

## Construções Identitárias Periféricas na Rede: as *It Girls* das Favelas Cariocas no Instagram<sup>1</sup>

Simone Evangelista<sup>2</sup>

Beatriz Polivanov<sup>3</sup>

Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

No Brasil tem ocorrido um fenômeno de “emergência da periferia” mediado por mídias massivas e pós-massivas como televisão e sites de redes sociais. Como parte deste fenômeno, as chamadas “*it girls* da comunidade” chamam-nos atenção para mudanças sociais e culturais associadas às relações entre centro e periferia, global e local e novas e velhas mídias. Tratamos aqui de jovens mulheres que moram em favelas cariocas ou nos subúrbios da cidade e que se tornaram ícones proeminentes da moda dentro e fora de suas comunidades através do uso intenso de mídias sociais. Nosso objetivo é discutir, a partir da observação e análise do perfil da *it girl* Isadora Machado no Instagram, como o site media tal fenômeno e como ela se apropria do mesmo para não apenas performatizar seu *self*, mas também tensionar relações identitárias entre centro e periferia a partir do consumo.

**Palavras-chave:** *it girls*; Instagram; centro / periferia; consumo.

### I. Introdução: as “*it girls*” das comunidades cariocas

Em janeiro de 2015, o jornal *O Globo* publicou uma matéria na *Revista O Globo* intitulada “Conheça as meninas que estão ditando moda nas comunidades e fora delas”, com o seguinte subtítulo: “As ‘*it-girls*’ das periferias agitam as redes sociais e lançam tendências”<sup>4</sup>. Em maio do mesmo ano, o jornal *Extra* trouxe às bancas uma reportagem intitulada “Favela chique” na qual ressaltava que o estilo dessas jovens é “bem diferente do que elas costumam ver onde moram”<sup>5</sup>. Ambas destacavam o papel dos sites de redes sociais (SRSs) na construção dessas novas *it girls*: além ser um espaço importante na busca por

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Mestre em Comunicação pelo mesmo Programa. E-mail: [si.evangelista@gmail.com](mailto:si.evangelista@gmail.com).

<sup>3</sup> Professora adjunta do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense; doutora e mestre em Comunicação pelo mesmo Programa; e-mail: [beatrizpolivanov@id.uff.br](mailto:beatrizpolivanov@id.uff.br).

<sup>4</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/conheca-as-meninas-que-estao-ditando-moda-nas-comunidades-fora-delas-14949405>. Último acesso em junho de 2016.

<sup>5</sup> *Conheça cariocas que, assim como Danda de ‘I love Paraisópolis’, são it girls de comunidades*. Disponível em: <http://extra.globo.com/mulher/moda/conheca-cariocas-que-assim-como-danda-de-love-paraisopolis-sao-it-girls-de-comunidades-16299455.html>. Último acesso em junho de 2016.

referências de moda, elas usam perfis nesses sites para interagir com fãs e se consolidar enquanto referências para outras jovens.

A alcunha “*it girls*”, vale destacar, é utilizada pelas próprias jovens que se identificam como parte desse fenômeno cultural<sup>6</sup>. O termo teria surgido em 1927, com o filme *It*, protagonizado pela estrela Clara Bow, para denominar jovens mulheres capazes de ditar tendências em termos de comportamento e moda e que teriam uma certa qualidade de “serem únicas”, diferentes das demais. O termo passou algumas décadas sendo utilizado para fazer referência principalmente a celebridades da indústria cultural. Não obstante, a partir da consolidação da web 2.0 e da ampliação (potencial) de visibilidade que narrativas de sujeitos tidos como “comuns” passaram a ter, ele começa a ser atrelado também a blogueiras, instagramers e vloggers<sup>7</sup>.

O que nos chama a atenção neste trabalho, contudo, não é *apenas* o fato de jovens outrora anônimas estarem estampando matérias de jornais devido à sua atuação enquanto ícones *fashion* e utilização intensa de mídias sociais. Para além disso, trata-se de jovens mulheres negras, que moram em periferias<sup>8</sup> do Rio de Janeiro. Usando uma “linguagem da rede”, marcada por coloquialismo, pessoalidade e sensação de proximidade, essas jovens conquistaram público e se tornaram referência de estilo para além de seus locais de origem.

