



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

ESTOU ONLINE - A EXTIMIDADE E O PROCESSO DE MEDIATIZAÇÃO EM UM INSTABLOG DE MODA TERESINENSE

I AM ONLINE - THE EXTIMACY AND THE PROCESS OF MEDIATIZATION IN ONE FASHION INSTABLOG THERESINENSE

Ioná Raquel Bath Shalom Nunes¹

Paulo Fernando de Carvalho Lopes²

Resumo: O presente artigo reflete como o processo de mediatização pode transformar as formas de interação social. Para isto será feita a análise do instablog de moda Bacana Maneiro. A exposição da intimidade no espaço virtual é uma das consequências numa sociedade em vias de mediatização, uma vez que a evolução dos meios de comunicação através do avanço tecnológico, reformulou também as formas de interação. O fácil acesso à internet (PAESANI, 2013) prepara o terreno para que a intimidade seja exposta e converta-se em *extimidade* (SIBÍLIA, 2016), (TISSERON, 2001), o privado perde o valor, e outras formas de ser e estar no mundo surgem e começam a prevalecer na sociedade. Percebe-se que essas modificações contribuíram para misturar as linhas entre espaço público e privado (ARENDDT, 2007; SENNET, 2015; ROCHA, 2012) e como consequência ambos são redefinidos. A mistura desses ambientes na plataforma virtual é uma das ações resultantes do processo de mediatização. O conceito de mediatização é pensado a partir de Fausto Neto (2008), Braga (2009), Sanchotene (2009), Hjarvard (2012) e Hepp (2013) e ajuda a iluminar esta problemática. Para compreender a consequência dessas mudanças para as interações sociais, metodologicamente foi realizada uma análise netnográfica de um blog teresinense de moda. Foram empregadas técnicas empíricas de pesquisa realizadas na internet, em ambiente virtual durante um

¹ Jornalista. Graduada em Comunicação Social - habilitação Jornalismo. E-mail: iona.nuness25@gmail.com

² Professor doutor da linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo do Mestrado em Comunicação da UFPI. Membro efetivo do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Jornalismo (NUJOC). Coordenador do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Discursos (JORDIS). E-mail: pafecalo@ufpi.edu.br



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

determinado espaço de tempo, investigando e observando o comportamento e o conteúdo difundido pelas blogueiras na rede social. A análise do Instablog Bacana Maneiro se deu através da conta das blogueiras na rede social *Instragram*, foi observada ainda a postura das blogueiras na rede social e suas formas de interação.

Palavras-chave: Mediatização; Instablogs; Interação social; Intimidade; *Extremidade*.

Abstract: The present article reflects how the process of mediatization can transform the forms of social interaction. For this will be made the analysis of fashion instablog Bacana Maneiro. The exhibition of intimacy in virtual space is one of the consequences in a society in the process of mediatization, since the evolution of the media through the technological advance, also reformulated the forms of interaction. The easy access to the internet (PAESANI, 2013) prepares the ground for intimacy to be exposed and converted into eximity (SIBILIA, 2016), the private loses value, and other ways of being and being in the world arise and begin to prevail in society. It is noticed that these modifications contributed to mix the lines between public and private space (ARENDR, 2007; SENNET, 2015; ROCHA, 2012) and as a consequence both are redefined. The mixing of these environments in the virtual platform is one of the actions resulting from the process of mediatization. The concept of mediatization is from Fausto Neto (2008), Braga (2009), Sanchotene (2009), Hjarvard (2012) and Hepp (2013). To understand the consequences of these changes for social interactions, a netnographic analysis of a fashion blog was methodologically performed. Empirical research techniques were carried out on the internet, in a virtual environment for a certain period of time, investigating and observing the behavior and content disseminated by the bloggers in the social network. The analysis of Instablog Bacana Maneiro was through the account of the bloggers in the social network Instragram, was also observed the position of the bloggers in the social network and their forms of interaction.

Key-words: Mediatization; Instablogs; Social Interaction; Intimacy; Extimacy.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

1. Introdução

Uma importante revolução tecnológica marca a sociedade contemporânea, desencadeando o avanço dos meios de comunicação e modificando as formas de sociabilidade. Essa mudança de ambiente empodera a mídia de tal forma, que sua influência atinge tanto a sociedade como a cultura. O desenvolvimento tecnológico propiciou a mudança nos meios de comunicação e redefiniu as formas de interação. A perceptível interferência midiática nas práticas culturais, nas relações sociais e no comportamento humano ocorre a partir de um processo nomeado de mídiatização (HJARVARD, 2012).

