

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Centro de Letras e Comunicação
Departamento de Letras Programa de Pós-Graduação em Letras

Tese



**#BODYPOSITIVE, MAS NEM TÃO “POSITIVE” ASSIM:
A Discursivização do Corpo no *Instagram***

Leticia Ribeiro Schinestsck

Pelotas, 2020

Letícia Ribeiro Schinestsck

**#BODYPOSITIVE, MAS NEM TÃO “POSITIVE” ASSIM:
A Discursivização do Corpo no *Instagram***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pelotas como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Letras.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel da Cunha Recuero

Pelotas, 2020

#BODYPOSITIVE, MAS NEM TÃO “POSITIVE” ASSIM:

A Discursivização do Corpo no *Instagram*

Tese aprovada, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Letras pelo Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas

Data da defesa: 22 de dezembro de 2020

Banca examinadora:

Profa. Dra. Raquel da Cunha Recuero (Orientador)

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Dr. Adail Ubirajara Sobral

Doutor em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Profa. Dra. Rebeca da Cunha Recuero Rebs

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)

Profa. Dra. Camila Lawson Scheifer

Doutora outorado em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

Profa. Dra. Luciana Iost Vinhas

Doutora em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

S336b Schinestsck, Leticia Ribeiro

#Bodypositive, mas nem tão “*positive*” assim : a discursivização do corpo no *Instagram* / Leticia Ribeiro Schinestsck ; Raquel da Cunha Recuero, orientadora. — Pelotas, 2020.

238 f. : il.

Tese (Doutorado) — Programa de Pós-Graduação em Letras, Centro de Letras e Comunicação, Universidade Federal de Pelotas, 2020.

1. Body positive. 2. Instagram. 3. Violência simbólica. 4. Não ditos. 5. CMDA. I. Recuero, Raquel da Cunha, orient. II. Título.

CDD : 469.5

Elaborada por Maria Inez Figueiredo Figas Machado CRB:
10/1612

À Deus e todas as forças que direta ou indiretamente ajudaram a realizar este trabalho e acreditaram no potencial desta ideia. À todos os corpos, de todos os tipos, tamanhos e formatos. Com todo amor e respeito, obrigada.

*“Somos atravessados
por linhas invisíveis que
se misturam no tempo
e em nossa identidade
substanciando, se
presentificando e
corporificando como
atributos do eu, mas
que pode ser alterado
até o último dia de
nossas vidas”
(POESIA, 2012)*

RESUMO

SCHINESTCK, Letícia Ribeiro. **#BODYPOSITIVE, mas nem tão “POSITIVE” assim**: A discursivização do corpo no *Instagram*. Orientadora: Profa. Dra. Raquel da Cunha Recuero. 2020. Tese de Doutorado em Letras – Programa de Pós-Graduação em Letras, Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2020.

A presente tese tem o objetivo de observar como se dá a discursivização do corpo no *Instagram* a partir do uso da *hashtag* #BODYPOSITIVE, isto é, corpo positivo, em duas postagens específicas. Muito mais do que falar das representações do corpo em na internet, é preciso compreender a dimensão e importância que este assunto pode ter no tecido social e quais podem ser os impactos e as influências de todo esse mecanismo de construção, discursivização e representação do corpo nesse ambiente. Afinal, trata-se de uma mídia social que comprovadamente superou os danos causados pela publicidade tradicional de televisão e revistas, assumindo a liderança no ranking dos mais nocivos à saúde mental. Observa-se o *Instagram* como um ambiente para discursivização do corpo e que, agora, não diz respeito a apenas um padrão dominante. Ao contrário, permite que os mais diversos tipos de corpos tenham oportunidade de ser representados e tenham sua existência legitimada – ou não -, mesmo que nem sempre respeitada, no interior das conversações. Identifica-se valores que envolvem a representação de cada sujeito e a articulação das relações em torno de certo tipo corporal: o que está fora do padrão normatizado, mas que, “apesar” disso, é e deve ser reconhecido como positivo. A discursivização do corpo acontece em todos os níveis da CMDA, o que indica a capacidade que os usuários têm de construir sentidos no contexto que estão inseridos e com os instrumentos oferecidos. O produto dessa elaboração, isto é, cada escolha feita para discursivizar o corpo, é o que fornece pistas para entender como o corpo pode ser representado nessas mídias sociais que participam ativamente, e cada vez mais, do dia a dia do sujeito do século XXI. A #BODYPOSITIVE carrega seu subentendido *body negative*. Isso quer dizer que ao utilizá-la na composição de uma publicação, o usuário está validando essa ideia que, por ser sutil e não-dita, muitas vezes não é percebida ou levada em consideração. A discursivização do corpo pela #BODYPOSITIVE parece portar em sua essência uma carga de violência simbólica, já que situa o corpo em uma lógica dual de positivo e negativo, viabilizando, portanto, a criação de relações desiguais entre os usuários.

Palavras-chave: *Body Positive. Instagram. Não-Ditos. CMDA. Violência Simbólica.*

ABSTRACT

#BODYPOSITIVE, but not so “POSITIVE”: the discursivization of the *body* on *Instagram*. Advisor: Profa. Dr. Raquel da Cunha Recuero. 2020. Doctoral Thesis in Letters - Postgraduate Program in Letters, Center for Letters and Communication at the Federal University of Pelotas, Pelotas, 2020.

This thesis aims to observe how *body* discursivization takes place on *Instagram* using the *hashtag* #bodyPOSITIVE, that is, POSITIVE *body*, in two specific posts. Much more than talking about the representations of the *body* on the internet, it is necessary to understand the dimension and importance that this subject may have in the social fabric and what the impacts and influences of this whole mechanism of construction, discursivization and representation of the *body* in this environment may be. . After all, it is a social media that has proven to have overcome the damage caused by traditional television and magazine advertising, taking the lead in the ranking of the most harmful to mental health. *Instagram* is seen as an environment for the discursivization of the *body* and that, now, does not concern only a dominant pattern. On the contrary, it allows the most diverse types of bodies to have the opportunity to be represented and to have their existence legitimized - or not -, even if not always respected, within conversations. Values that involve the representation of each subject and the articulation of relationships around a certain *body* type are identified: what is outside the normatized standard, but which “despite” it is and should be recognized as POSITIVE. The discursivization of the *body* takes place at all levels of the CMDA, which indicates the ability that users have to build meanings in the context they are inserted and with the instruments offered. The product of this elaboration, that is, each choice made to discursivize the *body*, is what provides clues to understand how the *body* can be represented in these social media that actively and increasingly participate in the daily life of the 21st century subject . #BODYPOSITIVE carries its implied *body negative*. This means that when using it in the composition of a publication, the user is validating this idea, which, being subtle and unspoken, is often not perceived or taken into consideration. The discursivization of the *body* by #BODYPOSITIVE seems to carry in its essence a load of symbolic violence, since it situates the *body* in a dual logic of POSITIVE and *negative*, enabling, therefore, the creation of unequal relationships between users.