Ao mergulhar nos fluxos midiáticos contemporâneos para criar e organizar seus próprios fluxos de identidade na vida cotidiana (APPADURAI, 2004), essas jovens que faziam parte de um público consumidor passaram a reivindicar um lugar de fala entre as *it girls*, incluindo representantes de setores marginalizados como as moradoras das favelas cariocas. Ainda que tal lugar seja reservado a uma ínfima parte dos jovens de periferias, justamente por seu estilo ser considerado “bem diferente do que elas costumam ver onde moram”, como fez questão de apontar o jornal *Extra*, acreditamos que olhar para tal fenômeno pode nos ajudar a refletir sobre questões que envolvem consumo, produção de identidade, relações centro/periferia e mediações sociotécnicas. Assim, nosso objetivo é discutir, a partir da observação e análise do perfil da *it girl* Isadora Machado no Instagram

---

<sup>6</sup> Uma delas, Ana Paula Bloch, comenta em seu perfil no Instagram sobre a reportagem do jornal *Extra*: “Hoje estou muito feliz, mais uma nova etapa das *it girls* e com grande prazer que estou participando de novo de uma mega matéria que vocês vão adoooooorar. Essas meninas são referência no mundo da moda das favelas dentro e fora.”. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/3TmPOBvSfa/>. Último acesso em: junho de 2016.

<sup>7</sup> Os termos designam pessoas que criam perfis ou canais em blogs, no Instagram e vlogs, respectivamente.

<sup>8</sup> Embora cientes da problematização em torno do termo periferia, optamos por utilizá-lo por compreender que se trata de uma noção importante para a discussão que pretendemos propor, a saber: um vocábulo capaz de representar um local, as pessoas que vivem neste local e seus estilos de vida e hábitos de consumo, evocando um conjunto de ideias sobre o popular (TROTTA, 2013).

(@isismac), como o site media esse processo e como ela se apropria do mesmo para performatizar não apenas seu *self*, mas também tensionar relações identitárias entre centro e periferia a partir de práticas de consumo. A escolha do perfil analisado ocorreu a partir da publicação das reportagens mencionadas (Isadora consta em ambas) e também devido aos seguintes critérios: autoafirmação contínua da jovem enquanto *it girl* nos SRS, frequência regular e intensa de postagens no Instagram e alto número de seguidores no site<sup>9</sup>. A observação e coleta de dados se deu no período de dezembro de 2015 a junho de 2016.

Para tal, iremos em um primeiro momento nos debruçar sobre as noções de identidade e diferença, trazendo à tona um debate sobre os atravessamentos que são entre centro e periferia. Em um segundo momento, discutiremos sobre as relações entre consumo e construção de identidade, focando nosso olhar mais especificamente em como tais dinâmicas se dão em SRSs. Tendo tais discussões teóricas como pano de fundo, iremos discutir os dados obtidos a partir da observação do perfil de Isadora. Por fim, traçaremos algumas conclusões iniciais sobre o estudo exploratório aqui realizado.

## II. Identidade e diferença: atravessamentos entre centro e periferia

Refletir sobre a materialização de espaços urbanos estigmatizados no Instagram de jovens que se posicionam como *it girls* implica reconhecer que o uso de artefatos técnicos como os SRS podem ter papel ativo na constituição do territórios. Mais do que representar a favela nas postagens que analisaremos a seguir, defendemos que as imagens e outros elementos utilizados para retratar um bairro atuam não apenas nas construções identitárias das jovens em questão, mas na constituição da própria localidade.

Neste sentido, dialogamos com Appadurai (2004) ao pensar a localidade a partir de um ponto de vista relacional e contextual. Ao analisar as possíveis significações da localidade em um mundo globalizado, o teórico indiano conclui que se trata de um fenômeno complexo que vai muito além da questão espacial. Trata-se de uma construção dinâmica e contínua formada por vínculos diversos, como a interatividade entre os participantes de determinadas comunidades (que Appadurai denomina como bairros) e determinados contextos.

Segundo o autor, cabe aos sujeitos locais a tarefa (sempre continuada) de assegurar a reprodução de seu bairro, uma vez que a localidade não pode ser considerada estável. Este

---

<sup>9</sup> Eram pouco mais de 6.300 no dia 09 de julho de 2016. Em seu perfil no Facebook é seguida por mais de 12.000 usuários. Não obstante, sua “fama” enquanto *it girl* foi construída inicialmente através do Instagram, por isso nossa escolha por analisá-lo.

processo também é alimentado por contingências relacionadas à história, ao ambiente e à imaginação, que por sua vez teriam o potencial não apenas para a reprodução dos bairros, mas para a produção de novos contextos. “Deste modo, o bairro enquanto contexto produz o contexto de bairro” (APPADURAI, 2004, p. 246). De acordo com a linha argumentativa desenvolvida do indiano, a análise enfatiza o papel dos elementos pontuados, sobretudo a imaginação, como um fator social capaz de produzir contextos de resistência.

Entretanto, cabe pontuar que não buscamos analisar o objeto deste artigo sob o viés de uma resistência pautada por binarismos entre global e local. Nos interessa pensar sobre as *it girls* das favelas como construções midiáticas relacionadas a uma “cultura global e local complexa e interligada” (REGEV, 2014, p. 3). Neste sentido, consideramos uma aproximação com o conceito de cosmopolitismo estético defendido por Motti Regev (2014). Ao apontar o processo de globalização cultural na modernidade tardia como elemento chave para a popularização do pop-rock e seus elementos expressivos pelo mundo, Regev chama a atenção para um fenômeno permanente “em que grupos sociais de todos os tipos em todo o mundo crescentemente compartilham amplas bases comuns em suas percepções estéticas, formas de expressão, e práticas culturais” (idem). É possível pensar, portanto, no vínculo entre as jovens nascidas na periferia do Rio de Janeiro e o universo das *it girls* enquanto manifestações desses cruzamentos e negociações entre subalterno e hegemônico.

