

A Construção das Performances Sociais de Adolescentes Obesas na Plataforma Digital Instagram

RESUMO

Este artigo tem como objetivo examinar os elementos componentes das performances sociais realizadas por adolescentes brasileiras obesas no Instagram, tomando como base reflexiva as regiões representacionais de frente/fundo, propostas por Erving Goffman. Os dados foram obtidos através da realização de entrevistas individuais semiestruturadas, analisados qualitativamente e agrupados em categorias que evidenciam os elementos performáticos que compõem as regiões representacionais e as respectivas interações ator-plateia, bem como o papel das adolescentes enquanto agentes produtoras de conteúdos e representações midiáticas próprias. Concluímos que o Instagram se configura em um espaço onde as adolescentes acessam e produzem conteúdos que lhes oferecem segurança e motivação para realizarem apresentações de si mais positivas, o que promove, de certa maneira, uma atenuação dos efeitos inibidores derivados do estigma da obesidade em seus comportamentos sociais perante os públicos/plateias que compõem suas práticas sociais.

Palavras-chave: Performance; Interações Sociais; Instagram

ABSTRACT

This article aims to examine the component elements of social performances performed by obese Brazilian adolescents on Instagram, taking as a reflexive basis the front/back representational regions proposed by Erving Goffman. The data were obtained through individual semi-structured interviews, qualitatively analyzed, and grouped into categories that highlight the performative elements that make up representational regions and the respective interactions between actor-audience, as well as the role of the adolescents as producers of their own content and mediatic representations. It is concluded that Instagram is configured in a space where adolescents access and produce content that offers them security and motivation to make more positive self-presentations, which somehow promotes an attenuation of the inhibitory effects derived from the stigma of obesity in their social behavior towards the publics/audiences that make up their social practices.

Keywords: Performance; Social Interactions; Instagram

JOSE CARLOS SANTOS RIBEIRO

Instituição/Afiliação
Universidade Federal da Bahia - UFBA

MARIANA MATOS NASCIMENTO OLIVEIRA

Instituição/Afiliação
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - UFBA
País Brasil

1. A CONSTRUÇÃO DAS PERFORMANCES SOCIAIS

As interações sociais se constituem em um importante componente no desenvolvimento e no exercício de diversas formas de organização social e de práticas de sociabilidade, já que, através delas, as relações são construídas, mantidas e integradas nas vivências cotidianas. Desse modo, ao interagirem, as pessoas incorporam e reproduzem códigos e condutas sociais que tendem a ser apropriados para o contexto no qual se encontram. Esse processo foi explicado pelo teórico Erving Goffman, que compreende, ao propor uma analogia entre os mecanismos que compõem as interações sociais e os elementos teatrais, que o indivíduo (enquanto ator social), tende a desempenhar um determinado papel com o objetivo de fazer com que os seus observadores (plateia) acreditem naquilo que está sendo mostrado na situação social vivenciada (GOFFMAN, 2016).

Assim, de maneira consciente ou não, as pessoas realizam performances sociais quando apresentam a si mesmas e suas atividades para outras, e ao fazê-las, buscam controlar as impressões que são formadas acerca delas. Nessa perspectiva, as performances se efetivam por meio da adoção de personagens que serão compostos conforme as relações sociais estabelecidas com os demais atores envolvidos em uma interação social, com o tipo e a disposição do cenário disponível e da plateia que os cercam (GOFFMAN, 2016; HOGAN, 2010; SMITH, 2006).

Um importante componente da performance social do ator é a fachada, ou seu equipamento expressivo. Segundo Goffman (2016), a fachada é constituída por aspectos materiais, compostos pelos cenários, e expressivos, que podem ser divididos entre aparência e maneira, responsáveis por sinalizar o status social e o posicionamento do ator dentro de uma interação. Dessa forma, a fachada construída e adotada pelo ator ajuda a definir a situação social não só para si, mas também para a própria plateia inserida na dinâmica social vivenciada. Nesse sentido, Polivanov e Carrera (2019, p. 80) salientam que a manutenção ou a destruição da fachada dependerá da habilidade do ator em “gerenciar o que deve ser mostrado e o que deve ser mantido oculto daqueles que participam da interação”.

Estabelecidos os elementos que compõem a performance, o indivíduo comunica informações sobre si através do exercício de sua expressividade através de duas modalidades: as expressões transmitidas e as emitidas. A primeira está relacionada à intencionalidade das ações, auxiliando a eficiência das interações por meio de signos conhecidos pela plateia, enquanto a segunda se relaciona aos atos involuntários e movimentos que parecem sintomáticos e não intencionais do ator, estando mais sujeita à interpretação da plateia (SMITH, 2006).

O palco onde a troca de impressões entre ator e plateia efetivamente ocorre localiza-se na chamada região representacional de frente, ou região de fachada (GOFFMAN, 2016). É nesse

espaço que as performances exercidas pelos atores tendem a incorporar os padrões exigidos pelos rituais de interação, utilizando, para isso, de diversos recursos sociais, como a polidez (para conversar com a plateia) e o decoro (para representar sabendo que pode ser visto ou ouvido pela plateia), elegendo quais aspectos e características do papel social escolhido serão ressaltados ou suprimidos (RIBEIRO, 2006).