Keywords: *Body POSITIVE. Instagram. Unsaid. CMDA. Symbolic Violence.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Exemplo de micro e macrocontexto retirado de postagem no <i>Instagram</i>	53
Figura 2: Exemplo de micro e macrocontexto retirado de postagem no <i>Instagram</i>	53
Figura 3: Exemplo de estrutura de perfil retirada do <i>Instagram</i>	58
Figura 4: Exemplo de <i>hashtag</i> que desconstrói o sentido do enunciado retirado do <i>Instagram</i>	61
Figura 5: Exemplo de uso de <i>hashtags</i> retirado do <i>Instagram</i>	63
Figura 6: Exemplo de pedofilia virtual com conversa retirada do Whatsapp.....	76
Figura 7: Exemplo de cyberstalking retirado do Facebook.....	78
Figura 8: Exemplo de homofobia retirado de comentário no <i>Instagram</i>	79
Figura 9: Exemplo de racismo retirado comentário no <i>Instagram</i>	79
Figura 10: Exemplos de discursos de ódio retirados do <i>Instagram</i>	80
Figura 11: Exemplo de <i>body shaming</i> retirado do <i>Instagram</i>	82
Figura 12: Exemplo de violência sistêmico-simbólica manifestada em memes no Facebook	83
Figura 13: Exemplo de ato ilocutório retirado do <i>Instagram</i>	93
Figura 14: Exemplo de ato perlocutório retirado do <i>Instagram</i>	95
Figura 15: Exemplo do processo de atuação que vai do pressuposto ao subentendido.....	97
Figura 16: Exemplo de post que impõe regras ao discurso.....	98
Figura 17: Exemplo de componente retórico retirado de post no <i>Instagram</i>	100
Figura 18: Exemplo de subentendido por meio das <i>hashtags</i> em post do <i>Instagram</i>	102
Figura 19: Exemplo de indireta retirada do <i>Instagram</i>	108
Figura 20: Exemplos de <i>hashtags</i> que fragmentam e segmentam corpos e seus volumes de busca no <i>Instagram</i>	116
Figura 21: Exemplo de posts do <i>Instagram</i> que destacam determinadas partes do corpo através de <i>hashtags</i>	117
Figura 22: Exemplos de pesquisa no <i>Instagram</i> pelas <i>hashtags</i> <i>#HonorMyCurves</i> , <i>#AllBodiesAreGoodBodies</i> , <i>#bodyacceptance</i> e <i>#CelebreteMySize</i>	121
Figura 23: Exemplo de <i>#bodyshaming</i> retirado do <i>Instagram</i>	122

Figura 24: Exemplo de pesquisa no <i>Instagram</i> pelas <i>hashtags</i> #corpolive, #meucorpominhasregras e #corposreais	124
Figura 25: Print da pesquisa criada para #BODYPOSITIVE com filtros ativados	126
Figura 26: Print de opções disponíveis em cada publicação coletada por <i>CrowdTangle</i> ...	127
Figura 27: Print da tela que apresenta dados das interações das publicações coletadas por <i>CrowdTangle</i>	127
Figura 28: Postagem com maior número de interações no mês de julho	136
Figura 30: Amostra de comentários que reforçam o sentido da postagem analisada	147
Figura 31: Amostra de comentários retirados da postagem analisada	148
Figura 32: Amostra de conversações retiradas da postagem analisada.....	150
Figura 33: Amostra de interação que ameaça a face da autora do poste retirada da postagem analisada.....	152
Figura 34: Amostra de interações que reagiram aos atos de ameaça à face retirados da postagem analisada.....	152
Figura 35: Amostra de interação com microcontexto retirada da postagem analisada	155
Figura 36: Amostra de interação retirada da postagem analisada.....	156
Figura 37: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	158
Figura 38: Amostra de comentários retirados da postagem analisada	159
Figura 39: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	161
Figura 40: Amostra de comentários retirados da postagem analisada	163
Figura 41: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	165
Figura 42: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	167
Figura 43: Amostra de comentários retirados da postagem analisada	168
Figura 44: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	169
Figura 45: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	169
Figura 46: Amostra do post com maior número de interações no mês de agosto	171
Figura 47: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	178
Figura 48: Amostra de comentários retirados da postagem analisada	179
Figura 49: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	181

Figura 50: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	182
Figura 51: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	184
Figura 52: Amostra de conversação retirada da postagem analisada	184
Figura 53: Amostra de marcação em foto retirada da postagem analisada	185
Figura 54: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	187
Figura 55: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	187
Figura 56: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	188
Figura 57: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	189
Figura 58: Amostra de conversação retirada da postagem analisada	190
Figura 59: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	191
Figura 60: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	192
Figura 61: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	192
Figura 62: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	193
Figura 63: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	194
Figura 64: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	194
Figura 65: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	195
Figura 66: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	195
Figura 67: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	196
Figura 68: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	196
Figura 69: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	197
Figura 70: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	198
Figura 71: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	199
Figura 72: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	200
Figura 73: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	200
Figura 74: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	201
Figura 75: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	201
Figura 76: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	201
Figura 77: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	202

Figura 78: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	202
Figura 79: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	203
Figura 80: Amostra de comentário retirado da postagem analisada.....	203

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Exemplos de postagens que utilizam a linguagem fitness retiradas do <i>Instagram</i>	115
Tabela 2: Exemplos de postagens BoPo retiradas do <i>Instagram</i>	124
Tabela 3: Quatro níveis da CMDA.....	131
Tabela 4: Introdução da comunicação multimodal como outro nível de análise da CMDA	132
Tabela 5: Sistematização de dados da Análise 1	Erro! Indicador não definido.
Tabela 6: Sistematização de dados da Análise 2	Erro! Indicador não definido.
Tabela 7: Sistematização dos dados da Análise 2.	171
Tabela 8: Sistematização dos dados da CMDA das duas análises	205

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. UM CORPO NÃO É SÓ UM CORPO	21
2.1 As Discursivizações do Corpo na História: Grécia Antiga e a Adoração ao corpo...	23
2.2 Corpo e Discurso	31
2.3 Corpo e Poder	33
3. MÍDIAS SOCIAIS, CONVERSÇÕES E CONTEXTOS NO <i>INSTAGRAM</i>.....	38
3.1 Ciberespaço	39
3.2 Conversação Mediada Por Computador (CMC)	41
3.3 Sociabilidade <i>Online</i>	46
3.4 Armando o Espetáculo Discursivo	49
3.5 A Importância do Contexto: Micro e Macro	51
3.6 Por Que o <i>Instagram</i> ?	55
3.7 O Poder das <i>Hashtags</i>	59
4. VIOLÊNCIA, ESTABELECIDOS E <i>OUTSIDERS</i>	66
4.1 Violência Simbólica	69
4.2 Violência em Rede	73
5. ALÉM DO ÓBVIO: SEMÂNTICA PRAGMÁTICA, NÃO-DITOS E INDIRETAS.....	86
5.1 Teoria dos Implícitos: Os Discursos das Entrelinhas	87
5.2 A Semântica Pragmática de Ducrot.....	89
5.3 Ato Illocutório: Onde Situa-Se o Pressuposto.....	92
5.4 Componente Linguístico: Do Posto ao Pressuposto	96
5.5 Componente Retórico: Do Pressuposto ao Subentendido	99
5.6 Leis de Discurso e Efeitos de Sentido	103
5.7 Do Subentendido à Indireta	105
6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	111
6.1 A Discursivização do Corpo no <i>Instagram</i>	112
6.2 Objeto: <i>#BODYPOSITIVE</i>	118
6.2.1 Sistematização e Coleta de Dados da <i>hashtag #BODYPOSITIVE</i>	125
6.2.2 Sobre o <i>CrowdTangle</i>	128
6.2.3 Análise Do Discurso Mediado Por Computador (CMDA)	129
6.2.4 Sistematização dos dados dos posts.....	135
7. ANÁLISE 1	136
8. ANÁLISE 2	171
9. ANÁLISE 1 E ANÁLISE 2: ENTENDENDO OS RESULTADOS	205
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	213
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	219

1. INTRODUÇÃO

A presente tese tem o objetivo de observar como se dá a discursivização do corpo no *Instagram* a partir do uso da *hashtag* #BODYPOSITIVE, isto é, corpo positivo, em duas postagens específicas. Desde já, salientamos que é um estudo referente a um universo restrito, avaliado somente em dois casos e que, por isso, não deve ser entendido como uma percepção geral sobre a forma com que todos os corpos são discursivizados com essa *hashtag* nessa mídia social. Na verdade, mesmo se houvesse um extenso trabalho para entender os mecanismos que nos propomos a analisar, não seria correto abarcar sua totalidade. Entretanto, buscamos oferecer, com as constatações que fizemos no decorrer da tese, elementos capazes de contribuir para o aprofundamento da temática *body positive* (BoPo) e estimular novas pesquisas relacionadas aos discursos feitos sobre os corpos em ambientes virtuais como o *Instagram*. Nos interessa discutir os valores que envolvem a representação de cada sujeito e a articulação das relações em torno de certo tipo corporal: o que está fora do padrão normatizado, mas que, “apesar” disso, é positivo.