O consumo, nesse sentido, ganha nova dinâmica, mesmo que ainda precária, integrando, mesmo que de forma subordinada, indivíduos periféricos ao mundo global. Ao oferecer novas inflexões para a agência social, política e cultural, utilizando símbolos convencionais e ao mesmo tempo novos, torna-se possível conectar linguagens e estabelecer, segundo Pinho (2005) outros fluxos desterritorializados. Conforme lembra Canclini, não se trata de discutir uma dissolução das identidades locais em virtude do consumo globalizado, mas “entender como as identidades étnicas, regionais e nacionais se reconstróem em processos de hibridação intercultural” (CANCLINI, 2008, p. 136). O universo da moda, por seu caráter globalizado, torna-se um espaço privilegiado para essas transações, sobretudo a partir das possibilidades de consumo trazidas pelas novas tecnologias da comunicação. Ainda segundo Canclini, na contemporaneidade,

Para muitos homens e mulheres, sobretudo jovens, as perguntas próprias aos cidadãos, sobre como obtemos informação e quem representa nossos interesses, são respondidas antes pelo consumo privado de bens e meios de comunicação do que

pelas regras abstratas da democracia ou pela participação em organizações políticas desacreditadas. (CANCLINI, 2008, p. 11)

A partir dessa lógica, é possível pensar nas escolhas relacionadas ao consumo como potencialmente políticas, uma vez que o consumo se configura como uma arena central para a negociação de sentidos na contemporaneidade. Ao se inspirar em ícones do universo *fashion* nas posts em seus perfis no Instagram, as jovens da periferia não estão necessariamente buscando imitar determinados estilos; é possível que esses elementos tenham um papel significativo para a constituição de sua identidade sob o ponto de vista local (e étnico, embora tal debate não seja o foco deste artigo).

Isso nos remete à questão da subalternidade tratada por teóricos pós-coloniais como Chandra Talpade Mohanty (1984) e Homi Bhabha (1998). Sob esta ótica, embora não possua o mesmo lugar de fala privilegiado de outrem, o sujeito pós-colonial produz linguagens minoritárias capazes de operar deslocamentos e criar novos sentidos. Segundo a teórica *queer* Beatriz Preciado, tais autores estão distantes de uma posição que prega a impossibilidade de tradução da condição de subalternidade, uma vez que reclamam “o status de toda linguagem como fronteira, como em si mesma produto – sempre e em qualquer caso – de tradução de contaminação, de deslocamento” (CARILLO, 2010, p. 62).

Por outro lado, pensar na condição da subalternidade como intraduzível não exclui a possibilidade de enxergar um debate sobre subalternidade latente ou explícito em determinados contextos. Ao enfatizar a sua relação com as comunidades nas quais estão inseridas, as jovens em questão propõem uma ressignificação dos estigmas associados a estes espaços urbanos. De acordo com Valladares (2005), tais estigmas estão presentes desde o surgimento das favelas. Por meio de narrativas de diferentes sujeitos, como jornalistas e médicos sanitaristas, a favela se constituiu como um problema de estado e um local associado à marginalidade, percebido como um “território da violência e de uma sociabilidade avessa às normas e valores dominantes” (LEITE, 2012, p. 376). Desde as primeiras décadas do século XX, as favelas, particularmente no Rio de Janeiro, tornaram-se um problema a ser resolvido de acordo com discurso higienista, o reformismo progressista e o pensamento urbanístico em ascensão; tratava-se de acabar com o que o intelectual e empresário João Augusto de Mattos Pimenta definia como a “lepra da esthetica” (SIC) (VALLADARES, 2000, p. 17).

Herdeira da alcunha atrelada a estes espaços, a população favelada também enfrenta estigmas relacionados à pobreza. Neste sentido, cabe destacar a análise de Paugam (2003, apud PIZZIO, 2009, online) sobre o tema. Segundo o autor, a pobreza corresponde a um

status social inferior e desqualificado nas sociedades modernas, o que ocasiona marcas profundas na identidade daqueles que vivem tal experiência. O estigma, definido por Goffman como um atributo depreciativo capaz de reduzir o estimatizado a "uma pessoa estragada e destruída" (GOFFMAN, 1975, p. 6) estaria, dessa forma, relacionado à própria constituição das subjetividades dos sujeitos a ele relacionados. Ao relacionar essa noção com a questão da localidade, pode-se compreender por que é recorrente encontrar moradores de áreas menos privilegiadas que buscam uma aproximação com espaços mais privilegiados<sup>10</sup> na tentativa de escapar de uma avaliação estigmatizada sobre si.