Uma vez que não se pode negar a atuação crescente da mídia, o intuito é compreender como a mídiatização transformou a experiência de interação social (THOMPSON, 2002), mais especificamente no ambiente da moda através da relação de internautas com Instablogueiras de moda.

A exposição da intimidade no espaço virtual é característica de uma sociedade em vias de mídiatização. O fácil acesso à internet (PAESANI, 2013) prepara o terreno para que a intimidade seja exposta e converta-se em *extimidade* (SIBÍLIA, 2016), o privado perde o valor, e outras formas de ser e estar no mundo surgem e começam a prevalecer na sociedade. Percebe-se que essas modificações contribuíram para misturar as linhas entre espaço público e privado (ARENDRT, 2007; SENNET, 2015; ROCHA, 2012) e como consequência ambos são redefinidos.

A proposta deste artigo é entender como em uma sociedade em vias de mídiatização pode-se identificar formas de interação social a partir do Instablog de moda: Bacana Maneiro. Metodologicamente, foi feita uma análise netnográfica que emprega técnicas empíricas em ambiente virtual durante um determinado tempo, investigando e observando o comportamento e o conteúdo difundido pelas blogueiras na rede social.

2. Conceito de Mídiatização

Embora o termo mídiatização não seja unívoco e já exista há algum tempo, porém, apenas recentemente os pesquisadores se dedicaram sobre ele a fim de especificá-lo. No entanto, muitos dos estudos desenvolvidos a seu respeito não foram suficientes para uma



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

definição universal. As primeiras pesquisas efetuadas são em torno da função das mídias de massa e como estas administram os recursos comunicativos. Atualmente, esse conceito é empregado para identificar a importância da mídia no âmbito cultural e social, esclarecendo como ela os tem influenciado. Neste sentido, entende-se que está ocorrendo uma midiatização da sociedade, na qual essa última, é dependente da mídia e de sua lógica.

Braga (2009) afirma que é difícil identificar o momento em que a expressão surge e começa a ser aplicada, mas que nos últimos 10 anos ela tornou-se um objeto central de estudo. Esse termo, começa a ser utilizado com intuito de apenas indicar a forte presença da mídia na sociedade. De acordo com o autor, a palavra “midiatizada” precede esse termo, partindo da concepção de que estamos inseridos em uma sociedade midiatizada ou mesmo midiática. Ele vai além e alega que a midiatização ou os processos midiáticos, abrangem eventos que ocorrem mesmo quando não se está defronte a mídia.

Outros pesquisadores datam a gênese do processo de midiatização desde que a imprensa surgiu, em meados do século XV. Para eles, este fato histórico viabilizou o aparecimento de uma tecnologia capaz de veicular informação para a sociedade de um modo nunca visto antes. Este foi o ponto inicial para a legitimação dos meios de comunicação como uma presença forte na sociedade, que permite a comunicação entre um número maior de indivíduos e com um alcance global.

O sociólogo e professor John B. Thompson é um dos estudiosos que percebe a midiatização como gatilho para o desdobramento da sociedade moderna. De acordo com o sociólogo, a midiatização transformou a face de uma sociedade agrária e feudal e ajudou a engendrar instituições modernas, como o Estado, o setor público e a ciência. Thompson cita como exemplo de midiatização a invenção da imprensa no século XV, o surgimento da tecnologia facilitou a difusão da informação sem fronteiras e possibilitou que inúmeras pessoas interagissem e se comunicassem a distância. (THOMPSON, 2002).

Aqui, abordaremos a midiatização como Hjarvard (2012) nomeou: o conceito-chave para perceber e compreender as transformações que estão ocorrendo nos meios de comunicação, e principalmente nas interações sociais entre os indivíduos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

O desenvolvimento acelerado dos meios, provocou alterações no que diz respeito a compreensão da sociedade e das interações humanas. A partir daí a mediatização é usada para caracterizar as mudanças acarretadas pela expansão dos meios técnicos e relacioná-las com as transformações socioculturais. No geral, a mediatização é entendida como o rápido avanço da influência da mídia na sociedade contemporânea, como ela englobou a sociedade em sua lógica.

