

“ÀS VEZES ROUPA FALSA, MAS NÓS SEMPRE VERDADEIRO”: FLUXOS DIGITAIS, CONSUMO DE MODA PIRATA E IDENTIDADES URBANAS E PERIFÉRICAS

Gabriela Rosa²

¹ GT 3 - Indústrias Midiáticas

² Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), gabrielarosa@gmail.com.

RESUMO

Este trabalho surge de uma inquietação a respeito das configurações e significados que podem ser e são atribuídos às variadas indumentárias. Dessa maneira, o interesse é investigar como produtos midiáticos que emergem de culturas urbanas e periféricas reverterem a lógica hegemônica que confere significado inferior à vestimenta falsa, em comparação com a original. Tendo em vista a profunda conexão entre a expressão de identidades e os modos de se vestir (SVENDSEN, 2010, p.20), aqui, se busca observar as maneiras que o consumo de roupas falsas ocorre e as representações do eu relacionadas às formas de existências contra-hegemônicas, como no funk e no hip hop. Assim, o que se pretende é compreender como indivíduos interpelam subjetivamente o vestir de forma a expropriar o valor atribuído às peças de roupa originais - vinculadas a aura (BENJAMIN, 1994) daquilo que é o verdadeiro -, possibilitando conceder novos entendimentos simbólicos sobre essas peças.

Com o auxílio de autores da Indústria Cultural e dos Estudos Culturais, se busca entender o que ocorre com a dimensão do consumo e o seu viés econômico que são revirados por uma nova configuração de compra e uso de itens de vestuário representada e ritualizada a partir de manifestações áudio e visuais de uma cultura. Posto isso, este trabalho vislumbra localizar videoclipes de músicas de funk e hip hop que abordam e mencionam o consumo de roupas falsas, dentro desse contexto midiático, com o objetivo de acessar os modos de se vestir associados à moda pirata que são influenciados por vivências que nascem ou são atravessadas por um ponto comum. De forma exploratória, revisar o que se entende como mercado de roupas de luxo/originais e como ele é tensionado por novas formas de adquirir e de se apropriar de bens em um contexto pós-moderno de construção de identidade (HALL, 2006).

Para operar teórico e metodologicamente, será proposto utilizar o conceito de vetor (GUTMANN, 2021), a fim de conectar os rastros e mobilizar os fluxos de imagens, sons, práticas sociais e culturais que tanto dizem a respeito dessa forma de consumo, como revelam a forma que esse consumo interpela essas existências. Diante da localização desses vestígios, analisar sob a perspectiva de Canclini (1999) e Woodward (2014) o que surge sobre as identidades, na tentativa de articular o consumo de roupas falsas às manifestações de si em um contexto coletivo de reconhecimento cultural. Tendo em vista o campo da formação da identidade como um terreno de disputa, este trabalho considera importante atentar sobre a dimensão da produção massificada de roupas piratas, em um contexto de varejo e globalização, em que mesmo expressões contra-hegemônicas podem operar diante de uma lógica que reforçam estruturas de ordem hegemônica.

Por fim, o que se almeja aqui é dar vazão a modos de vida que permitem tensionar concepções do senso comum que relegam o consumo popular e de roupas falsas a um lugar único de mimetizar e querer ser/ter, sem considerar as possíveis imbricações e complexidade da cultura e da fluidez da identidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, W. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In _____ *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165-196.

CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

GUTMANN, J. F. **Audiovisual em rede**. Derivas conceituais. Belo Horizonte, MG: PPGCOM UFMG, 2021.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

SVENDSEN, L. **Moda uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T.; HALL, S.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. 14. ed. Petrópolis - RJ: Editora Vozes, 2014. p. 7-20.