Não é o caso, porém, das *it girls* das favelas cariocas, que buscam construir uma narrativa sobre si e sobre seus bairros que se distancia dos estigmas recorrentes. Ao analisar os modos pelos quais a ideia de localidade é construída a partir de posts no Instagram, concordamos com Santos (1996) sobre o papel da técnica como um conjunto de instrumentos utilizado pela sociedade para construir a relação entre ser humano e natureza e entre ser humano e ser humano, produzindo o que o teórico caracterizava como espaço geográfico. Nesta direção, podemos pensar na interação entre os sistemas técnicos que possibilitam a postagem em um SRS – como o próprio Instagram – e os sujeitos que o utilizam como parte de um processo que une sistemas de ações e de objetos para a produção do local. Nesse sentido, buscamos atentar para o papel de mediação que tais sites exercem em performances identitárias ligadas à esfera do consumo, discussão que faremos a seguir.

### **III. Consumo e performances identitárias e(m) sites de redes sociais**

Ao observamos perfis de sujeitos em SRS entendemos que ocorre nesses espaços um processo não necessariamente de “representação” de si mesmo(a), mas sim de *performatização* de um certo *self* que se busca construir, conforme defendido em outro lugar (POLIVANOV, 2014). A noção de performance enfatiza, conforme propõem Schechner (2006) e Goffman (2009), o saber (ou não), por parte dos atores sociais, usar determinados códigos sociais e culturais de comportamento, a fim de influenciar ou convencer uma certa audiência sobre algo – como um traço identitário ou um papel social – que se deseja transmitir através de uma persona. No caso dos SRS, trata-se não só de uma “audiência imaginada” ou “intencionada” (BOYD, 2011), composta pelos usuários que

---

<sup>10</sup> Tal associação é favorecida pela localização de algumas favelas na Zona Sul do Rio de Janeiro, como Rocinha e Santa Marta. As favelas são localizadas, respectivamente, em São Conrado e Botafogo, bairros de classe média e classe média alta. A figura do morador de favela que menciona apenas o bairro em referência ao local de moradia é recorrente no imaginário e no cotidiano dos cariocas.

“seguem” ou são “amigos” de determinado perfil, mas também de uma audiência – esta menos perceptível – que são os próprios algoritmos e sistemas que regem os SRS, que colhem e analisam os dados postados. Nesse sentido, reforçamos que não se pode pensar em identidade sem levar em consideração seu par, a alteridade, a figura do “outro” para o qual performamos, seja ele um sujeito ou objeto, mais ou menos aparente para o performer.

Com isso queremos chamar a atenção para as particularidades das construções identitárias em SRS de modo que entendamos o que está em jogo na performance de @isismac no Instagram, tanto em termos de apresentação de si mesma quanto do local de onde fala, a comunidade da Cidade de Deus. Apontamos, assim, algumas premissas que nos parecem fundamentais nesse processo:

- a) As dinâmicas de performatização de si em SRSs se dão a partir da mediação dos próprios sites e objetos que utilizamos para acessá-los (como computadores e *smartphones*), estando sujeitas, portanto, às “dinâmicas materiais” que se dão em mídias digitais (CASTANHEIRA, POLIVANOV E MAIA, 2016). Isso envolve, por exemplo, desde os filtros possíveis que se pode escolher para as fotos que são publicadas no Instagram – o que irá afetar a composição e performance da imagem que se quer criar, seja de si mesmo ou de uma localidade – até, de modo mais amplo, o que se pode e não se pode publicar nessas plataformas, de acordo com suas políticas de uso e códigos éticos.
- b) Tal performance se dá sempre para o olhar alheio, sem que isso necessariamente corresponda a uma superexposição dos sujeitos, e não se dá de forma aleatória. Isto é, por um lado, há mais valores e disputas em jogo do que apenas o exibicionismo, como o empoderamento, autoafirmação, sociabilidade, dentre outros. Por outro lado, em diferentes momentos as performances dos sujeitos (e dos objetos) irão se alterar de acordo com seus interesses e públicos “intencionados”, não se dando de forma indiscriminada e randômica.
- c) As performances cotidianas, sejam elas *on* ou *off-line*, estão atreladas à esfera do consumo, através da qual buscamos definir, a partir da apropriação e / ou afiliação a uma série de bens, serviços, ideias etc. quem somos (CAMPBELL E BARBOSA, 2006). A especificidade dos ambientes digitais dos SRS é que eles podem deixar visíveis e “indexáveis”, para uma ampla audiência, nossos gostos e rastros de consumo, o que parece ser um capital simbólico particularmente relevante para blogueiras e instagramers no campo da moda.
- d) Em geral, boa parte dos atores sociais busca construir, nos SRSs, personas que sejam críveis, em uma busca – sempre sujeita a rupturas e desencaixes – por um ideal de