O conceito de mediatização é o pilar fundamental para entender como a mídia influencia e propaga essa influência para outras instituições e campos, fazendo com que processos culturais e instituições sociais mudem a sua estrutura, função e caráter ao se depararem com a mídia. A onipresença da mídia em todas as esferas e instituições sociais, deve-se ao fato de que ela, atualmente é um componente indispensável para uma boa gestão das mesmas. Deste modo, pode-se testemunhar uma dualidade: a mídia é parte da sociedade e cultura e simultaneamente é uma entidade autônoma que intervém nas instituições culturais e sociais, enquanto comanda uma interação mutualística.

De acordo com Sanchotene (2009), observa o avanço do processo de mediatização na sociedade, a partir do momento em que esta última converteu-se de midiática para mediatizada. Esse processo está presente em uma cultura pós-moderna que possui lógicas e operações de caráter midiático inseridos na vida em sociedade, estes por fim, concebem novos modos de funcionamento e organização social. Esse cenário não permanece o mesmo, a sociedade midiática renova-se constante e intensamente em todos os âmbitos e atualmente, devido a essas transformações, ela é compreendida como mediatizada.

Ainda segundo Sanchotene (2009), a metamorfose que a “sociedade dos meios” sofre em detrimento da “sociedade mediatizada”, acarretou em uma determinada consequência: a ruptura do contato direto entre os sujeitos, devido ao surgimento da mídia. Os meios ampliam sua influência e passam a exercê-la também, em outros campos, atuando nos bastidores do desempenho simbólico e discursivo de inúmeras práticas sociais. Deste modo, a mediatização provoca mudanças tanto nos modos de pensar, como nas raízes culturais que reconfiguram as características que identificam as experiências sociais. A sociedade contemporânea é atravessada por tais mudanças.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Fausto Neto (2008) afirma que a formação da sociedade atual, o estilo de vida adotado pelos indivíduos contemporâneos e as formas de interação são transformados pela união de agentes sociotecnológicos, e estes foram espalhados de acordo com o manuseio social e a lógica de oferta.

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura da mídia (FAUSTO NETO, 2008, p.4).

Ou seja, a convergência da tecnologia com os modos de sociabilização modificaram as formas de interação na contemporaneidade, isso é chamado de midiatização. Identificamos aqui sociedade contemporânea como midiatizada, nela a cultura midiática é o que determina o modo de ser da própria sociedade.

Quanto ao fato da mídia intervir ou não na sociedade, Hjarvard (2012) sugere que este questionamento não é feito com tanta frequência. O que realmente gera divergência entre os estudiosos do tema, é quanto ao grau e ao caráter dessa influência.

Pouco se dúvida de que as novas mídias influenciam e transformam as relações sociais e culturais, incluindo os velhos formatos midiáticos, de maneiras variadas, ainda que existam discordâncias quanto ao grau e o caráter dessa influência, e opiniões ainda mais divergentes quanto às consequências positivas ou negativas das novas mídias (HJARVARD, 2015, p. 2).

Um jogo de tabuleiro como a dama ou xadrez, acontece originalmente entre duas pessoas que ocupam o mesmo espaço físico. Hoje, se uma pessoa deseja entreter-se com um dos jogos e não tiver companhia, ela pode fazer isso com o auxílio de um *software* instalado em seu computador. Baseando-se neste exemplo, é possível assimilar que a midiatização acontece de duas formas: direta e indireta.

A primeira, diz respeito a uma atividade que não necessitava de mediação e agora, transmutou-se em mediada, precisa da interação com o meio. As partidas são feitas não só contra o computador, sujeitos que se encontram a quilômetros de distância um dos outros, tornam-se adversários nestes e em outros jogos via internet. As várias possibilidades deste tipo influenciam tanto o contexto cultural que o jogo acontece, como também a experiência de jogá-los.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

A segunda refere-se ao fato de um serviço, no tocante a seu formato, conteúdo ou ordem, ser induzido a utilizar símbolos ou ferramentas midiáticas. Inúmeras campanhas publicitárias investem no “compre isto e leve aquilo”, meninas são o principal alvo, por exemplo: da *Hello Kitty*. Elas são levadas a comprar a sandália da marca, não pelo prazer de ter um calçado e sim, para ganharem a bolsa que vem como um brinde. O poder dos meios de comunicação nesse contexto cultural, em que o atrativo não é a sandália e sim o acessório que a acompanha, é o responsável por essa inversão.