Já a chamada região representacional de fundo corresponde, de acordo com Goffman (2016), aos bastidores da encenação, ao local no qual o ator pode abandonar ou afrouxar sua fachada, uma vez que é esperado que nenhum membro da plateia acesse esse espaço social. É nele que são construídas as características que serão apresentadas ao público na região de frente. Sousa e Ribeiro (2014) atentam para o fato de que as regiões representacionais não são rígidas, havendo uma correlação que depende de onde o indivíduo atua e de quem percebe e compartilha a cena ou a situação social vivenciada.

Ainda que tenha sido forjada em contextos não mediados por tecnologias digitais, tem sido possível estender a análise dos elementos que compõem a Teoria Dramatúrgica, proposta por Goffman, para ambientes como as plataformas digitais, a exemplo do Instagram (HONG; JAHNG; LEE; WISE, 2020; ORTH, 2016). Consideramos tais ambientes como palcos que, além de viabilizarem a exploração de diversas possibilidades interacionais, demandam dos usuários adaptações em suas performances sociais em função das particularidades características do contexto.

É preciso considerar também que uma série de estruturas, nem sempre visíveis aos usuários, sustentam estes palcos. Para Van Dijck (2013), as plataformas são sustentadas por pilares que se constituem em ecossistemas de meios conectivos que envolvem não apenas os usuários, mas também governanças específicas, estruturas tecnológicas, algoritmos, economia e modelos particulares de negócios. Nesse sentido, Bucher e Helmond (2017) atentam para as affordances que, ao comporem as interfaces destes espaços, trazem em seus diversos usos e apropriações características que envolvem o amplo ecossistema identificado por Van Dijck (2013), além de reconfigurarem e influenciarem as interações sociais ocorridas nestas ambiências.

Mesmo com as crescentes presenças e agências algorítmicas permeando as interações sociais em ambientes digitais (BEER, 2017; LEMOS; PASTOR, 2020; MACKENZIE, 2019), o ator social encontra-se cercado de possibilidades para manifestar informações expressivas. As demonstrações de expressividade em contextos como estes, nos quais incluímos o Instagram, podem ser percebidas através das descrições pessoais efetuadas de forma intencional pelos atores, como o nome do perfil, idade e ocupação, correspondendo às expressões transmitidas; enquanto as expressões emitidas podem ser identificadas por características mais sutis e contextuais (o estilo e a estrutura da narrativa, o vocabulário empregado etc.), assim como da

própria forma de gerenciamento de passagem dessas informações.

Compreende-se portanto que, assim como nos ambientes não mediados por tecnologias digitais, as interações ocorridas em contextos mediados, como aqueles associados às plataformas digitais, também incorporam valores reconhecidos pela sociedade, além de viabilizarem a manifestação de expressões identitárias construídas a partir da busca de maiores controles no manejo das informações transmitidas e de maiores liberdades no desempenho dos papéis através dos usos dos diversos recursos ali disponíveis.

Dessa forma, reconhecemos que as particularidades próprias desses espaços possibilitam a (re)configuração dos elementos que ajudam os atores sociais a comporem e a desempenharem suas performances. Assim, considerando a influência das características do contexto digital na composição do personagem, o objetivo deste artigo é analisar as performances sociais de pessoas que portam um estigma corporal relacionado ao peso em uma plataforma que prioriza apresentações pautadas na imagem (Instagram), tomando como base de reflexão as diferentes regiões representacionais propostas por Goffman (2016).

2. O INSTAGRAM COMO PALCO REPRESENTACIONAL PARA ADOLESCENTES OBESAS

As plataformas digitais estão incorporadas nas práticas e realidades sociais das pessoas, ampliando os processos interacionais vivenciados através da utilização dos recursos técnicos particulares oferecidos. Nesse contexto, destaca-se o Instagram, surgido em 2010 e criado com o intuito de permitir o compartilhamento de imagens entre os usuários, através da postagem de fotos ou vídeos na página principal de seus perfis (*feeds*). Além desta possibilidade de postagem, os usuários contam atualmente com recursos que ampliam e diversificam as formas e possibilidades de expressões sociais, ou seja, de performances sociais: no *reels*, por exemplo, as pessoas podem criar, assistir ou compartilhar vídeos curtos com o foco no entretenimento, enquanto no *IGTV* são disponibilizados vídeos de maior duração, nos *stories* existem conteúdos diversos que são expostos de forma efêmera (24 horas), no *direct messenger* é estabelecida uma ambiência para troca de mensagens privadas e chamadas de áudio/vídeo, no *shopping* são oferecidos produtos que possam vir a interessar o indivíduo, e na sessão *explorar* são sugeridos e direcionados tópicos que possam interessar ao detentor da conta.

Além disso, as particularidades técnicas presentes na plataforma oferecem recursos para

que os atores possam ter um certo controle tanto da seleção de quais pessoas poderão compor suas plateias, como por exemplo através da disponibilidade de tornar seus perfis públicos (onde qualquer pessoa poderá acessá-los) ou privados (onde há a necessidade da permissão dos usuários para que determinada pessoa possa ter acesso aos dados e espaços pessoais), quanto do gerenciamento sobre quais seguidores terão acesso a determinados conteúdos, a exemplo dos *Melhores Amigos*, recurso caracterizado pelo agrupamento de um grupo específico de usuários que poderá visualizar os *stories*.