“coerência expressiva” entre seus *selves on e off-line* (PEREIRA DE SÁ E POLIVANOV, 2012). Tal ideia pode se relacionar também a uma busca por “autenticidade”. Como afirmam Haimson e Hoffman, “a natureza performativa da autenticidade é refletida nas escolhas que os usuários têm que fazer [em SRS] relacionadas à abertura pessoal ou informacional” (2016, p. 3, tradução nossa). Contudo, para além dessa concepção de autenticidade, apontamos outras duas: no sentido de se mostrar “singular”, autêntico/a por ser diferente dos demais, e no sentido de ser visto/a como “real”, “natural”, “autêntico/a”, em oposição a uma suposta extrema digitalização e manipulação de imagens, muito comum nos SRSs.

É a partir de tais premissas que buscaremos analisar o perfil da *it girl* Isadora no Instagram, levando em consideração, neste trabalho, mais os aspectos de uma dimensão cultural e simbólica da performance da jovem do que uma dimensão material, o que deverá ser feito em trabalhos futuros.

#### **IV. Análise do perfil @isismac: entre representações de si e da favela**

Em nossa incursão pelo universo das *it girls* das favelas, selecionamos, após pesquisas preliminares, três jovens moradoras de favelas que se autodenominam e foram reconhecidas por diferentes meios de comunicação como *it girls*. Dado o volume de dados coletados, foi necessário concentrar a atenção nas postagens de apenas uma das jovens. Tendo como critérios primordiais a frequência de atualizações e o número de seguidores, decidimos analisar as postagens de Isadora Machado, de 17 anos, moradora da Cidade de Deus. Também nos chamou a atenção o fato de que a própria Isadora se autodenomina *it girl* em sua biografia disponível no site<sup>11</sup>. Embora a amostragem seja restrita e certamente não dê conta das múltiplas dimensões do fenômeno, consideramos adequada para a análise proposta.

O perfil de Isadora no Instagram, @isismac, conta com mais de 6.300 seguidores (e em torno de 600 perfis que ela segue) e mais de 800 publicações, desde a primeira, que ocorreu em 27 de setembro de 2013. No total, foram coletados para esta pesquisa 270 posts ao longo do período observado. Devido às limitações de tempo e espaço, procuramos analisar a construções identitárias do local e da jovem em detrimento de outros elementos

<sup>11</sup> Na sessão onde o/a usuário/a do Instagram pode deixar informações sobre si mesmo, @isismac traz o seguinte texto, junto a alguns emoticons de estrela, unicórnio e seta: “It Girl. 17 (referência à sua idade). RJ – Cidade de Deus / Twitter: IsisMbs / Snap (referência ao SRS Snapchat): IsisMac. <https://www.facebook.com/isadora.machado.3950>”.



que poderiam ser abordados, como as interações com os seguidores e os índices de popularidade na rede. Tais elementos poderão ser analisados em investigações futuras.

Em um primeiro olhar sobre as postagens, destaca-se a autoconfiança da jovem, que se mostra orgulhosa de sua aparência, seu estilo e suas origens. Pensando o estilo de vida enquanto uma noção que vai além do “consumismo superficial” – embora esteja atrelada a padrões de consumo e de comportamento (GIDDENS, 2002) –, argumentamos que o diálogo com o universo das *it girls* têm papel importante em um processo de empoderamento ligado ao gênero, raça e classe social das jovens em questão.

Entre os elementos que evidenciam escolhas realizadas pela jovem para se filiar ao universo das *it girls* estão figurinos, poses (muitas vezes imitando editoriais de moda) e discursos – Isadora utiliza em todos os seus posts a *hashtag* #itgirl, reforçando seu pertencimento à categoria. É possível pensar nessas construções enquanto marcas de uma auto-reflexividade (idem) continuamente reelaborada pelos sujeitos contemporâneos. Entre os assuntos mais abordados durante o período analisado, observamos “looks do dia” e *selfies* com mensagens de exaltação à beleza, sobretudo da mulher negra. Trata-se de escolhas que revelam uma narrativa pautada pela “coerência expressiva” (SÁ E POLIVANOV, 2012) de jovens que se afirmam como referências de moda importantes dentro e fora de suas comunidades de origem.

Retornando ao uso de *hashtags*, praticamente todos os posts coletados apresentavam as mesmas, a saber: #Irgirl, #tlers, #follow, #tags4like, #like4like. A escolha dos termos em inglês e a repetição denotam uma ênfase na busca por conexões com uma rede mais ampla no Instagram, uma vez que as *hashtags* são utilizadas com frequência pelos seus usuários. Além disso, tais elementos também parecem contribuir para a percepção da jovem como alguém conectada às últimas tendências do site, o que reforça a sua intenção de se apresentar como uma *it girl*.