Trata-se não somente de representações, mas da presença consistente e legítima de discursos sobre diferentes corpos que circulam atualmente nas mídias sociais. Apesar de dar suporte para que inúmeros tipos de corpos coexistam no ciberespaço e ter potencial de auxiliar na desconstrução e normalização dos mesmos, a internet também é capaz de amparar a violência simbólica (BOURDIEU, 1989), nem sempre percebida como violenta, pois está ofuscada por situações mais explícitas e de fácil discernimento, como os discursos de ódio, por exemplo. A violência torna-se parte de uma estrutura essencialmente simbólica que reproduz formas de dominação sobre corpos que agem de forma implícita e sutil, instaurando valores e comportamentos que se perpetuam nas relações atuais de forma naturalizada e, por isso, sequer questionada.

Separamos esse trabalho em quatro capítulos teóricos. Para conseguir dar conta dos discursos do corpo e pensa-los a partir da mediação do computador, precisamos, antes, compreendê-los ao longo da história e não somente tentar interpretá-los com as nuances do comportamento do indivíduo hipermoderno (LIPOVETSKY, 2011).

Então, situamos a discussão sobre o corpo no primeiro capítulo, pois é ele que introduzirá o leitor em nossas premissas e filiações teóricas sobre o tema.

O primeiro capítulo teórico desta tese destina-se a discutir a temática central da presente pesquisa: o corpo e as coerções realizadas de forma implícita sobre ele através dos discursos e do emprego da *hashtag* #BODYPOSITIVE. Para isso, separamos o capítulo em três momentos, a saber, “As Discursivizações do Corpo na História”, “Corpo e Discurso” e “Corpo e Poder”. Iniciaremos as teorizações sobre o corpo a partir do pensamento de Le Breton (2006; 2014), de Louro (2003), entre outros. São autores que enxergam o corpo como uma produção da cultura e a materialização das marcas da história na carne, nos discursos e nas relações. Aqui, apresentaremos uma contextualização dos discursos sobre o corpo na história, a partir de Courtine (2013) e pontuaremos as principais características em cada período, iniciando pelos antigos Gregos e chegando ao século XXI.

Seguindo esta linha que considera o corpo na sua historicidade, chegaremos ao segundo tópico que chamamos de Corpo e Discurso, baseada especialmente nas noções propostas por Foucault (1998). Aqui, veremos que além de não ser apenas um amontoado de órgãos (LE BRETON, 2006; 2014), o corpo é tão dinâmico quanto os discursos que sobre ele operam. Esses discursos, por sua vez, são estruturados por dispositivos de poder que, conforme Foucault (1998), atuam no interior dos indivíduos como um composto de forças que encontram-se em permanente combate. Após esta discussão, acreditamos ter facilitado a percepção do leitor sobre o corpo do século XXI, essencialmente fragmentado (LE BRETON, 2014) e moldado pelo ambiente virtual. Isso porque não se pode falar do indivíduo contemporâneo sem levar em consideração a influência da tecnologia em sua vida, na criação e manutenção de suas relações que muitas vezes acontecem mais remotamente do que face a face. É claro que estamos nos referindo aos indivíduos que têm acesso à internet e, por isso, conseguem optar por esse tipo de comunicação. Temos consciência que não é uma realidade dada a todos os brasileiros e que um a cada quatro ainda não estão conectados¹, o que representa 4,6 milhões.

¹ <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/um-em-cada-quatro-brasileiros-nao-tem-acesso-internet> (Acesso em 19/11/2020)

O segundo capítulo é destinado a compreender o ambiente virtual como um todo, buscando demonstrar o potencial das mídias sociais como um novo e importante ambiente discursivo para o corpo. Iniciaremos com a teorização acerca do ciberespaço. Aqui, traremos Lemos (2005) para apresentar o ciberespaço, abordando-o como um fenômeno social e não somente como a base para a produção de discursos. Discutiremos a comunicação mediada por computador (CMC) e suas características e complexidades próprias. Boyd (2007) é uma das principais referências utilizadas nesta seção, com a noção dos públicos em rede e as especificidades da mediação entre estes indivíduos conectados. Trataremos da sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) e como o desejo de pertença é capaz de mobilizar usuários em torno de objetivos comuns (MAFFESOLI, 2006), no caso desta tese, o ponto convergente é o corpo e os discursos que circulam sobre ele no *Instagram* através da *hashtag* #BODYPOSITIVE.

As relações que estabelecem-se na rede são criadas por indivíduos que se determinam papéis sociais mutuamente. Aqui, apresentaremos a teoria dramaturgic de Goffman (2012), desenhando para o leitor o espetáculo que cada sujeito é capaz de realizar para seus espectadores na rede e apresentando as noções de colaboração e conflito também discutidas por Goffman (2012), mas problematizadas por Brown e Levinson (1969). Finalizando, demonstraremos a importância da negociação das relações e especialmente do contexto nesses espaços, recorrendo aos conceitos de micro e macrocontexto trabalhados por Recuero (2012), seguindo para as especificidades do *Instagram*, culminando na discussão sobre as *hashtags*, tipificando os usos comuns e demonstrando a relevância para entender os discursos sobre os corpos e como eles são ajustados e adequados em determinadas *hashtags* que representam valores diferentes sobre o mesmo assunto.

Após situar o leitor no ciberespaço e na plataforma escolhida para análise, passaremos para o terceiro capítulo, que se destina a entender a violência nesses espaços. Começaremos propondo um olhar sobre a violência em geral. Veremos que a sociedade é colocada sob ameaças e julgamentos constantes, e é comum observar como os indivíduos são capazes de situar o mal em determinado tipo de pessoa (MINAYO, 1990) e reduzir as qualidades do outro, determinando suas visões sobre eles e, no caso da presente tese, nos discursos sobre seus corpos. O próximo tópico busca dar conta de um tipo de violência mais sutil e nem sempre percebida como tal.

Nossa principal referência será Bourdieu (1989), autor que estuda a violência e a dominação simbólica estabelecida nas relações entre os sujeitos. Trabalharemos o potencial deste poder que, de acordo com Bourdieu (1989), só existe porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe. Norbert Elias (2000) foi escolhido para complementar o capítulo a partir de sua noção de estabelecidos e *outsiders*, no qual um grupo se estabelece sobre outro, considerado inferior, e sobre ele exerce algum tipo de poder. Depois, passaremos a pensar a violência nas mídias sociais e seus modos particulares de incidência. Abordaremos alguns tipos específicos de violência no ambiente *online*, como o *cyberbullying*, *shaming*, entre outros. Encerraremos o capítulo demonstrando como é possível constituir relações de poder e violência especialmente no interior do *Instagram*, ilustrando com situações retiradas desta ferramenta e sugerindo outras formas de constatar esse fenômeno na internet mesmo quando ele não está evidente.

O quarto e último capítulo teórico desta tese tem o objetivo de apresentar a Semântica Pragmática de Ducrot (1987), isto é, dois componentes que atuam no interior do indivíduo produzindo efeitos de sentido através dos discursos que nem sempre são explícitos. Neste espaço, discutiremos as formas implícitas de significação e como elas se relacionam aos dois componentes criados por Ducrot (1987) para entender os não ditos, a saber, o componente linguístico e o componente retórico. Veremos que o linguístico está ligado aos pressupostos, enquanto o retórico pertence ao nível do subentendido. Dentro do subentendido, há outro componente que denominamos de indiretas (SCHINESTOCK, 2018). Trata-se de um uso específico da teoria de Ducrot (1987) para o contexto da internet. Quando um discurso ameaça a representação do outro, ao mesmo tempo em que protege e enaltece sua própria face, se configura uma indireta. Entretanto, só é possível adentrar nesse nível quando se absorve a mensagem como sendo para si, legitimando-a, “vestindo a carapuça”. Caso contrário, o enunciado permanece no nível do subentendido.