Com as diversas possibilidades de interação entre ator e plateia, sendo as principais caracterizadas pelos comentários, curtidas e mensagens através do direct, o Instagram também se torna palco de trocas que envolvem a circulação de conteúdos negativos e depreciativos relacionados à prática de discriminação e preconceito com temáticas diversas, como aquelas veiculadas contra o corpo gordo. Atualmente, a plataforma possui uma política denominada *Anti-Bullying*^[1], que tenta punir esse tipo de comportamento prejudicial.

Uma das formas de discriminação presentes nos conteúdos circulados no Instagram é a gordofobia, que engloba em seu significado a aversão à gordura presente no corpo obeso, o medo excessivo de engordar e os variados meios de preconceito contra pessoas gordas, comumente percebidas como destoantes da forma corporal considerada ideal, atrelada à imagem de corpos magros, atléticos, jovens e esguios, segundo os padrões físicos, culturais e hegemônicos aos quais as pessoas são submetidas (PENAS; GERMANO, 2021).

Em contrapartida, o Instagram também abarca discursos e performances que reforçam estratégias de resistência e ativismo contra o padrão hegemônico do corpo magro como o adequado (MATOS, 2019). Conteúdos com esses objetivos podem ser encontrados através de agrupamentos promovidos por palavras-chave (*hashtags*) e costumam ser difundidos através de influenciadores digitais, de personalidades famosas, ou mesmo de perfis de marcas de produtos que se engajam na causa da promoção da inclusão^[2]. Segundo Aragão (2020), além do alto potencial de visibilidade, participação, interação e engajamento, mobilizações como essas promovem a emergência de um senso de apoio e admiração por parte de indivíduos considerados gordos.

Representando uma parcela significativa de usuários do Instagram, e vivenciando uma etapa de desenvolvimento na qual o corpo é percebido como um importante componente para a constituição da identidade, os adolescentes vivenciam intensas modificações corporais nessa fase. No caso das garotas adolescentes, as alterações ocorridas costumam gerar cobranças ainda maiores para que se encaixem nos padrões hegemônicos de beleza, como percebido por Lira, Ganen, Lodi e Alvarenga (2017).

Considerando então as particularidades que caracterizam esta etapa do ciclo vital humano, o fato de que as pressões para estarem incluídas em uma cultura que valoriza o corpo magro

recaírem mais fortemente para o sexo feminino, e este representar a maioria de usuárias de redes sociais (70%, conforme dados da pesquisa Tic Kids Online 2019), discutimos neste artigo a construção das performances sociais desempenhadas por adolescentes obesas, enfatizando suas agências enquanto usuárias que produzem conteúdo em uma plataforma digital cujo foco principal está na apresentação da imagem (Instagram), tomando como base a percepção de quais elementos performáticos compõem as regiões representacionais vivenciadas por jovens que não atendem às expectativas sociais de se portar um corpo magro.

3. MÉTODO

3.1 Participantes

Este estudo, de caráter qualitativo, exploratório e descritivo, contou com a participação de oito adolescentes usuárias do Instagram, todas consideradas obesas através do cálculo do Índice de Massa Corporal (IMC), selecionadas por meio de convites realizados por profissionais da área de educação e domiciliadas nas cidades de Salvador/BA e Feira de Santana/BA (ver Tabela 1). Por considerações éticas, as participantes tiveram seus nomes preservados.

Tabela 1 - Perfil das participantes

| Participante | Idade | Escolaridade | IMC | Cidade |
|----------------|-------|----------------|------|---------------------|
| Participante 1 | 13 | Fundamental II | 31,2 | Feira de Santana/BA |
| Participante 2 | 19 | 3º em curso | 37,5 | Feira de Santana/BA |
| Participante 3 | 19 | 2º completo | 39,8 | Feira de Santana/BA |
| Participante 4 | 19 | 2º em curso | 36,7 | Salvador/BA |
| Participante 5 | 20 | 3º em curso | 37,9 | Salvador/BA |
| Participante 6 | 20 | 3º em curso | 32,0 | Feira de Santana/BA |
| Participante 7 | 20 | 3º em curso | 30,1 | Feira de Santana/BA |
| Participante 8 | 21 | 3º em curso | 30,1 | Feira de Santana/BA |

3.2 Instrumentos e Procedimentos

Para a coleta de dados, foi utilizada a técnica de entrevistas individuais, a partir de um roteiro de entrevista semiestruturado composto por perguntas que visaram identificar os principais elementos considerados pelas adolescentes obesas para construir suas performances sociais na plataforma digital Instagram. As entrevistas foram realizadas em locais escolhidos

pelas participantes e tiveram duração média de trinta minutos^[3].

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após as etapas iniciais de organização e classificação sistemática dos dados, agrupamos as respostas obtidas em três categorias analíticas: (1) Elementos performáticos componentes da região representacional de fundo, (2) Elementos performáticos componentes da região representacional de frente e (3) Elementos performáticos componentes das interações entre ator-plateia.