Hepp (2013), defende que para compreender o processo de mediatização é preciso conhecer as duas correntes ou tradições de estudo que o permeiam: institucionalista e socioconstrutivista. A primeira percebe a mídia como uma instituição a beira da emancipação, com uma lógica só sua. Já a socioconstrutivista, se volta para as práticas da comunicação, sem excluir as relações com a mídia digital e com a comunicação pessoal, concentrada nas transformações que estão acontecendo no âmbito cultural e social.

Embora, divergentes, essas duas correntes defendem que a partir da interação social o processo de mediatização pode ser explicado. A interação social é derivada do interacionismo simbólico, que é o conjunto de símbolos significantes, como gestos e palavras que um grupo de pessoas compartilha e interpreta da mesma forma.

Diante do que foi explicado, a mediatização pode ser conceituada como um processo que estuda de modo crítico, mudanças em duas esferas: mídia e comunicação, e na cultura e sociedade. Este conceito pode ser aplicado em inúmeros subcampos de estudo da mídia como a política, religião, ciência, sociedade e cultura, inclusive, estudiosos da área o utilizam em áreas diferentes.

Múltiplos entrecruzamentos entre mídia e sociedade que têm produzido, hoje, transformações importantes no modo de presença dos atores sociais individuais e coletivos na contemporaneidade, nas práticas diárias, nas relações, na cultura e na identidade deles, nas relações, na cultura e na identidade deles (SGORLA, 2009, p. 62).

Segundo Hjavard (2012), a mediatização possui a mesma lógica da mediação, mas existe uma diferença entre esses dois conceitos. A mediação é a comunicação sendo veiculada por um determinado meio, em um contexto social específico. Já a mediatização, refere-se a algo mais demorado, que se estende por anos, no qual tanto os modos de



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

interação como as instituições socioculturais sofrem mudanças, devido a extensão da influência dos meios de comunicação.

É possível que o pesquisador dedicado ao estudo da mediação, se depare com uma fonte de vastas informações, no que se refere ao papel exercido pelas mídias nas práticas comunicativas. Para entender como a sociedade e a cultura são mudadas com a utilização de novas mídias, é preciso voltar-se para o processo de mediação, já que sozinha, a mediação não altera a relação entre mídia, sociedade e cultura (HJAVARD, 2012).

3. A intimidade e a soberania da extimidade

A etimologia da palavra intimidade aponta sua origem do latim, *intimus*, derivada de íntimo. A intimidade é definida como todo tipo de atividade que era possível se desenvolver em um local privado – um ambiente que também era doméstico e íntimo. O pudor era preservado, tinha-se o decoro em altíssima estima, estar em evidência era considerado vulgar. A única forma de adentrar nesses âmbitos privados que resguardavam a intimidade alheia, era cultivando amizades para então fazer parte do círculo social, o que fomentaria visitas.

Em 1928, a escritora Virginia Woolf, foi convidada para dar uma palestra em uma universidade para mulheres, lá ela foi questionada sobre por que as mulheres não conseguiam escrever bons romances. A autora respondeu que era pela falta de um quarto só delas. De acordo com Sibília (2016), a escritora defendeu que necessário um ambiente silencioso e invisível ao público, ou seja, um espaço privado da casa para que o *eu* morador se sinta à vontade e apareça.

As novas mídias unidas a explosão da internet permitem a exibição da intimidade em rede. Sibília (2016) comenta que após o desmoronamento dos muros que separavam o âmbito público do privado na sociedade industrial, torna-se visível nada menos que a intimidade de cada um e qualquer um. Nesse quadro, abre-se espaço para novas configurações da subjetividade contemporânea. Se antes, utilizavam a técnica da introspecção para conhecer a si mesmo, a nova técnica é completamente o oposto: as pessoas são impulsionadas a se mostrarem visando chamar a atenção do olhar do outro.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

É exatamente neste ponto da história que o conceito de *extimidade* ganha sentido. A sociedade contemporânea é movida pelo “aparecer online para existir e ser”; me exponho online, sou visto e logo, existo. Ou seja, é preciso que eu torne a intimidade *éxtima*.