Com esses quatro capítulos, buscamos introduzir elementos considerados importantes para compreender a discursivização do corpo no *Instagram* a partir da *hashtag* #BODYPOSITIVE e, assim, ter condições de identificar o jogo de poderes, saberes (FOUCAULT, 1998) e a incidência naturalizada da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e da atuação dos não-ditos (DUCROT, 1967) em meio as relações estabelecidas por esta mídia social em duas postagens específicas. Passaremos, na

sequência, aos procedimentos metodológicos. Neste momento, explicitaremos os caminhos escolhidos para sistematizar os dados analisados. Apresentaremos a plataforma *CrowdTangle*², utilizada para colher as publicações selecionadas e discutiremos, por fim, o método da linguista Susan Herring (2001; 2004; 2012) denominado de Análise de Discurso Mediado por Computador (CMDA). Abordaremos todos os níveis propostos, como a estrutura, sentido, interação, comportamento social e comunicação multimodal e veremos como eles aparecem nas CMC através da *hashtag* #BODYPOSITIVE. Por fim, partiremos para a análise e considerações finais.

Mas por que estudar discursos sobre o corpo no *Instagram*? Muito mais do que falar do corpo em na internet, é preciso compreender a dimensão e importância desse assunto no tecido social e quais são os impactos e as influências de todo esse mecanismo de construção, discursivização e representação do corpo no ambiente virtual, especialmente no *Instagram*. Buscar ferramentas que nos auxiliem a entender como esses discursos sobre o corpo estão sendo construídos nesses espaços se faz necessário e urgente, uma vez que os efeitos sobre a vida social desse tipo de discurso que circula *online* nem sempre é positivo. Justificamos nossa afirmação com a pesquisa divulgada em 2017 pela Instituição de Saúde Pública do Reino Unido, *Royal Society for Public Health*³, em parceria com o Movimento de Saúde Jovem⁴. O estudo mostrou que o *Instagram* superou os danos causados pela publicidade tradicional de televisão e revistas, assumindo a liderança no ranking dos mais nocivos à saúde mental. A mesma pesquisa mostrou que 90% das meninas de 14 a 24 anos que utilizam o *Instagram* diariamente se sentem infelizes com seus corpos e pensam em mudar a própria aparência, recorrendo, inclusive, a procedimentos cirúrgicos e estéticos.

Os danos vão além. Uma pesquisa realizada pelas universidades australianas de *New South Wales* e *MacQuarie*, em 2017⁵, indicou que passar 30 minutos por dia observando um perfil com corpos fitness, é o suficiente para gerar um mal estar interno, uma vez que é inevitável a comparação. A mesma pesquisa mostrou que

² <https://www.CrowdTangle.com/> (Acesso em 13/09/2020)

³ <https://super.abril.com.br/sociedade/Instagram-e-a-rede-social-mais-prejudicial-a-saude-mental/> (Acesso em 13/09/2020)

⁴ Material disponível em: <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf> (Acesso em 19/11/2020)

⁵ <https://www.bbc.com/portuguese/geral-40092022> (Acesso em 13/09/2020)

quanto mais se observa e se alimenta desse tipo de conteúdo, mais as pessoas odeiam seus corpos e travam uma batalha centrada exclusivamente na aparência e na busca pelo ideal corporal consumido nesses perfis. Na ânsia por atingir o padrão de corpo perfeito, os usuários, mais especificamente as mulheres, se mostraram vulneráveis a desenvolver problemas de saúde mental ou doenças como anorexia e bulimia, compulsão e ansiedade.

Com isto, se evidencia e justifica a importância de aprofundar-se nos discursos que cercam a *hashtag* #BODYPOSITIVE, como forma de contribuir com o entendimento desse espaço dinâmico e impreciso que é a internet e sobre as apropriações que os usuários fazem das ferramentas disponibilizadas para fins específicos. Sousa e Paixão (2015) explicam que, “atualmente, as mídias, em suas novas formas de articulação em rede, podem funcionar como espaços de experimentação e laboratórios de novas formas de conduta” (p.50). É por isso que nos interessa observar o *Instagram* como um ambiente para discursivização do corpo e que, agora, não diz respeito a apenas um padrão dominante. Ao contrário, permite que os mais diversos tipos de corpos tenham oportunidade de ser representados e tenham sua existência legitimada, mesmo que nem sempre respeitada, no interior dessas conversações. O que precisamos ter em mente para iniciar as considerações do primeiro capítulo, é que um corpo não é somente um corpo.

2. UM CORPO NÃO É SÓ UM CORPO

O primeiro capítulo teórico desta tese destina-se a discutir a temática central da presente pesquisa: a discursivização do corpo. Para isso, o separamos em três seções, a saber, Corpo, Corpo e discurso e Corpo e poder. Iniciaremos as teorizações sobre o corpo a partir do pensamento de Le Breton (2006; 2014), de Louro (2003), entre outros. São autores que enxergam o corpo como uma produção da cultura e a materialização das marcas da história na carne, nos discursos e nas relações. Aqui, contextualizaremos a história do corpo a partir de Courtine (2013) e pontuaremos as principais características em cada período. Seguindo esta linha que considera o corpo na sua historicidade, chegaremos ao segundo tópico que chamamos de Corpo e Discurso, baseada especialmente nas noções propostas por Foucault (1998).

A terceira seção deste capítulo, por fim, trará à discussão questões relacionadas ao corpo, discurso e poder, que também estará ancorada nas teorias de Foucault (1998), afinal, para o autor, o corpo é sempre uma interpretação e essa interpretação é diretamente ligada às percepções de cada indivíduo e da visão do coletivo sobre ele. São esses confrontos de olhares que, na formação do discurso sobre os corpos, constituem relações de poder (RODRIGUES, 2008). A ideia deste capítulo é apresentar autores que vão ao encontro de nosso entendimento de corpo como o resultado do combate de múltiplas forças e saberes (FOUCAULT, 1998). O entendimento sobre o corpo é sustentado por uma estrutura simbólica, que demonstra na carne os efeitos históricos e culturais de cada sociedade em determinado contexto. Por isso, nos interessa observar que tipo de saberes podem emergir dos discursos produzidos e divulgados no *Instagram* e como o século XXI, com a interferência do digital, está modificando a forma de falar e constituir o corpo, colocando-o sob holofotes e oferecendo inúmeros recursos e ferramentas que auxiliam nessa discursivização e na visibilidade, uma vez que agora, lidamos com um corpo completamente fragmentado (LE BRETON, 2014) e simbólico.

Segundo Guacira Louro (2003), pensar o corpo como um efeito da cultura e produzido por ela, é um desafio e uma necessidade. Um desafio porque o corpo humano foi analisado, categorizado e tratado a partir de um viés naturalista, ao longo

dos anos, isto é, considerando fundamentalmente seus aspectos biológicos, o que, acaba, de alguma forma, rompendo a predominância dessa lógica. Ao mesmo tempo se faz necessário, pois, ao desnaturalizar o corpo, vem à superfície todas as influências e interferências da história e da cultura dos indivíduos. De acordo com a autora:

Um corpo não é apenas um corpo. É também o seu entorno. Mais do que um conjunto de músculos, ossos, vísceras, reflexos e sensações, o corpo é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam, os sentidos que nele se incorporam, os silêncios que por ele falam, os vestígios que nele se exibem, a educação de seus gestos... enfim, é um sem limite de possibilidades sempre reinventadas e a serem descobertas. Não são, portanto, as semelhanças biológicas que o definem, mas, fundamentalmente os significados culturais e sociais que a ele se atribuem. (LOURO, 2013, p.31)

É nesse mesmo sentido que Le Breton (2007, p.92) afirma o corpo como uma espécie de “interface entre o social e o individual, entre a natureza e a cultura, entre o fisiológico e o simbólico”. Assim como Louro (2003), ele entende que o corpo é muito mais do que um aglomerado de órgãos que situa o indivíduo no mundo. Para ele:

O corpo é uma espécie de escrita viva na qual as forças imprimem vibrações, ressonâncias e cavam caminhos. O sentido nele se desdobra e nele se perde como num labirinto onde o próprio corpo traça os caminhos. Desta forma, cada indivíduo se apropria de um repertório sensorial coletivo como universo de sentido e transforma-o em algo singular e particular, de acordo com sua história de vida e subjetividades, gerando seus próprios efeitos de sentido. (LE BRETON, 2007, p.11)

Entretanto, nem sempre foi dado este estatuto ao corpo. Na verdade, muitos teóricos afirmam que o corpo só passou a ser objeto de estudos e percebido em suas múltiplas e subjetivas facetas no século XX. Courtine (2013) exemplifica isso com a colocação do pensamento de Merleau-Ponty:

(...) no final do século XIX, o corpo era um pedaço de matéria, um feixe de mecanismos. O corpo, de fato, é uma invenção histórica recente: antes da virada do século XX, ele não exercia senão um papel secundário na cena do teatro filosófico onde, desde Descartes, a alma parecia exercer o papel principal. (COURTINE, 2013, p.13)

É Merleau-Ponty (1999) que, de uma forma geral, defende que o indivíduo não tem um corpo, ele é um corpo. No livro “Decifrar o Corpo: Pensar com Foucault”, Jean-Jacques Courtine (2013) faz uma retomada da história do corpo através dos conceitos de Foucault. Nesta obra, o autor vai da idade clássica à contemporânea situando o

leitor de forma cronológica, o que se torna mais fácil e melhor para compreender o contexto. Visto que a presente tese concorda com a noção de que o corpo é histórico e manifesta as marcas de determinada época, faremos um breve apanhado de como o corpo foi visto e discursivizado em diferentes períodos da história.