O primeiro passo da análise, verificar a frequência de posts relacionados à periferia, revelou que menções diretas ou indiretas à Cidade de Deus e ao Morro do Vidigal foram feitas em 89 imagens, ou 33% do material coletado. O número dá a dimensão da importância do vínculo comunitário para as atualizações da jovem, uma vez que as menções registradas fazem parte de contextos diversos, como momentos de lazer, encontros familiares e, sobretudo, *selfies*. Após a exclusão de imagens muito semelhantes que apareciam em sequência, chegamos a 34 posts para análise mais detalhada. Com base neste

material, procuramos entender de que forma se dão as representações da favela e da própria Isadora e qual a importância deste vínculo na construção identitária da jovem no site.

Nas dez imagens clicadas em ambientes externos selecionadas, a favela aparece por geolocalização e cenário; são imagens registradas em ambientes com muros de reboco aparente, chão de cimento, prédios do conjunto habitacional. O cenário, tal qual a maior parte das fotos publicadas no site, emoldura momentos felizes, como a família reunida ou o encontro com os amigos. Além do sorriso aberto, as legendas das imagens reforçam a representação da felicidade exposta nos cliques, com frases como "dia feliz" e "de boa aqui na minha felicidade", conforme mostra a figura 1 abaixo.



Figura 1: Mensagens positivas e postura confiante. Local: Cidade de Deus.

Em duas outras das imagens analisadas, existe uma associação mais aparente com o mundo da moda, percepção acentuada pelas poses escolhidas. Os cliques foram realizados no morro do Vidigal, favela na zona sul do Rio de Janeiro famosa pela intensa vida cultural e pela realização de festas que atraem pessoas de toda a cidade e turistas. Neste contexto, os grafites do Vidigal em evidência nas imagens parecem reforçar um vínculo com o *street - style*, amplamente valorizado e reconhecido no mundo da moda<sup>12</sup>.

Destacamos ainda o alto número de curtidas: os registros foram curtidos, em média, 163 vezes, o que indica que a face construída pela jovem tem sido legitimada por seus seguidores.

<sup>12</sup> Nascido a partir de subculturas juvenis que começaram a ganhar expressão nos anos 1950 e 1960, o *street-style*, ou estilo de rua, surgiu como "um movimento de subversão na moda" (HINERASKY, 2012, p. 100) capaz de congrega grupos sociais diversos, legitimando a rua como o espaço de visibilidade e autenticidade para núcleos sociais periféricos.

Nas imagens em ambientes externos, o semblante é mais sensual e o cenário reforça a ideia de que as imagens revelam a intimidade da jovem. Não por acaso, a maior parte das imagens selecionadas (14) foi clicada dentro de um mesmo quarto. Dois posts selecionados apresentam vídeos no mesmo local: tratam-se de registros da jovem cantando músicas também relacionadas de certa forma à noção de periférico: "Zero", de Liniker, e "Baile de Favela", de MC João<sup>13</sup>.

Além das expressões faciais e corporais, as legendas escolhidas para os posts reiteram o discurso de confiança e autoestima: entre elas, destacamos "tranquilidade" e "sou a minha própria estrela". Ressaltamos ainda que, embora a jovem faça uso dos filtros característicos de imagens do Instagram, as escolhas parecem privilegiar uma estética mais naturalista – ainda que baseada no apelo *vintage* pelo qual o Instagram se popularizou. Tais opções se repetem inclusive nas outras imagens selecionadas para a amostragem, nas quais ela aparece ao lado do pai, pronta para sair ou deitada no chão.

Considerando que as *it girls* são reconhecidas pela influência sobre os estilos de vida de seu público – como afirma matéria do site *GShow*, “uma verdadeira it-girl oferece às suas fãs não só um modelo de estilo, mas um conceito de vida a ser seguido”<sup>14</sup> –, nos cabe perguntar que tipo de conceito é transmitido a partir do perfil da *it girl* analisada e qual o papel da localidade neste contexto.

Para além dos números que mostram o percentual relevante de menções à Cidade de Deus nas postagens, destacamos que a comunidade não aparece apenas como cenário para as imagens; diversos registros não apresentam vínculo claro com a localidade, que surge a partir da geolocalização. Se levarmos em conta que tal recurso pode ser ativado e desativado com facilidade – a própria Isadora não o ativa em outros momentos – trata-se de um indicativo importante sobre o vínculo com a comunidade como um elemento relevante para a construção identitária da jovem no site.

Essa relação, contudo, não é pautada por estereótipos atrelados aos principais estigmas ligados à periferia. As ideias de carência e ausência, tão comuns a representações sobre a pobreza, dão lugar à criatividade, ousadia e confiança, requisitos para a construção

---

<sup>13</sup> Além de questionar os padrões normativos de gênero, Liniker se intitula “bicha, preta e pobre” em suas aparições na mídia e prega o empoderamento de minorias, sobretudo gays e negros. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1754532-bicha-preta-e-pobre-atinge-12-milhao-de-views-na-rede.shtml>. Acesso em 14. jul 2016. Já “Baile de Favela” é um funk conhecido por nomear bailes funk realizados a céu aberto em periferias de São Paulo, também conhecidos como “fluxos”.