A substituição do prefixo “in” pelo “ex” nos permite pensar em uma faceta exteriorizada da intimidade, marcando, com isto, a paradoxal condição que é falar de algo historicamente ligado ao “lá dentro”, mas que, agora, sofre mutações e se manifesta no “lá fora” (MATTOS, 2015, p. 80).

Neste sentido, a *extimidade* pode ser vista como uma espécie de espelho, que reflete a inúmeros pensamentos, subjetividades, ou seja, os aspectos íntimos de alguém. Este mesmo alguém compartilha com os demais a sua interioridade e tende a se reafirmar por meio do olhar externo que o julga e o determina, além de ajudá-lo a formar quem ele é.

Com a ajuda do aparato tecnológico e da internet, a intimidade foi ressignificada, agora é chamada de *extimidade* e pode ser visualizada por uma comunidade online global. A sociedade contemporânea é movida pelo “aparecer online para existir e ser”: estou online, logo existo.

A aparência e a visibilidade, anteriormente tidas como uma pseudo exteriorização do *eu*, demarcam o papel da vida interior na construção da subjetividade moderna. Simultaneamente, a privacidade contida no ambiente familiar começa a diminuir, visto que o indivíduo está esvaziando o armazenamento interior do fundamental e verdadeiro, oculto aos olhares externos. Ocorre um deslocamento dos eixos do *eu*, algo que Sibília (2016) nomeia de mutação subjetiva, os eixos são impulsionados para fora do conforto interior rumo ao exterior, ou seja, tornam-se visíveis aos outros. Um deslocamento do quarto para as telas negras de computadores e celulares, das paredes de concreto do lar para uma *extimidade* com direito a edição nas redes.

Vários indícios levam a pensar num conjunto de alterações bem radicais, que afetam os próprios mecanismos de constituição de subjetividade e que estão nos diferenciando daquelas configurações mais antigas. Um olhar atento à genealogia desses processos poderá detectar, por toda parte, uma fatura de sinais dessa mutação, múltiplos sintomas de um distanciamento com relação a um modelo de eu que marcou uma época, mas que agora está se esfalecendo. Ou que, pelo



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

menos, parece se metamorfosear de forma gradativa, embora veloz e pertinaz (SIBÍLIA, 2016, p. 127).

As novas ferramentas como smartphones e páginas online “fornecem um convite a confissão” (MATTOS, 2015), um lugar onde qualquer pessoa tem a liberdade de contar segredos. É partir daí que novas formas de subjetivação são produzidas, subjetividades visíveis que estão em busca de comentários, curtidas e compartilhamentos. Essa comunidade online torna-se uma espécie de plateia faminta pela intimidade alheia.

A midiatização parece ter preparado o terreno para que a *extimidade* fosse regada e florescesse, a influência marcante da mídia sobre a sociedade e a cultura chegou até a intimidade e lhe deu um novo significado. Os artefatos técnicos são apenas resultados de processos históricos complexos que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos. Deste modo, as tecnologias foram inventadas para exercer funções essenciais que a sociedade demanda e para tal, precisa-se de instrumentos apropriados. Criados e adotados pela população, acabam reforçando as transformações e colaboram para suscitar outros efeitos no mundo.

4. *Instablog Bacana Maneiro*

As irmãs Mariana e Laura Medeiros são as responsáveis pelo Instablog Bacana Maneiro. Elas acabaram transformando um *hobbie* em um trabalho sério. A primeira publicação no instaInstablog foi em maio de 2014 e obteve apenas 39 curtidas, com a conta do Bacana Maneiro ativa há três anos de lá para cá o público mudou e cresceu. Para expandir o alcance do Instablog e ter o seu trabalho reconhecido, as irmãs Medeiros investiram nas estratégias de midiatização. Antes as postagens não eram organizadas e quando aconteciam, não passavam de quatro vezes por mês.