2.1 As Discursivizações do Corpo na História: Grécia Antiga e a Adoração ao corpo

Seria ousado e extremamente difícil tentar determinar onde começa a história do corpo. Não se sabe exatamente quando os atributos corporais viraram assunto, muito menos quando os desfechos em torno dele começaram a interferir diretamente nas relações humanas. Entretanto, sabe-se que uma das primeiras tentativas de padronizar o corpo de que se tem registro, parte do ideal grego, que formava indivíduos com uma relação de valorização extrema do próprio corpo. Courtine (2013) lembra que os corpos discursivizados como ideais eram os fortes, belos e férteis.

Segundo Foucault (1995), nos séculos I e II, os filósofos alertavam aos seus seguidores da necessidade de se equilibrar corpo e alma, na tentativa de elevar o espírito e alcançar a vida plena. Isso se fazia através de leituras, meditações e regimes rigorosos de atividades físicas, dietas, etc. A criação de uma atmosfera de encantamento em torno de corpos saudáveis e bem proporcionados era habitual e comum em toda a Grécia. Não havia somente uma verdade sobre os aspectos corporais, eles divergiam, mas também reconheciam e enalteciam a beleza das formas dos indivíduos. Em Atenas, a glorificação das proporções corporais aparecia nas artes, especialmente na pintura e escultura.

(...) não se tratava apenas de narcisismo, de paixão desmedida por si mesmo. Os corpos não existiam apenas para mostrar-se, eles eram também instrumentos de combate. Tudo na natureza era luta, era obstáculo a ser transposto, era espaço ou terra a conquistar. A vida, diziam os deuses, não era uma graça, mas sim um dom a ser mantido. (BARBOSA, 2011, p.25)

Barbosa (2011) explica que os gregos consideravam seus corpos como presentes dados pelos deuses, onde eles deveriam mostrar que desconheciam o pudor físico, que estavam treinados, modelados e prontos para serem expostos e reverenciados perante o coletivo. Cada indivíduo era livre para idealizar seu corpo perfeito, atingi-lo e depois apresentá-lo como triunfo à sociedade. Essa cultura de si, como explica Foucault (1995), provocou um individualismo no qual as pessoas

passam a valorizar normas, condutas sociais e simbolismos próprios, deixando de se preocupar com os outros e voltando-se para os interesses pessoais, sendo subordinado a si mesmo. O contexto permaneceu assim até o ano de 393, quando se estabeleceu o Império Romano e o imperador Teodósio I⁶ proibiu qualquer manifestação ligada ao corpo, além de acabar com o politeísmo grego, tornando o Cristianismo a essência da religião oficial do período. Abordaremos este ciclo a seguir.

2.1.1 Romanos: Silenciamento do Corpo

O discurso sobre o corpo que antes era contemplado e visto com amor, carinho, agora passava a ser objeto de repúdio, diretamente relacionado aos prazeres da carne e que deveria ser veemente negado. Todo o contexto de significação acerca do corpo foi mudado especialmente pela introdução do Cristianismo, determinado como sendo a religião oficial do Império Romano, em 380, conforme Courtine (2013). A essência dos discursos acerca do corpo começou a se delinear e se distanciar, pouco a pouco, dos valores gregos e passando a servir como instrumento de imposição e de poder. Uma das formas de acentuar a imponência e robustez que davam conta do corpo ideal daquele momento era retratar os imperadores através de grandiosos monumentos, assim o coletivo poderia olhar, acreditar e obedecer.

Assim, durante os mil e quinhentos anos seguintes, desde a proibição dos Jogos Olímpicos por Teodósio I até a determinação de seu retorno, de sua restauração, o corpo do ocidente se tornou uma afronta a si mesmo, constantemente alvo de enunciados que o humilhavam e o atribuíam culpas por ser feito de carne e de sexo (COURTINE, 2013). Segundo o autor, por isso, também, que o corpo começou a ser encoberto por tecidos e adereços que acabaram por constituir elementos de diferenciação social. Havia adornos exclusivos da nobreza, já que seria um sangue diferenciado, além de padrões de peso, altura, proporção corporal que se associavam a classes sociais específicas.

Naquele momento, incutia-se uma ideia de que era preciso suprimir o corpo em favor de uma elevação de espírito. Corpo e alma indicavam um dualismo, onde a alma prevalecia por estar destinada à salvação e o corpo, por ser considerado pecaminoso,

⁶ <https://history.uol.com.br/hoje-na-historia/nasce-teodosio-o-grande-imperador-romano> (Acesso em 19/03/2020)

destinava-se a pagar o preço da culpa. Isso acontecia através de castigos, execuções públicas e diferentes e sutis técnicas coercitivas (COURTINE, 2013).

Já na Idade Média, como veremos a seguir, discursos estruturados em cima de uma forte visão religiosa se instauraram e foi dado ao clero e aos senhores feudais o privilégio de decidir sobre o corpo alheio, o que não significava na maioria das vezes, que haveria um tratamento justo e digno para com esses corpos.

2.1.2 Idade Média: Corpo Pecador

Courtine (2013) discute esta época como um momento de contenção de corpos, isto é, sua essência é caracterizada pela instauração de discursos sobre repressão de um corpo culpado e perverso, que valorizava a produção e defendia a dominação e purificação dos pecadores através da punição. Havia pecado em tudo e tanto os homens quanto as mulheres deveriam cobrir seus corpos, nem mesmo casais, na intimidade, poderiam mostrar-se inteiramente um para o outro. O culto e a exposição dos corpos eram fundamentalmente proibidos.

Por se tratar de um momento em que a ordem era atingir a salvação da alma acima de todas as coisas, o corpo foi deixado de lado a tal ponto que até os estudos da anatomia sofreram uma recessão relevante se comparados aos demais avanços científicos e tecnológicos que ocorreram paralelamente. De acordo com Farhat (2008):

(...) o corpo era constantemente negligenciado e, conseqüentemente, considerado perigoso. O corpo feminino era considerado mais perigoso ainda e era chamado de “lugar de tentações”. Alguns teólogos diziam que as mulheres tinham uma ligação com o demônio, pois Eva havia nascido de uma costela torta de Adão e uma mulher, então, nunca poderia ser “reta”, o que a tornava conivente com o diabo e, portanto, muito mais “tentadora” e instrumento do pecado. Era considerado sacrilégio, a abertura e dissecação de cadáveres. Isso era considerado um dos gestos mais pecaminosos e por este motivo, a anatomia passou por um período de estagnação bastante grande (...) (FARHAT, 2008, p.19)

Todos esses discursos proibitivos em torno dos corpos vão perdendo a forma. Essa mudança de posicionamento se deve, em grande parte, pela influência renascentista, que apresentaremos a seguir.

2.1.3 Século XVII: Renascimento do Corpo

Foi com o Renascimento, movimento cultural, econômico e político que surgiu no século XIV na Itália e se consolidou no século XV por toda a Europa, que a liberdade do homem começa a ser questionada outra vez. Nesse ciclo da história, se passa do teocentrismo, onde Deus é o centro de todas as coisas, para o antropocentrismo, que coloca o homem como detentor das atenções.