4.1 Elementos performáticos componentes da região representacional de fundo

Sendo a região de fundo o local que abriga os elementos que irão compor a apresentação do ator e o espaço onde o mesmo se prepara para realizar sua performance (GOFFMAN, 2016), adotamos as definições de Krämer e Winter (2008), de que, no Instagram, a região de fundo corresponde ao ambiente, inacessível à plateia, no qual são empregados esforços exercidos pelos usuários na elaboração de atividades e conteúdos que serão apresentados nos microespaços disponibilizados pela plataforma (como feeds, stories, reels e espaços destinados para comentários). Alguns exemplos de ações ocorridas nos bastidores seriam a organização dos dados pessoais que são expostos e o tempo gasto na edição de fotos ou na escrita de uma legenda que tenha como finalidade promover uma determinada impressão específica sobre o ator.

Nesse sentido, questionamos as adolescentes sobre o que costumam levar em consideração para construir seus perfis no Instagram. Percebemos que a maioria das entrevistadas valorizam a foto do perfil e a organização do feed. Para obter resultados positivos e desejados, recorrem a outros aplicativos que as auxiliam na edição de imagens, na elaboração de cronogramas de postagens e na composição das cores presentes nos conteúdos, por exemplo. De maneira geral, a escolha pela imagem do perfil parece demandar algum esforço adicional ou uma produção mais elaborada, como as falas abaixo demonstram:

“A minha foto principal, se eu não me engano, foi a primeira vez que eu fiz aquelas maquiagens profissionais, sabe? (...) Eu fiz aquela maquiagem e ficou diferente. Fica aquela coisa totalmente montada, aí tirei, ficou legal e deixei um tempão” (Participante 8).

“O sol de três horas é bom, então corri para o sol, o olho fechando e eu abrindo, assim, forçando, e vamos tirar foto. E aí, quando eu fui ver, as fotos foram ficando boas (...). E também

eu descobri meus ângulos. Eu fiquei três horas no espelho um dia pra procurar um ângulo bom pra foto” (Participante 2).

No que tange às edições, percebemos que, na percepção das adolescentes, modificações no corpo não apenas não são utilizadas, como também se evidencia um repúdio declarado a quem faz, uma vez que essa ação é compreendida como negação da realidade, especialmente daquela associada à própria condição física. Entretanto, práticas de ajustes na iluminação das imagens protagonizam algumas das preocupações das usuárias, sendo este item considerado relevante e passível de edição, uma vez que é apontado como um dos principais fatores que fazem com que uma foto seja qualificada como boa ou não. Tal achado parece corroborar a explicação de Goffman (2016) sobre o cenário como um dos pilares que sustentam a fachada do ator, pois as respostas obtidas apontam que a formação dos aspectos cênicos que compõem o cenário da performance (dentre eles, a iluminação) se constitui em um processo significativo para as adolescentes entrevistadas, ultrapassando os limites dos recursos oferecidos pelo próprio Instagram, como demonstram as seguintes falas:

“Não costumo usar os efeitos do Instagram não, eu gosto de outros aplicativos de edição de fotos, de... não vou dizer profissionais, mas aquele que dá pra gente mexer na luz, sabe? Deixar o efeito mais legalzinho. Mas só esse tipo. Não uso nada que mude pele, nem corpo, nem nada do tipo” (Participante 7).

“Só uso pra editar foto. Só. Mas não no corpo, nada de mexer no corpo. Só pra botar a luz, pra ajudar na foto, pra engajar mais a foto, mas não mexo no meu corpo, porque se eu mexer, eu vou estar passando uma mentira para as pessoas, o que eu não gosto” (Participante 2).

Deste modo, tal como ocorre com em contextos de interações face a face, as performances sociais realizadas em plataformas digitais, e mais especificamente no Instagram, também evidenciam a presença de região representacional de fundo, de acesso restrito para outros usuários. Esta região representacional contém elementos e práticas que os atores consideram que não devem ser expostos para a plateia (eventuais edições na iluminação de uma imagem, usos de filtros, preparos específicos para uma foto, por exemplo), uma vez que esse desvelamento poderia envolver o risco de rupturas na fachada adotada e exigir do indivíduo movimentos de reparação, como explicado por Goffman (2016) ao tratar das vulnerabilidades nas quais um ator pode estar inserido ao se engajar em uma apresentação.

4.2 Elementos performáticos componentes da região representacional de frente

Todas as adolescentes entrevistadas demonstraram satisfação com suas performances. Notamos, entretanto, que essa boa avaliação parece ser algo relativamente recente para elas, já que foi percebido nas entrevistas que as apresentações realizadas eram, em um passado não muito distante, costumeiramente gerenciadas de modo a esconder o corpo tanto quanto fosse

possível. Considerando que a representação típica do corpo gordo na mídia, de forma geral, como sinônimo de inadequado, engraçado ou feio (Justo, 2016), suscite frequentemente manifestações de comentários negativos e preconceituosos (Araújo et al., 2018), torna-se compreensível que as performances realizadas na região de frente por pessoas obesas costumem ser permeadas por um gerenciamento de impressões cuidadoso no sentido de minimizar os possíveis efeitos negativos que a representação imagética corporal, derivada da condição particular de obeso, possa trazer para os atores sociais envolvidos.

