



## **#FOLLOW4FOLLOW: O INFLUENCIADOR DIGITAL NA CONSTRUÇÃO DA MODA E ESTILOS DE VIDA PARA ADOLESCENTES**

Mei, Paulina; PUC-SP, [mei.paulinamei@gmail.com](mailto:mei.paulinamei@gmail.com)  
Oliveira, Ana Claudia Mei Alves de; PhD; PUC-SP,  
[anaclaudiamei@hotmail.com](mailto:anaclaudiamei@hotmail.com)

Na contemporaneidade, a maneira com que os adolescentes se vinculam é atravessada pelas redes sociais. As possibilidades de encontro e identificações não são delimitadas pelo território, mas pelas práticas culturais. Com o surgimento da Web 2.0, com uma cultura mais participativa, em que qualquer um pode operar como “co-criador” de conteúdos, surge uma figura emblemática, a do influenciador digital - ID. Diferente das celebridades, o ID estabelece uma relação de proximidade e suposta igualdade, pois seus conteúdos e linguagem estão próximos dos de outros usuários. O ID surgiu nos Blogs e Youtube, mas se consolidou no *Instagram*, aplicativo em que mais da metade dos usuários são jovens entre 13 e 25 anos. A necessidade de identificação e legitimação almejada pelos adolescentes é viabilizada nesta rede, onde a imagem refletida de si nas fotos e vídeos encontra delineamentos na resposta do outro, na forma de curtidas, comentários, visualizações e compartilhamentos. E neste contexto, a moda difundida pelas influenciadoras digitais é consumida pelos adolescentes produzindo identificações maciças, em que as construções identitárias e de valores são apoiadas no consumo e no parecer. Fundamentadas na teoria da semiótica greimasiana desenvolvida por A. J. Greimas e nos alargamentos propostos por E. Landowski e A. C. Oliveira, pensamos os regimes de visibilidade, interação e risco na eleição do ID como referencial para a construção dos modos de presença no mundo.

**Palavras-chave:** Regimes de visibilidade; Identidade; Influenciador digital.