a jovens da sua idade e possui mais de 191 mil seguidores. Entre os assuntos abordados pela criadora de conteúdo, destacam-se a rotina da adolescente, as formas de se alimentar, se vestir e socializar, atrelando os momentos rotineiros aos produtos consumidos e indicados em sua rede social.

Objetivo

Analisar, com base nas teorizações do campo dos Estudos Culturais, de que forma as juventudes seguidoras do canal @_antonelabraga constroem suas identidades inspiradas pelos modos de ser e pelos padrões de consumo propagados pela adolescente, proprietária deste espaço digital.

Metodologia

Compõe-se de análise cultural, desenvolvida com base em três *reels* publicados no canal @_antonelabraga, no Instagram, que se mostraram profícuos para compreender como atuam na produção de identidades juvenis consumidoras. Entre os *reels* selecionados: *O que levo de lanche para escola - de segunda a sexta*; *Arrume-se comigo - especial Dia dos Pais*; *Meninas bonitas não guardam segredo*.

Resultados

A partir deste recorte analítico, observou-se que a venda midiática de realidades cotidianas, articulada com a disseminação de padrões de consumo, atua, na relação com os espectadores/consumidores, como produtoras de um ideal de aparência e de comportamento que constituem as identidades juvenis contemporâneas em sintonia com os interesses do mercado.

Conclusão

As redes sociais tem se mostrado produtivas para adolescentes e jovens criarem as imagens de si que desejam, materializando os modos como desejam ser vistos. E, no que tange à constituição da identidade consumidora, a adolescência, marcada pela necessidade de autoafirmação e aceitação, encontra, nos espaços midiáticos, a exemplo do canal @_antonelabraga, terrenos férteis para alicerçar modelos a serem (re)produzidos.

Referências

HALL, Stuart. *Identidades Culturais na Pós-Modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva; Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

¹ Mestranda no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil.

² Professora no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil. E-mail: claricen@gmail.com