Por outro lado, nossos dados apontam que a forma como a qual as adolescentes obesas usam e se apropriam das diversas possibilidades técnicas e sociais do Instagram para realizar suas performances parece promover a reconfiguração de algumas representações negativas costumeiramente associadas ao corpo gordo, uma vez que elas sentem que, na plataforma, a possibilidade de exercerem controles significativamente maiores, tanto da composição das plateias quanto dos cenários, aparências e maneiras (Goffman, 2016), facilita a construção e a circulação de imagens que acentuam aspectos e símbolos de empoderamento e de segurança com os próprios corpos.

Um importante elemento que assegura não apenas a realização da performance, como ajuda a embasar uma fachada social de segurança com o próprio corpo, é o senso de representatividade facilmente encontrado pelas usuárias no Instagram. As adolescentes entrevistadas relataram seguir personalidades e influenciadores com uma condição corporal similar, sendo que algumas chegam a compartilhar seus conteúdos, encontrar com maior facilidade marcas e empresas que priorizam tamanhos grandes e seguir grupos que costumam divulgar ações contra o preconceito e a discriminação ao corpo gordo através da promoção e da circulação de *hashtags* temáticas, por exemplo.

Para as adolescentes entrevistadas, é através do retorno fornecido pela plateia que a sensação de conquista com o objetivo pretendido e a valorização da própria imagem podem ser mensuradas. Em ambientes não mediados por tecnologias digitais, essa resposta é compreendida por Goffman (2016) como trabalho de face, que consiste em um acordo entre os atores para que os valores sociais positivos atribuídos à fachada proposta possam ser mantidos, havendo necessidade de legitimação pelos demais. Assim, mesmo em espaços digitais, como no Instagram, o reconhecimento dos atributos positivos do personagem facilita para que a plateia forme boas impressões e que os objetivos da performance sejam alcançados. As falas seguintes demonstram este fenômeno:

“Eu tirei uma foto bonita e postei ali, e as pessoas gostaram, comentaram, curtiram, então isso me faz bem” (Participante 7).

“Eu me sinto bem, né? Tipo assim: “Pô, a galera gostou” e tudo mais. “Olha isso, a galera tá gostando do que eu tô postando, estão me aceitando” (Participante 6).

“Me sinto bem e eu gosto bastante também porque eu trabalho, eu vou, me arrumo, me maquio, procuro roupa, ando em rua pra achar a roupa legal pro lugar, e eu gosto de estar fazendo isso pra levantar minha autoestima e das pessoas também. E eu gosto bastante de curtida” (Participante 2).

A repercussão do trabalho de face percebido através das performances realizadas pelas adolescentes no Instagram parece apresentar uma maior segurança social quando o retorno vem de uma plateia familiar, composta por parentes e amigos próximos. Possivelmente, o maior controle do público dificulta críticas para o ator ou mesmo descobertas de rupturas nas representações (GOFFMAN, 2016). Para as entrevistadas, o retorno social negativo no Instagram é representado pela ausência de interações/engajamentos das pessoas que têm acesso ao conteúdo postado, como é possível perceber através das seguintes falas:

“Eu revejo o conceito, o que é que tem na foto... porque o Instagram às vezes é uma... uma foto você tem altas curtidas, outras fotos é pouco, então a gente tem que também ver o conteúdo; eu olho meio o conteúdo que eu posto” (Participante 4).

“Aí eu fico triste, eu fico me sentindo meio feia. Eu me sinto estranha. É como se tivesse alguma coisa de errado comigo. Meu corpo, minha cara” (Participante 1).

As falas das participantes ilustram a influência das interações sociais na autoestima dos adolescentes (BEE, 1997; WALKER; GREENE, 1986). Percebe-se que essa ação também ocorre em plataformas digitais, conforme demonstrado em diversos estudos (FIORAVANTI; DÈTTORE; CASALE, 2012; VALKENBURG; PETER; SCHOUTEN, 2006; dentre outros). Sendo assim, tal como ocorre em contextos de interação face a face, cuidados com a escolha dos elementos que irão compor a performance são adotados não apenas para preservar a fachada (GOFFMAN, 2016), mas também para não causar danos às suas próprias autoestimas. No Instagram, identificamos nas entrevistas uma série de estratégias de evitação de respostas negativas da plateia por parte das entrevistadas: revisão do conteúdo do que foi exposto, arquivamento, modificação do horário ou mesmo a exclusão de determinada postagem. Com isso, percebemos que as preocupações com os aspectos e práticas que compõem a performance na região de frente também envolvem o ocultamento do fracasso à plateia e a modificação da linha adotada na performance até então.

Um outro aspecto explorado por Goffman (2016) que pode ocorrer no curso de uma representação é a possibilidade do falseamento das informações. É possível perceber através das falas das adolescentes entrevistadas que esse recurso é utilizado (e aceitável) apenas para manter a fachada como alguém bem-humorado e feliz, o que parece ser imperativo entre os usuários do Instagram (FERRAREZI, 2016; FREITAS, 2017); sendo abominado para outros fins, como, por exemplo, para a edição do corpo nas imagens:

“Eu não gosto de mentir sobre a pessoa que eu sou e também não coloco efeito nas minhas fotos” (Participante 1).