Na primeira metade deste período, surgiu a fisiognomonia, isto é, uma junção da medicina com a astrologia. Tratava-se de uma tradição astrológica de interpretar marcas corporais. Já na segunda metade, a fisiognomonia sofre um descrédito crescente, fazendo com que aquelas representações científicas que usavam o corpo e sua antiga analogia entre as qualidades da alma e os traços morfológicos desaparecerem. Há um desencantamento do corpo (COURTINE,2013). Finalmente, no século XVIII surge uma cultura da diversão que esconde a ampla curiosidade pelo disforme. Acontece uma teatralização dos corpos enfermos, que chegam a ser levados para exposições em feiras como fenômenos vivos.

Devido ao racionalismo científico predominante na época, pouco a pouco os conhecimentos tradicionais da fisiognomonia vão se desfazendo. As crenças cosmo biológicas que perduraram milênios e davam, de certa forma, respostas às perguntas acerca do corpo humano, sentido e consistência, se desprendem do imaginário clássico da visão astro biológica do mundo característico das concepções medievais e das filosofias da natureza da Renascença. Conforme Courtine (2013, p.55/56), esse desprendimento de discursos “de um fundo antigo do saber corresponde assim um desencantamento do corpo: a emergência progressiva da visão de um corpo referido a ele mesmo, ordenado pela razão, habitado por um sujeito”.

Após uma longa desvinculação da esfera religiosa, dos milagres e piedades, o corpo já não era mais percebido da mesma maneira. Sob influência dos ideais iluministas, no século XVIII, o corpo sofre uma depreciação, uma minimização que intensifica a negação da vivência sensorial e corporal, colocando-o em um plano inferior e espetacularizando as diferenças (COURTINE, 2013) de corpos que estavam à margem do considerado “normal”. Discutiremos esse período a seguir.

2.1.4 Século XVIII: O Corpo (A)Normal

O século XVIII é caracterizado pelo surgimento dos teatros populares e outros meios de diversão. Com demanda para assistir e pagar para se entreter, a sociedade moderna aflorava o prazer de participar de feiras ao ar livre onde se presenciava as habilidades dos malabaristas, marionetistas, shows de comédia, exibição de animais e etc. Dentre as atrações também estavam as “curiosidades humanas” que, segundo Courtine (2013), eram pessoas com deformidades. Qualquer diferença ou deformidade era suficiente para que fosse atribuído o papel de monstro, sendo um fenômeno que juntava multidões em torno dos indivíduos. Havia um desejo de saciar uma curiosidade que parece estar inerente na essência do ser humano, isto é, o desejo de partilhar do sofrimento alheio, ao mesmo tempo em que reforça sua “normalidade” corporal e legitima sua identidade particular como sujeito. Tudo isso por meio de uma lucrativa indústria que ofertava os corpos tidos como estranhos e monstruosos ao julgamento do público presente em tais eventos.

De acordo com Courtine (2013), estranheza, raridade, unicidade e novidade foram elementos que introduziram o exercício da curiosidade travestido por mecanismos de diversão. Conforme o autor:

As feiras e as ruas do século XVIII oferecem aos olhares do habitante citadino, um universo diferentemente desencantado, onde as deformidades anatômicas se comercializam ao se teatralizarem, e nas quais o exercício da curiosidade popular se inscreve mais em uma cultura da diversão. (COURTINE, 2013, p.96)

Pouco a pouco, os olhares sobre o corpo mudam e passam a ser entendidos a partir de uma perspectiva diferente, com ares de compaixão, especialmente o monstruoso que vai se libertando do universo das diversões populares. Além disso, se desenvolve uma atenção científica com relação a esses seres humanos, que passam de monstros a enfermos, conforme veremos a seguir, no século XIX.

2.1.5 Século XIX: Corpos Enfermos

É no século XIX que o corpo considerado monstruoso finalmente se liberta da esfera das diversões populares e deixa de ser atrativo para se tornar enfermo. Há uma transformação nas percepções da deformidade humana, das sensibilidades ao

espetáculo e daqueles sujeitos que por ele são diretamente atingidos. Talvez seja esta ruptura entre o enfermo e o monstruoso uma das principais descobertas dessa época, uma vez que a eliminação dos comportamentos naturalizados no século anterior só foi possível através de uma mudança de olhar, do aperfeiçoamento médico que buscava reeducar esses seres “deformados”. Courtine (2013) argumenta que:

A deformidade não é cômica, ela supõe o sofrimento e uma espécie de vergonha. Nesses corpinhos disformes e encarquilhados, nesses homúnculos tirados do álcool existe uma alma, afinal, uma alma angustiada no fundo de uma caixa malfeita e talvez cheia de amargura (COURTINE, 2013, p.136)

Após reconhecerem que aquele ser humano que antes era uma atração devido aos seus atributos diferentes dos considerados normais tinha uma alma, a sociedade fomenta uma compaixão por aquele “inferior”, chegando a assumir um papel social de assistência para com aquele doente. Desta forma, ainda segundo o autor, são criados inúmeros projetos, instituições e técnicas para ajudar na reinserção pelo trabalho, incluir de alguma forma aquele corpo estranho no meio de uma sociedade considerada normal. Nos interessa, agora, oferecer uma contextualização histórica de cada período, antes de aprofundarmos esses dois pontos de extrema relevância para essa tese. Seguimos para o século XX.

2.1.6 Século XX: Corpo Singular

Os ideais positivistas firmados no século XIX, cujo único conhecimento validado era decorrente do conhecimento científico, são trocados por um relativismo que faz do corpo uma estrutura essencialmente simbólica, conforme discute Courtine (2013). O corpo que antes era anunciado como fenômeno vivo em feiras de excentricidades e que custosamente assumiu a condição de enfermo conquista, então, agora, um outro patamar, fazendo deles os mais novos cidadãos com direitos e deveres atestados e assegurados pelo Estado. O corpo começou a ser respeitado como algo singular.

Este corpo – físico -, depende de um conjunto de sistemas simbólicos para que consiga estabelecer-se no espaço social.

Do corpo nascem e se propagam as significações que fundamentam a existência individual e coletiva; ele é o eixo da relação com o mundo, o lugar e o tempo nos quais a existência toma forma através da fisionomia singular de um ator. Através do corpo, o homem apropria-se da substância de sua vida traduzindo-a para os outros, servindo-se dos sistemas simbólicos que compartilha com os membros da comunidade. (LE BRETON, 2007, p.7)

Aos olhos do coletivo, quaisquer manifestações corporais, voluntárias ou não, são significantes, mas adquirem sentido conforme o conjunto simbólico pertencente a determinados grupos sociais. Além do olhar do outro, precisamos de uma espécie de evidência, um “lugar de dissociação do eu” ao mesmo tempo que uma “superfície de inscrição”, argumenta Foucault (COURTINE, 2013, p.18). Essa superfície de inscrição é dotada de significações e subjetividades que ajudam a situar o indivíduo no mundo e que seguem determinados padrões

O estreitamento em direção ao eu, o ego, que resulta dessa transformação social e cultural, induz à verificação dos fatos de uma forte intuição de Durkheim, segundo a qual, para distinguir um sujeito de outro, “é necessário um fator de individualização, e é o corpo que desempenha esse papel (LE BRETON, 2011, p.26). Aqui, as pessoas aprendem a avaliar seus corpos conforme a interação com o ambiente e com os outros. Courtine (2013) explica que instaura-se uma nova ordem discursiva e ela coloca o sujeito na posição de controle para construir a perfeição legítima e se tornar seu próprio deus. E, complementando a mesma ideia, é nesse mesmo sentido que Foucault (2000a, p.344) afirma que “essa modernidade não liberta o homem em seu próprio ser; ela lhe impõe a tarefa de elaborar a si mesmo”.

Por fim, chegaremos ao século XXI, onde já está institucionalizada a convivência e os discursos sobre os corpos distintos refletem uma ordem discursiva mais integrativa e civilizada, mesmo que não por completo. O corpo do século XXI se esvai, talvez por isso Le Breton (2003) intitule sua obra que trata de tantas mutações de “Adeus ao corpo”, pois modifica-se por completo a essência do que até então se compreendia sobre o assunto.