<sup>14</sup> “Do closet de casa para o mundo! Entenda o que é uma it-girl”. Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/sangue-bom/Fique-por-dentro/noticia/2013/04/do-closet-de-casa-para-o-mundo-entenda-o-que-e-uma-it-girl.html>. Acesso em 14 jul. 2016.

de uma ideia de autenticidade em torno do conceito de *it girl*. Nesse sentido, retornamos ao que foi dito acima sobre a concepção de autenticidade enquanto singularidade, por um lado, destacando-se de outras meninas que não seriam tão criativas e “únicas” como Isadora, e como ideal de “veracidade”, a partir do momento em que ela não esconde suas “raízes” na comunidade, ao contrário, utiliza delas para reforçar sua identidade.

A violência, estigma relacionado particularmente à favela, não é mencionada uma única vez. Contudo, cabe mencionar a postagem feita no dia 15 de maio de 2015 (ver figura 2 abaixo), na qual se vê Isadora sorrindo sentada em um banco, possivelmente na Cidade de Deus, e à qual foi sobreposto um desenho de coração seguido da palavra “FAVELA”. Na legenda da foto ela afirma: “Apesar de tudo, eu amo o meu lugar <3 #MADEinfavela, #ItGirl”, dentre outras hashtags já mencionadas. Aqui nota-se uma menção indireta e vaga aos problemas da comunidade (“apesar de tudo”), ainda que o tom seja de afirmação de amor pelo lugar e não há haja qualquer indicativo negativo quanto ao mesmo na imagem. A alegria e as experiências positivas são reiteradamente enfatizadas – seguindo o que parece ter se constituído como elemento importante dentro do universo de imagens publicadas no Instagram.



Figura 2: Jovem reconhece problemas da Cidade de Deus, mas reforça sua conexão com o bairro.

É interessante ressaltar que apesar de obedecerem a padrões estéticos característicos da rede, as imagens postadas não ocultam elementos associados à pobreza. Pelo contrário, valorizam aspectos como paredes descascadas, corrimão feito de canos, crianças correndo na rua e portas manchadas. A partir dessa observação, uma hipótese de pesquisa, que deverá ser investigada em trabalhos futuros, é de que tais elementos contribuem para que a face construída pela *it girl* em questão seja reconhecida como mais autêntica, conforme aventado. Ainda, ao retratar tais elementos a partir de enquadramentos e poses que

dialogam com o universo das *it girls* de maneira mais ampla, uma nova narrativa sobre o local é construído e, retomando os argumentos de Santos (1996) e Appadurai (2004), os próprios espaços são ressignificados. Ao mesmo tempo, não se pode deixar de problematizar que as poses e enquadramentos que aparecem na maior parte das fotos dialogam diretamente com o universo “*mainstream*” da moda.

Ao comparar as postagens analisadas com as de outras *it girls* que se tornaram celebridades em SRS, como Niina Secrets (@niinasecrets) e Camila Coutinho (@camilacoutinho), pode-se considerar ainda um desdobramento dessa hipótese. Enquanto as *it girls* “tradicionais” postam com frequência elementos que se tornam objetos de desejo como roupas e sapatos de grife, jantares em restaurantes badalados e viagens, o perfil analisado busca dialogar com esse universo a partir de outras referências. Uma delas, possivelmente, surge a partir do vínculo com saberes/valores locais. Neste sentido, o diálogo com o que podemos chamar de cultura globalizada das *it girls* aparece como uma alternativa não apenas de visibilidade para sujeitos periféricos, mas para a constituição de linguagens fronteiriças. Pautadas pelo cosmopolitismo estético, tais narrativas apresentam o nível de complexidade característico dos cruzamentos entre global e local, sobretudo a partir do acesso à internet. Mais do que conferir um caráter de resistência aos sujeitos subalternos, apresentam um potencial questionamento das narrativas hegemônicas – afinal, o que significa ser uma *it girl* na contemporaneidade?

## V. Considerações finais

Procuramos discutir de que formas as filiações ao universo das *it girls* pode representar uma positivação das representações da mulher negra e moradora das favelas no Brasil, trazendo visões não estigmatizadas sobre as mesmas, a partir da análise do perfil de Isadora Machado. Podemos pensar nas construções identitárias analisadas enquanto exemplos do deslocamento proposto por Hall (2003) acerca da identidade na modernidade tardia do “ser” para o “tornar-se”. Para o autor, embora esteja relacionada a determinadas condições de existência que incluem recursos materiais e simbólicos, a identificação é sempre condicional. Trata-se, portanto, de sujeitos que não estão presos a status fixos, embora vinculados a determinadas tradições.