“Eu acho que talvez possa ser quando a gente quer mostrar que a gente tá bem, mesmo a gente sabendo que não tá. Ou quando a gente quer fazer drama mesmo” (Participante 3).

“Eu acho que em questão de humor. Que eu tô bem o tempo todo, quando na verdade, nem sempre eu tô assim. Acho que isso é uma informação falsa. É porque, tipo, quando você tá ali no Instagram e tem uma quantidade de seguidores, as pessoas esperam que você esteja sempre de uma forma, entendeu? Tipo, às vezes, quando você não tá ali... às vezes, eu nem tô a fim de postar stories, mas tô lá postando. Porque é algo, tipo assim... para poder manter a imagem no Instagram” (Participante 6).

Compreendemos então que a região representacional de frente costumeiramente vivenciada no espaço social do Instagram, tal como em outros ambientes, exige do ator a adoção de estratégias para sustentar sua fachada e obter seus objetivos para com a plateia, a fim de definir a situação e manter a fluidez das interações sociais. Ressaltamos que não foram percebidas nas respostas das participantes relações diretas com os aspectos negativos da obesidade nas performances realizadas na região de frente, o que não significa necessariamente que não existam, mas sim que não parecem ser relevantes para serem expostas no decorrer das apresentações realizadas perante o público.

4.3 Elementos performáticos componentes das interações entre ator-plateia

Tendo o Instagram como palco (enquanto região de frente), compreendemos que cada atividade realizada pelas adolescentes obesas nas ambiências disponibilizadas pela plataforma corresponde a uma performance, já que esta ação revela traços de si e permite que a plateia tenha a percepção do que esperar e de como agir com o ator (GOFFMAN, 2016), ainda que, como explicado por Ribeiro e Braga (2012), as impressões nas quais se acredita que estão sendo formadas não obrigatoriamente condizem com a forma na qual os outros efetivamente lhe percebam.

Nesse sentido, já foi demonstrado que ser percebido por um viés positivo pela plateia auxilia a obtenção dos objetivos que o ator possa vir a ter com uma interação (LEARY, 2019; SCHLENKER, 1980), mesmo em ambientes digitais (BULLINGHAM; VASCONCELOS, 2013; CARRERA et al, 2017). Para isso, os atores contam com algumas estratégias, como a colaboração da própria plateia (trabalho em equipe) ou a segregação da mesma (GOFFMAN, 2016).

Em ambientes digitais, os usuários costumam utilizar os recursos disponibilizados pelas ambiências para exercer um maior controle sobre quem irá compor sua plateia, selecionando quem poderá visualizar determinado conteúdo, quem será considerado um seguidor ou quem terá restrições de acesso aos perfis, por exemplo. Para as adolescentes obesas, foi percebido por Matos (2019) que o gerenciamento da plateia permite que conteúdos ou comentários ofensivos não cheguem até elas com facilidade, o que lhes proporciona mais segurança para se apresentarem no Instagram.

Durante as entrevistas, a composição da plateia se mostrou uma preocupação da maioria das adolescentes. De acordo com os relatos, possuir maior controle de quem acessa os conteúdos de seus perfis as motiva a encontrarem alternativas de monitoramento de seguidores em outros aplicativos. Essa estratégia de monitoramento lhes transmite a sensação de controle da plateia, o que corrobora com a proposição de Goffman (2016) de que esta é uma importante estratégia de segurança para a manutenção da fachada. As falas seguintes demonstram esses pontos:

“Eu vejo quem tá me seguindo ou não (...) Meu Instagram privado é bloqueado, então dá pra eu ter um controle” (Participante 6).

“Monitoro. Eu baixei um aplicativo e aí você vê quem deixou de te seguir e quem te segue, e quem você não segue e te segue, e vice-versa, essas coisas. É legal, porque você controla, assim, de certa forma. Porque se a pessoa deixou de te seguir, ela não quer te ver por algum motivo. Será que você fez alguma coisa, desagradou de alguma forma, ou que você postou alguma coisa ofensiva?” (Participante 8).

A fala da Participante 8 acima ilustra um exame que os próprios atores podem realizar de suas performances, sejam em contextos digitais ou não, demonstrando que os receios por possíveis ações que possam desagradar a plateia permeiam e norteiam, na maioria das vezes, as atividades desempenhadas. Sendo a falta de curtidas, de comentários ou de seguidores importantes termômetros de desempenhos não satisfatórios das performances sociais no Instagram, observamos, na fala das participantes, uma tendência de retorno à região de fundo para não apenas preparar suas apresentações, como também para avaliá-las visando um desempenho de performances mais assertivas e mais direcionadas ao atingimento dos objetivos pretendidos.

Considerando os recursos de interação oferecidos pela plataforma que facilitam a obtenção de respostas da plateia (espaço para comentários, curtidas e reações rápidas e animadas, por exemplo), percebemos que existe, por parte das entrevistadas, a percepção destes retornos como constatações de aceitação e de alcance dos objetivos. No entanto, as adolescentes também relataram que as preocupações relativas aos feedbacks sociais vêm diminuindo, fato que pode ser justificado pela força e alcance que os recentes movimentos promotores da aceitação corporal têm tido para com pessoas que portam condições físicas que as estigmatizam, como as obesas, o que certamente contribui para apresentações de si mais seguras no Instagram (MATOS, 2019). As falas seguintes ilustram essas vertentes:

“Em algumas publicações, sim, outras, não. Porque algumas publicações eu prezo muito que as pessoas vejam aquela publicação, então... (...). Tem que ter um bom engajamento pra mostrar, pra marcar que eu tenho conteúdo” (Participante 4).