2.1.7 Século XXI: Corpo Em Fragmentos

Descrever o cenário em que se vive é uma tarefa complexa e um tanto ousada, porém fundamental para compreender os discursos que circulam em nosso tempo.

Vive-se a era dos excessos, protagonizada por uma sociedade decepcionada na era do vazio e da hiperconexão, conforme aborda Lipovetsky (2007). Um contexto em que a publicidade, aproveitando os avanços da medicina e o crescimento do comportamento individualizado, fragmenta o corpo e transforma cada pedaço em um alvo potencial de consumo e/ou de tratamento.

A unidade se desfaz e os discursos sobre os corpos se transformam. O corpo, que antes fora desprezado e silenciado, visto como fonte de pecado e mantenedor de criaturas monstruosas e defeituosas, retoma o poder conferido a ele na antiguidade grega e volta a ser protagonista de si mesmo.

(...) o homem alimenta com seu corpo - percebido como sua melhor exploração - uma relação bem materna de indulgência terna, da qual extrai ao mesmo tempo um benefício narcisista e social, pois sabe que é a partir dele, em certos meios, que o juízo dos outros se estabelece” (BARBOSA, 2011, p.53).

Desta forma, percebe-se um desejo de diferenciação que geralmente é sanado de um jeito narcísico, elevando o status do sujeito - como os gregos faziam com seus deuses - diante de si mesmos e dessa nova maneira de enxergar seus atributos corporais, elevando sua realidade a um patamar superestimado e valorizado. Le Breton (2006) conceitua um mundo no qual a existência corporal é significada de acordo com uma decisão pessoal do indivíduo e não mais um resultado de combinações culturais e genéticas.

Na verdade, o sujeito toma consciência de que tem um corpo e se apodera dele como se fosse “uma superfície de projeção na qual se põem em seu devido lugar os fragmentos do sentimento de identidade pessoal fragmentada pelos ritmos sociais” (LE BRETON, 2011, p .273). Existe um dualismo que distingue o indivíduo de seu corpo e o coloca em posição de observador, permitindo intervenções e reformulações - sempre de acordo com as normas de determinada época - que possam ajudar no aperfeiçoamento deste “patrimônio”.

De fato, vimos que os discursos sobre o corpo foram sendo modificados conforme o passar do tempo e moldaram-se aos valores e à realidade da época. Por isso, concordamos com a colocação de Rodrigues (2008) sobre termos uma visão “contaminada” do corpo, ou seja:

Não possuímos uma visão “pura” do nosso próprio corpo, mas somente uma “interpretação” acerca dele, bem como dos outros corpos. Esta interpretação não é resultado de uma razão ou vontade independente e individual, mas de

uma “estrutura” complexa de relações mútuas entre as pessoas e as instituições. Esta estrutura é formada por uma malha de micropoderes, que atravessam nossos corpos, fazendo com que tenhamos determinados desejos, sentimentos e dores. O sujeito não é, definitivamente, dono da sua própria casa. (RODRIGUES, 2008, p.122)

Por isso Foucault (1998) defende que as relações se estabelecem numa tríade entre corpo, discursos e poder, um corpo histórico que é construído continuamente, inserindo e modificando os indivíduos permanentemente.

A partir de agora, passaremos a discutir Corpo e Discurso, pois o corpo também é o que se enuncia dele (LOURO, 2003), ou seja, construído pela e na linguagem. Ou, seguindo Foucault (1998a):

O corpo [é] superfície de inscrição dos acontecimentos (enquanto a linguagem os marca e as ideias os dissolvem), lugar de dissociação do eu (que supõe a quimera de uma unidade substancial, volume em perpétua pulverização. A genealogia, como análise da proveniência, está portanto no ponto de articulação do corpo com a história. Ela deve mostrar o corpo inteiramente marcado de história e a história arruinando o corpo”. (FOUCAULT, 1998a, p.22)

É a partir dessa visão que embasaremos as próximas páginas, pois concordamos com as definições de corpo para Foucault, isto é, um composto de forças que se encontram em permanente combate. É um corpo que não se limita às concepções orgânicas; antes de tudo, ele se apresenta como um campo sobre o qual operam diferentes dispositivos, conforme discutiremos a seguir.

2.2 Corpo e Discurso

Como recém discutimos, o corpo, na concepção de Foucault, é um conjunto de forças que estão em atrito no interior do sujeito. O corpo é entendido como algo produzido e investido por forças, não é algo único, homogêneo ou definitivo, pelo contrário, é moldado conforme o tempo e o espaço no qual o sujeito está inserido. Inicialmente, é preciso explicitar o que entendemos, aqui, por discursos e como ele se relaciona com o corpo, para passarmos a pensa-lo juntamente com o poder, no próximo tópico.

Para Paulo Veyne, citado por Courtine (2013, p.58), “os discursos são os óculos através dos quais, em cada época, os homens perceberam toda coisa, pensaram e agiram”. E, mesmo que passe constantes transformações e ressignificações no

decorrer de cada período, “o corpo humano era, e permanece para nós, coberto de signos, mesmo se a natureza destes, o olhar que os decifra, a posição de quem os interpreta e a intenção de quem os exprime se modificam historicamente” (COURTINE, 2013, p.78). Isto quer dizer, que apesar das mutações do olhar, o corpo permanecerá sempre como uma estrutura simbólica, construída por signos e cujas significações se encontram inscritas na própria pele do sujeito.

Compreendemos o discurso como Courtine (2013, p.27) sugere, ou seja, a partir do que Foucault chamou de “dispositivo”. “Dispositivo é um conjunto heterogêneo de instituições e de leis, de coisas e de ideias, de atos e de práticas, de palavras e de textos, de ditos e de não-ditos”. O discurso, segundo Foucault (1994):

não deve ser assumido como o conjunto das coisas que se diz nem como a maneira de dizê-las, ele está outro tanto no não-dito, ou não sinalizado por gestos, atitudes, modos de ser, esquemas de comportamento, deslocamentos espaciais. O discurso é o conjunto das significações coercitivas e constrangedoras que perpassam as relações sociais. (FOUCAULT, 1994, p.123)

Foucault (1994) não fala de corpos individuais, isto é, em seus discursos, o corpo é sempre falado como em relação a outros corpos, relações de poder, processos de subjetivação, etc. Portanto, como já discutimos, são corpos históricos e que devem ser pensados dentro do cenário social, político e cultural no qual está situado. Rodrigues (2008) ressalta a influência do olhar sobre o corpo. Segundo ele:

A percepção que possuímos de um corpo depende do olhar que vê este corpo. E este “olhar” não depende de um sujeito específico, mas de uma “estrutura”, de uma relação de “olhares”. Assim, o olhar interpretativo que o sujeito lança sobre o seu próprio corpo depende do olhar que o “outro” lança sobre este mesmo corpo. Este confronto de “olhares” na formação do discurso sobre o corpo constitui relações de “poder”. Estes discursos, constitutivos de significação, produzem “saberes”. (RODRIGUES, 2008, p.112)

Esses olhares alheios, somados às práticas discursivas que são atravessadas por relações de poder, atuam diretamente sobre os indivíduos. Apresentaremos melhor essas nuances de corpo e poder no próximo tópico. O que queremos frisar, aqui, é que o corpo toma forma, também, por meio das práticas discursivas. Tais práticas são resultantes de um jogo de poderes e saberes que, conforme Foucault (1994), tornam o corpo um constructo cultural que é carregado de significados e particularidades de um determinado momento histórico. Louro (2003) vai ao encontro desse pensamento e, no que diz respeito aos discursos, defende que:

O corpo é também o que dele se diz e aqui estou a afirmar que o corpo é construído, também, pela linguagem. Ou seja, a linguagem não apenas reflete o que existe, ela própria cria o existente e, com relação ao corpo, a linguagem tem o poder de nomeá-lo, classifica-lo, definir-lhe normalidades e anormalidades, instituir, por exemplo, o que é considerado um corpo belo, jovem e saudável, representações estas que não são universais nem mesmo fixas. São sempre temporárias, efêmeras, inconstantes e variam conforme o lugar/tempo onde o corpo circula, vive, expressa-se e é produzido. (LOURO, 2003, p.31)

Por isso, Louro (2003) destaca o necessário e complexo processo de percorrer a história, buscar mediações entre o momento atual e o passado, aprofundar o olhar, identificar vestígios e rupturas para que, assim, se possa iniciar um movimento de desnaturalização do corpo, evidenciando os distintos discursos que foram e ainda são cultivados em diferentes espaços e tempos. De acordo com Louro (2003), apesar das referências ao corpo estarem atreladas fundamentalmente ao momento histórico e não serem estáticas, isto é, permanecerem em constante mutação nos diferentes períodos, a carga simbólica e o poder de estigmatizar, excluir, inferiorizar e ocultar determinados corpos em detrimento de outros é permanente.