Ao reforçar seu pertencimento a comunidades que ainda sofrem com a estigmatização como parte da performatização de um *self* exibido em SRS, as *it girls* da periferia reivindicam um lugar de fala por meio de estratégias que dialogam, ainda que em

posição desigual, com dinâmicas de consumo expressivas na contemporaneidade. Nos termos de Canclini (2008), reconstróem as suas identidades culturais por meio de processos de hibridação. Neste processo, atuam ativamente na reconstrução de seus bairros de origem, uma vez que dão visibilidade a questões que fogem aos estigmas da violência e pobreza atrelados a eles. Também cabe destacar que a mescla entre inspirações “tradicionais” do universo da moda e a criação de novas referências que ditam tendências dentro e fora das favelas – como cabe a uma *it girl* – explicita um diálogo pautado por atravessamentos complexos e dinâmicos entre local e global. Paralelamente, questiona e tensiona os limites envolvidos nesta relação, uma vez que problematiza a questão dos sujeitos que podem se deslocar com maior facilidade entre essas duas instâncias, como aqueles relacionados ao universo da moda.

Por outro lado, é importante destacar que o acesso a determinados fluxos culturais globais é irregular, feito de impedimentos e desigualdades, tal como destaca Appadurai (2004). E, embora a nossa análise tenha se concentrado em um perfil vinculado a um site de rede social, existem diversos outros atores envolvidos na rede de significações que confere às jovens em questão o status de *it girl*, sendo importante investigar futuramente as diversas interações entre elementos humanos e não humanos que contribuem para a consolidação destas “representações”.

## REFERÊNCIAS

- APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização** – A modernidade sem peias. Lisboa: Teorema, 2004.
- BHABHA, H. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.
- BOYD, D. Social Network Sites as networked publics: Affordances, Dynamics, and implications. In: PAPACHARISSI, Zizi (Ed.). **A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites**. London: Routledge, 2011.
- CAMPBELL, C.; BARBOSA, L. (orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos** – Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- CARILLO, J. **Entrevista com Beatriz Preciado**. Revista Poiésis, n. 15, p. 47-71, jul. 2010.
- CASTANHEIRA, J.; POLIVANOV, B.; MAIA, A. Does code dream of stuff? Dinâmicas materiais em mídias digitais. **Anais do XXV Encontro Anual da Compós**, Goiânia, 2016.
- GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2002.



- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- GOFFMAN, E. **Estigma** - Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro, Zahar, 1975.
- HAIMSON, O; HOFFMANN, A. Constructing and enforcing “authentic” identity online: Facebook, real names, and non-normative identities. **First Monday**, vol. 21, n. 6, jun 2016.
- HINERASKY, D. **O fenômeno dos blogs street-style: do flâneur ao “star blogger”**. Tese. Doutorado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS. Porto Alegre, 2012.
- LATOUR, B. **Reassembling the Social: an introduction to actor-network-theory**. New York: Oxford University Press, 2005, 301p.
- LEITE, M. P. **Da "Metáfora da Guerra" ao projeto de "Pacificação": Favelas e Políticas de Segurança Pública no Rio de Janeiro**. Revista Brasileira de Segurança Pública, v. 6, n. 2, ago/set 2012.
- MOHANTY, C. Under Western eyes: Feminist scholarship and colonial discourses”. In: BRYDON, D. (Org). **Postcolonialism: Critical concepts in literary and cultural studies**. v. 3, pp. 1183-1209. London/New York: Routledge. 2000 (1984).
- PINHO, O. **Etnografias do brau: corpo, masculinidade e raça na reafirmação em Salvador**, Estudos Feministas, Florianópolis, janeiro-abril/2005, 13(1): 127-145.
- PIZZIO, A. **Desqualificação e qualificação social: uma análise teórico conceitual**. Revista Mal-estar e Subjetividade. V. IX, nº1, p.209-232. Online, 2009.
- PEREIRA DE SÁ, S. P.; POLIVANOV, B. **Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais**. Salvador: Contemporânea - Comunicação e Cultura, v. 10, n. 3, set/dez 2012, pp. 574-596.
- POLIVANOV, B. **Dinâmicas Identitárias em Sites de Redes Sociais: Estudo com Participantes de Cenas de Música Eletrônica no Facebook**. Rio de Janeiro: Luminária, 2014.
- REGEV, M. **Pop-rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism in Late Modernity**. Cambridge: Polity Press. 2013.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: HUCITEC, 1996, 308 p.
- SCHECHNER, R. **Performance Studies: An Introduction**. 2 ed. New York & London: Routledge, 2006.
- TROTTA, F. **Entre o Borrvalho e o Divino: a emergência musical da "periferia"**. Revista Galaxia v. 13 n. 26. São Paulo: PUCSP, 2013.
- VALLADARES, L. **A gênese da favela carioca**. A produção anterior às ciências sociais. Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2000, vol.15, n.44, pp.05-34.