O perfil do Bacana Maneiro evoluiu para um negócio rentável, o que não significa que as blogueiras expõem abertamente sua vida no Instablog. Para elas, estar online é necessário, porém, expor a intimidade de uma maneira regrada é mais importante, é por isso que elas administram tanto a conta do Instablog como uma pessoal.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Quanto as estratégias de visibilidade adotadas pelo Instablog entre elas estão o uso de *hashtags*, são palavras-chave ou ainda termos relacionados a imagem, vídeo ou texto publicado que antecedem o símbolo “#”, conhecido em nosso país como “jogo da velha”. No *Instagram*, elas geralmente são utilizadas em um comentário logo após uma publicação. Por se tratar de um Instablog de moda, o Bacana Maneiro possui *hashtags* padronizadas e que são relacionadas com o universo da moda. O uso dessa estratégia permite que pessoas de outros países, continentes visualizem o conteúdo referente, desde que elas acessem alguma das *hashtags* citadas na postagem.

Isso possibilita uma conexão entre as pessoas que rompe com tempo e com o espaço, pois não importa quão antiga seja a publicação, ela pode ser recente para quem a encontra através de uma *hashtag*, o que ajuda a aumentar o número de visualizações e curtidas. Mais importante do que criar laços, estabelecer relacionamentos com os fãs e seguidores, é ser visto por eles. Não se mantém contato com desconhecidos para que eles se tornem seus amigos, a exibição em telas de computadores e celulares possui apenas um objetivo: ser popular. Se antes, as formas de sociabilização eram feitas através de diálogos e conversas presenciais, hoje elas são marcadas pela intervenção de dispositivos midiáticos e visando apenas ser notado virtualmente.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Recentemente, o aplicativo *Instagram* acrescentou o chamado *stories* como um recurso a mais para o seu usuário. Nele o cliente, posta fotos/vídeos/textos que ficam visíveis durante 24 horas. Esse recurso oferece algumas ferramentas como *emojis*, texto colorido, localização e inclusive permite o uso de *hashtags*. Atentas aos recursos disponibilizados pela rede social, as Instablogueiras dizem que é de extrema importância utilizá-los para aumentar não somente o número de visualizações do Instablog Bacana Maneiro, mas também de seguidores. Elas contaram que existe uma troca mútua entre elas e outras Instablogueiras. Essa estratégia permite que os seguidores vejam seus comentários no *feed* uma das outras, o que conseqüentemente os levará a visitar os Instablogs e logo se tornarão consumidores assíduos do conteúdo que disponibilizam em suas páginas. É uma forma de ser visto e de atrair novos seguidores.

Figura 1 - Fonte: Instagram. Permissão de print cedida pela autora.

Estamos sempre comentando nas fotos das nossas amigas Instablogueiras e vice-versa, porque logo vai aparecer aos amigos delas. É importante soltar o dedinho, curtir, comentar, aparecer de alguma



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

forma nas redes sociais, porque quem não é visto não é lembrado. Com a localização do stories, um vídeo pode chegar a mil visualizações a mais do que um outro em que não coloquei. A gente usa dessas estratégias para valer para realmente dar uma engajada (MARIANA MEDEIROS, 2017).



Figura 2 - Fonte: Instagram. Permissão de print cedida pela autora.

Estamos vivendo um momento em que a tecnologia faz parte de nossos hábitos, ela se incorporou de tal forma no cotidiano da sociedade contemporânea que as estratégias de exibição em rede tornaram-se naturais. Qualquer sujeito é afetado direta e indiretamente pela mídia e sua lógica, a sua infiltração das pessoas desempenha uma função elementar no cotidiano de cada uma delas. Ainda que o perfil do Bacana Maneiro seja profissional, o que as moças estão buscando ao tornarem-se adeptas de inúmeras estratégias? Não é a visualização?

Outra estratégia do Instablog é o investimento em fotos, as Instablogueiras contrataram um fotógrafo para tirar foto delas com looks, acessórios. Há um investimento nisso, as fotos são profissionais e passam sempre por um processo de edição antes de serem publicadas. Mas não é só o desejo de oferecer dicas da forma mais sofisticada



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

possível que as motivam a utilizar essa estratégia, mas sim a procura por um grande número de *likes*.