“Quando mais nova, eu já me preocupei sim. Já me preocupei com o número de curtidas, essas coisas. Hoje em dia, não” (Participante 5).

“Atualmente não. Um tempo atrás eu me preocupava mais. Mas hoje, gostei, postei, e é isso” (Participante 8).

Sendo assim, observamos que as adolescentes obesas se preocupam em algum grau com as impressões que suas plateias formarão ao acessarem suas representações no Instagram. Nesse sentido, os retornos obtidos, percebidos através da utilização dos recursos técnicos disponíveis, lhes oferecem um norte de condução sobre a continuidade (ou não) das fachadas adotadas nas apresentações, desafiando-as a sustentarem uma coerência expressiva nas situações sociais vivenciadas na plataforma.

5. CONCLUSÕES

Os usos e apropriações de plataformas digitais são partes constituintes das diversas experiências sociais vivenciadas no mundo atual. No caso do Instagram, que possui como foco principal a produção e o compartilhamento de imagens, e que oferece através de seus recursos uma diversidade de ambiências sociais, advogamos a necessidade de olhar para essa plataforma como um local significativo para a exploração das nuances que envolvem as interações ordinárias efetuadas entre adolescentes nas suas práticas cotidianas.

Desta forma, mesmo que as referências dos rituais de interação sejam predominantemente baseadas naquelas ocorridas em contextos de socialização face a face, os ambientes digitais exigem dos usuários adaptações às suas particularidades, que, ao influenciarem de forma significativa nas trocas entre os indivíduos (atores sociais) e seus respectivos interagentes (plateia), não apenas reconfiguram as trocas realizadas, como também convocam os atores a repensarem suas performances nas diversas situações sociais, e conseqüentemente, nas diversas regiões representacionais vivenciadas.

Quando se trata de pessoas estigmatizadas, como é o caso das adolescentes obesas entrevistadas, percebemos que os diversos conteúdos encontrados no Instagram acerca da temática do corpo permitem a dinamização e a diversificação dos referenciais de beleza e padrões estéticos, e, desse modo, ampliam e oferecem meios para que a realização das performances sociais destas usuárias ocorra sem que suas condições físicas sejam necessariamente consideradas como marcas inibidoras de suas atividades na plataforma.

Os dados coletados demonstram que tanto os condicionantes técnicos quanto os sociais de uma plataforma digital permeiam os usos e apropriações das usuárias, além de ajudarem a reconfigurar as representações do corpo gordo e as conseqüências negativas decorrentes do estigma da obesidade. Se as apresentações de atores gordos eram constantemente alvo de comentários, julgamentos e manifestações negativas, sendo sinônimo frequente de embaraços, exposições mais tímidas e gerenciamentos de impressão voltados para a utilização de estratégias que pudessem escondê-lo, observamos que, para as adolescentes, atualmente o Instagram fornece um novo e mais positivo viés para que suas performances sejam realizadas com mais controle e segurança, seja através dos recursos oferecidos, seja pelo maior alcance do senso de representatividade ali encontrado.

Neste sentido, foi percebido que as impressões que as usuárias desejam transmitir ao seu público, à sua plateia, estão mais relacionadas ao bom humor e ao empoderamento do corpo gordo do que a de vítimas de sua condição. Essa percepção parece apontar que mudanças gradativas de comportamentos, direcionadas à construção de apreciações mais críticas quanto à adoção de

padrões estéticos hegemônicos, estejam acontecendo nesses ambientes digitais, transformando-os, por conseguinte, em importantes espaços promotores de maiores visibilidades, autonomias e adesões, através do compartilhamento de conteúdos associados à temática. Nesse sentido, há um encorajamento para denúncias de práticas preconceituosas, para difusões significativas de postagens que visam a educação e a desmistificação acerca de temas relacionados ao corpo gordo, e para a criação e convocação de ações que possam dar voz às pessoas estigmatizadas. São conteúdos com esse viés que oferecem suporte para que as usuárias desempenhem suas performances de forma mais segura e assertiva no Instagram.

Mais importante do que o preparo da performance que será realizada, ou do que a própria apresentação, parece ser o retorno social e o alcance dos objetivos esperados para com a plateia, assim como ocorre espaços sem mediação de tecnologias digitais. Nesse sentido, as adolescentes tentam não apenas escolher as melhores estratégias para agradá-la, como também exercer algum controle para selecionar quem constituirá essa plateia, evitando assim possíveis rupturas em suas fachadas.

Diante dos aspectos levantados, sugerimos estudos futuros que possam comparar se as sensações de segurança e assertividade constatadas no desempenho das performances sociais no Instagram, por adolescentes portadoras de um estigma relacionado ao peso, também se mostram presentes em outros espaços, mediados por tecnologias digitais ou não. Apontamos, de forma complementar, que urge uma maior compreensão das particularidades das interações ocorridas em contextos e espaços sociais considerados significativos, como o Instagram, para as adolescentes estigmatizadas, o que pode favorecer não apenas o entendimento dos processos de empoderamento subjacentes, como também propiciar a ampliação, a criação e a manutenção de redes de apoio mais consistentes e que considerem as particularidades que envolvem atuar em uma sociedade que ainda é marcada por uma cultura hostil e excludente às diferenças.

6. REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, L. S., et al. Discriminação baseada no peso: representações sociais de internautas sobre a gordofobia. *Psicologia em estudo*, v. 23, p. 1-17, 2018.
- BEE, H. *O ciclo vital*. Artes Médicas. 1997.
- BEER, D. The Social Power of Algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13. 2017.
- BUCHER, T. & HELMOND, A. The affordances of social media platforms. *The SAGE handbook of social media*,

233-253. 2017.

BULLINGHAM, L. & VASCONCELOS, A. “The presentation of self in the online world”: Goffman and the study of online identities. *Journal of information science*, 39(1), 101-112. 2013.

CARRERA, F., BERNARDAZZI, R., XAVIER, A., MEDEIROS, H. & OLIVEIRA, L. Social evaluation at the finger point: self-presentation and impression management on Tinder. *Teknokultura: revista de cultura digital y movimientos sociales*, 14(2), 339-350. 2017.

FERRAREZI, F. *Sorria para a foto: um estudo sobre a felicidade da juventude no Instagram*. 2016. 96 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília. 2016.

FIORAVANTI, G., DÈTTORE, D. & CASALE, S. Adolescent Internet addiction: testing the association between self-esteem, the perception of Internet attributes, and preference for online social interactions. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 318-323. 2012.

FREITAS, K. *O Imperativo da #Felicidade na Plataforma de Rede Social Instagram*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal da Bahia, UFBA, BA, Brasil. 2017.

GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes. 2016.

HOGAN, B. The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386. 2010.

HONG, S., JAHNG, M., LEE, N. & WISE, K. Do you filter who you are? Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104, 106159. 2020.

JUSTO, A. *Corpo e representações sociais: sobrepeso, obesidade e práticas de controle de peso*. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina. 2016.

KRÄMER, N. & WINTER, S. Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106–116. 2008.

LEARY, M. *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*. Routledge. 2019.

LE MOS, A. & PASTOR, L. Experiência algorítmica: ação e prática de dado na plataforma Instagram. *Contracampo*, 39(2). 2020.

LIRA, A., GANEN, A., LODI, A. & ALVARENGA, M. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 66(3), 164-171. 2017.

MACKENZIE, D. How algorithms interact: Goffman’s ‘interaction order’ in automated trading. *Theory, Culture & Society*, 36(2), 39-59. 2019.

- MATOS, M. *Apresentação de Si de Adolescentes Obesas na Plataforma Digital Instagram*. Dissertação de Mestrado. Instituto de Psicologia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil. 2019.
- ORTH, O. *Presentation of Selfie: A Modern Understanding of Goffman's Self on Instagram*. Master's Thesis, Towson University, Towson, Maryland, USA. 2016.
- PENAS, E. & GERMANO, I. “Dieta para emagrecer o preconceito”: Discursos contra gordofobia no YouTube. *Revista Polis e Psique*, 11(1), 44-64. 2021.
- POLIVANOV, B. & CARRERA, F. Rupturas performáticas em sites de redes sociais: um olhar sobre fissuras no processo de apresentação de si a partir de e para além de Goffman. *Intexto*, 44(1), 74-98. 2019.
- RIBEIRO, J. C. Reflexos sociointeracionais do uso da comunicação móvel. *Razón y Palabra*, 49(4), 44-55, 2006.
- RIBEIRO, J. C., & BRAGA, V. Interações em ambientes online de compartilhamento de fotografias: considerações baseadas nas perspectivas interacionista e dramaturgica. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 19(1), 65-82. 2012.
- SCHLENKER, B. *Impression management*. Monterey, CA: Brooks/Cole, 79-80. 1980.
- SMITH, G. *Erving Goffman*. UK: Routledge, Oxon. 2006.
- SOUSA, P. & RIBEIRO, J. C. A cidade é o palco: performance e interações mediadas no espaço. *Conexão-Comunicação e Cultura*, 13(25). 2014.
- TIC KIDS ONLINE BRASIL 2019: *Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil*. São Paulo: CGI/NIC.Br, 2019.
- VALKENBURG, P., PETER, J. & SCHOUTEN, A. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & behavior*, 9(5), 584-590. 2006.
- VAN DIJCK, J. *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. 2013.
- WALKER, L. & GREENE, J. The social context of adolescent self-esteem. *Journal of youth and adolescence*, 15(4), 315-322. 1986.
- WE ARE SOCIAL LTD. *Digital 2019 Q4 Global Digital Statsbot*. Disponível em <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. 2019. Acesso em 21 fev. 2021.

[1] A política Anti-Bullying do Instagram inclui recursos e ferramentas que possibilitam ao usuário restringir, bloquear, denunciar ou ocultar comentários automaticamente caso seja detectado teor pejorativo nos mesmos.

[2] Marcas Dove, Natura e Calvin Klein, por exemplo.

[3] A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia-UFBA, sob o número 11371118.1.0000.5686.