O Bacana Maneiro, é uma página que está sempre antenada com a moda a fim de indicar os melhores e mais baratos produtos e lugares aos seguidores. Ao testarem em si os produtos que recebem, ao tirarem a prova se um local é realmente bom como diz ser, as blogueiras transmitem a ideia de que se preocupam com o bem-estar de quem as acompanha.

O que faz passar despercebido a publicidade que em inúmeros casos, elas são pagas para fazer no Instablog, é a linguagem coloquial e cheia de gírias da internet, passando a ideia de que é apenas mais uma indicação de “amigo para amigo”, como um diálogo. Um fator que contribui para que as seguidoras sintam como se possuíssem uma amizade com as Instablogueiras, é que elas receberam o apelido “seguilindas”. Isso também passa a impressão de intimidade e de uma conversa informal.



Figura 3 - Fonte: Instagram, 2015. Permissão de print cedida a autora.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

A maneira de escrever é leve, sem rebuscamentos, quase como uma conversa face a face. Quando se trata de expressões, as Instablogueiras de moda parecem ter uma linguagem própria, jargões inventados por elas mesmas que tornam-se uma espécie de linguajar comum entre todas as profissionais desse ramo que trabalham em redes sociais.

Mariana Medeiros contou que não compartilha sua intimidade no *Instagram* do Bacana Maneiro, porque acredita que não será algo proveitoso para o seguidor. A Instablogueira conta que restringe a intimidade e controla o que vai ser exibido, pois existe uma separação entre o pessoal e profissional. Apesar dessa afirmação, o que constata-se no Instablog é que as publicações com visualizações e curtidas são as que não há divulgação de produtos – seja por livre e espontânea vontade ou cumprimento de contrato. Ou seja, publicações bem recebidas pelos seguidores são as que trazem alguma informação relacionada a intimidade ou a personalidade das irmãs Medeiros.

Este fato não passou despercebido pelas blogueiras, que logo passaram a publicar mais fotos desprovidas de publicidade e com uma mensagem mais casual, encorpando quase uma espécie de “conselho” e motivação. Além de sempre deixarem uma pergunta ao final de cada texto, para que os seguidores sintam-se parte daquele universo, despertando neles o sentimento de que eles têm importância não somente para o andamento do Instablog, mas para as blogueiras como pessoas.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Figura 4 - Fonte: Instagram, 2015. Permissão de print cedida a autora.

Embora afirmem que a intenção do Instablog não é acumular *likes* e que não acham os acontecimentos de suas vidas relevantes para o seguidor, o que pode ser percebido é algo diferente. Desde que o aplicativo *Instagram* foi lançado, seus usuários despertaram em si uma outra fome: um grande interesse pela vida íntima de pessoas ordinárias.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais



Figura 5- Fonte: Instagram, 2015. Permissão de print cedida a autora.

As blogueiras não deixam de marcar presença no mundo virtual, pois não mostrar aos amigos e seguidores que tornaram-se amigos, quem ela é e o que acontece em sua vida está fora de cogitação. Mesmo que a conta pessoal de Mariana seja fechada, a busca pela notoriedade virtual está explícita, ainda que seja para um público selecionado. Ao que parece a *extimidade* restrita a um certo número de pessoas, torna-se uma válvula de escape para a visibilidade. É como se conta voltada para o Instablog fosse um espaço de performance, no qual elas compartilham com outros usuários suas invenções, gostos e particularidades, enquanto que em suas contas pessoais, elas podem ser quem são de verdade.

Mariana ofereceu um exemplo disso em entrevista, a ascensão do Instablog conquistou visibilidade não só para o trabalho que ela e irmã realizam, mas também para elas. A blogueira contou que comentar e curtir fotos de seguidores é algo comum e quando eles percebem que foram notados pelas moças do Bacana Maneiro, sentem-se honrados, como se estivessem falando com uma celebridade.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Nós estávamos saindo da casa da nossa avó, sem maquiagem e com óculos escuro no rosto e uma moça nos reconheceu e disse para gente que havíamos curtido a foto dela. As pessoas gostam de ter nossa curtida, as vezes eu comento em uma foto de alguém pelo meu facebook pessoal e elas se surpreendem. As pessoas gostam e sentem mais próximas de nós quando liberamos para todos algo da nossa intimidade (LAURA MEDEIROS, 2017).

A interação dos seguidores com o Instablog é intensa, além de pedir dicas no privado, eles acabam criando uma amizade virtual com as blogueiras através das postagens. As publicações revelando coisas íntimas ou não, trazem consigo a ideia de aproximação, os seguidores sentem-se como amigos por terem acesso a uma determinada parte de suas vidas.

5. Considerações

A partir da análise feita com o Instablog Bacana Maneiro, é evidente a interferência na mediatização na página. O desenvolvimento de aparelhos tecnológicos permite que a mídia atinja todas as esferas da sociedade contemporânea. Os dispositivos tecnológicos são parte da rotina de qualquer indivíduo, com isso desengatilha-se uma busca por visibilidade, o que leva as Instablogueiras a exporem regulamente sua vida pessoal.

Ao analisar o Instablog Bacana Maneiro, em suas publicações no *Instagram* é possível constatar interatividade entre blogueiras e os seguidores, e entre as blogueiras e outras profissionais do mesmo ramo. As trocas de curtidas, comentários e compartilhamentos em rede social não são apenas uma característica da interação mediada e sim novas formas de se comunicar e relacionar, com o objetivo de estabelecer uma relação de amizade virtual.

As irmãs Medeiros afirmam que exteriorizar no Instablog a intimidade para os seguidores não é algo relevante, mas por meio das publicações é nítido a ciência delas a respeito da importância que exibição da intimidade tem para os seguidores, pois transformaram-na em uma estratégia de fidelização dos mesmos. Através disso elas estreitam os laços virtuais com os seguidores, mas o principal é que aumentam o número de olhares voltados para o Instablog e para elas. A subjetividade delas é afetada pela



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

apropriação dos dispositivos tecnológicos e pela demanda de visibilidade que as acompanham.

Referências

ARENDDT, Hannah. **A Condição Humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BRAGA, José Luís. Mediatização: a complexidade de um novo processo social. **Revista do Instituto Humanistas Unisinos On-line**. Rio Grande do Sul, abr. de 2009.

FAUSTO NETO, Antônio. **Fragmentos de uma <<analítica>> da mediatização**. Revista Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, p.89-105, abr. de 2008. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/matrizess/article/view/38194/40938>>. Acesso em 25 de ago. de 2017.

HJARVARD, Stig. Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 29, n. 2, p.53-91, jan/jun de 2012. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/283499425_Mediatizacao_teorizando_a_midia_como_agente_de_mudanca_social_e_cultural>. Acesso em 01 de jun de 2017.

HJARVARD, Stig. **Da mediação à mediatização**: a institucionalização das novas mídias. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331>>. Acesso em 30 de ago. De 2017.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da “mediação de tudo”. **Revista Matrizes**. São Paulo, vl.28, n. 6, p. 615-629, dez. de 2013.

MATTOS, Carolina. **Extimidade virtual na conjugalidade**: um estudo sartriano sobre a nova perspectiva da intimidade. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/26515/26515.PDF>>. Acesso em 08 de set. de 2017.

PAESANI, Liliana. **Direito e Internet**: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ROCHA, Aline. Público e Privado: notas conceituais sobre a transformação da intimidade na internet. **Revista Intratextos**. Rio de Janeiro, vl. 4, n. 1, p. 103-125, 2012. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/intratextos/article/view/1191>>. Acesso em 22 de ago. de 2017.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

SANCHOTENE, Carlos. **A mediatização como processo de reconhecimento, legitimidade e prática social.** Disponível em: <www.revistas2.uepg.br/index.php/emancipacao/article/download/1069/834>. Acesso em 14 de set. de 2017.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público:** as tiranias da intimidade. Rio de Janeiro: Record, 2015.

SIBÍLIA, Paula. **O Show do Eu:** a intimidade como espetáculo. 2ª edição, revista. Rio de Janeiro: CONTRAPONTO, 2016.

SIBÍLIA, Paula. O universo doméstico na era da extimidade: Nas artes, nas mídias e na internet. **Revista Eco Pós.** v. 18, n. 1, 2015. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/2025>. Acesso em 21 de ago. de 2017.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o processo de mediatização. **Revista Mediação.** Belo Horizonte, v. 9, n. 8, jun de 2009. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/285>>. Acesso em 30 de ago. De 2017.

THOMPSON, John. **A Mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 5ª edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.