Finalmente, é preciso ter em mente que as práticas discursivas sobre o corpo são atravessadas por relações de dominação e poder (FOUCAULT, 2007) e incidem diretamente sobre os sujeitos e suas trocas sociais. Assim como o corpo não é apenas um pedaço de carne, as palavras que compõem os discursos não são esvaziadas de sentido. Pelo contrário, servem de insumos para pensar os fenômenos sociais da atualidade e seus contornos no imaginário social. É por meio dos discursos, conforme Foucault (2007) explica, que instauram-se práticas, promovem-se coisas e formam-se objetos. Esses mesmos discursos atuam como dispositivos disciplinares, revelam um jogo de micropoderes entre os indivíduos e seus saberes. Discutiremos o corpo a partir das noções de poder de Foucault (2007) a seguir.

2.3 Corpo e Poder

Apesar de não ser o objetivo de Foucault elaborar uma teoria geral do poder, ele deixou claro, em seus escritos, que acredita que o sujeito é formado por meio de relações de poder e dominação entre os indivíduos. O objeto de Foucault também não está centrado no corpo, mas, conforme Louro (2003) explica:

nas práticas sociais, nas experiências e nas relações que o produzem, num determinado tempo/local, de uma forma específica e não de outra qualquer. Para Foucault, o controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera apenas pela ideologia ou pela consciência, mas tem seu começo no corpo, com o corpo. (LOURO, 2003, p.34)

Louro (2003) ressalta a importância dos estudos de Foucault para o entendimento do corpo. Segundo a autora, trata-se de uma contribuição inegável, sobretudo porque considera os gestos dos sujeitos como construções culturais historicamente determinadas. A pretensão de Foucault foi a de explicitar como “as relações de poder operam sobre o corpo de modo imediato; elas o investem, marcam-no, dirigem-no, supliciam-no, submetem-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhes sinais” (FOUCAULT, 1975, p.30). Para ele, todo poder comporta um “corpo”, uma vez que atua por diferentes vias, mecanismos e instrumentos, mas fisicamente situando o sujeito no tempo/espaço.

Rodrigues (2008) publicou um estudo que abordou especificamente a relação entre o corpo e o poder a partir dos conceitos de Michel Foucault. Nesse trabalho, o autor explica que Foucault:

Considera o poder como uma prática social em constante transformação e constituído historicamente, e não como uma realidade que possua uma natureza, uma essência que poderia ser definida por suas características universais. Não existe algo unitário e global chamado “poder”, mas unicamente formas díspares e heterogêneas. (RODRIGUES, 2008, p.121)

Desta forma, o indivíduo seria constituído através dos efeitos de tais relações de poder, instituídas por discursos e associados a determinados saberes. A própria produção de saberes, como vimos no tópico Corpo e Discurso, está atrelada ao exercício do poder e a formas – nem sempre explícitas – de dominação. Foucault (1998a) discute que:

(...) pensamos em todo caso que o corpo tem apenas leis de sua fisiologia, e que ele escapa à história. Novo erro; ele é formado por uma série de regimes que o constroem; ele é destroçado por ritmos de trabalho, repouso e festa; ele é intoxicado por venenos – alimentos ou valores, hábitos alimentares e leis morais simultaneamente; ele cria resistências. Uma teorização social que busque problematizar a produção do corpo considerando essa sua historicidade, a partir das práticas que o constituem, não pode se apoiar em nenhuma “constância”, pois nada no homem – nem mesmo seu corpo – é bastante fixo para servir como fundamento de uma teoria. (FOUCAULT, 1998a, p.273)

Assim, a partir dessa concepção foucaultiana, percebe-se um corpo que “está desativado de sua condição de agente e passa a ser *locus* sobre o qual incidem as técnicas de poder.” (FONSECA, 2015, p.18). Isto quer dizer que, se o corpo é resultante de um constructo cultural, todas as suas práticas que o produzem também o são. Então, como já temos defendido até aqui, um corpo não é apenas um corpo, ele é um conjunto de signos que determinam sua produção.

Comumente, a palavra “poder” remete a um conjunto de forças associadas ao Estado. Entretanto, Foucault (1998) argumenta que o poder, na sociedade moderna, não se conecta exclusivamente com o aparelho do Estado, ou seja, ele também se manifesta na vida cotidiana e circula sutilmente entre os indivíduos. Por não ser decorrente unicamente das forças do Estado, Foucault busca desconstruir tal assimilação entre Estado e poder. Segundo Rodrigues (2008):

Estudando a formação histórica das sociedades capitalistas, Foucault acredita ter evidências suficientes para deslocar do Estado a investigação fundamental acerca do poder. O poder é exercido pelas pessoas em suas relações cotidianas; portanto, é exercido na forma de micropoder. (RODRIGUES, 2008, p.121)

O poder, desta forma, não está resumido em uma relação transparente entre subordinado e subordinador. Ao contrário, está encoberto pelas tramas sociais e pela atuação dos indivíduos em relação a si mesmo e ao coletivo. Rodrigues (2008) discute que a produção dos corpos acontece, simultaneamente, na esfera coletiva e individual. “Nem a cultura é um ente abstrato a nos governar nem somos meros receptáculos a sucumbir às diferentes ações que sobre nós se operam. Reagimos a elas, aceitamos, resistimos, negociamos, transgredimos (...)” (RODRIGUES, 2008, p.37). Trata-se de um corpo, continua Rodrigues (2008), que se revela como uma peculiaridade de cada indivíduo, de um “eu próprio”, também é compartilhado e coabita com uma infinidade de outros corpos produzidos nesta época e cultura.

Oliveira e Mendes (2017), explicam que o corpo deixa de ser “alvo dos suplícios e punições e passam a ser objetos de disciplina, devendo dessa forma ser formados, reformados e corrigidos, para assim tornarem-se úteis e dóceis” (p.3). O corpo, assim, seria um espaço de contestações, onde diversas lutas que afloram do exterior se fundem no interior do sujeito, que, por sua vez, encontra-se preso e atrelado nesse sistema de poderes, através dos quais vão se instaurando valores, legitimações, limitações, opressões, etc.

Finalmente, conforme Rodrigues (2008, p.122) afirma, “ocorre uma luta em que o aumento de controle sobre o corpo gera também maior consciência sobre o corpo, que então reage ao controle excessivo que é exercido sobre ele. Mas esta reação emancipatória provoca uma contra-reação por parte daqueles que se beneficiam dos controles corporais, e assim por diante, sucessivamente. Conforme avançamos nesta pesquisa, veremos o quanto essa reação gerada a partir de uma consciência do sujeito com seu próprio corpo pode aparecer nas mídias sociais. Por isso, antes, se faz necessário abordarmos conceitos importantes para entender o contexto da conversação mediada por computador (CMC) e assim, posteriormente, conseguir fazer a conexão com a *hashtag* #BODYPOSITIVE manifestada no *Instagram*. Este será o segundo capítulo desta tese.

Neste capítulo, trouxemos conceitos que envolvem a concepção de corpo. Dialogamos com as noções de Le Breton (2006;2014) e Louro (2003), sempre buscando pontos convergentes com a teoria de Foucault. Fizemos uma breve retomada na história, evidenciando pontos chaves de cada período, desde os antigos gregos até os tempos atuais, onde o corpo é fragmentado (LE BRETON, 2014). Isto porque vamos ao encontro da ideia de Foucault de que os corpos são superfícies de inscrições que transportam a história através de suas marcas e manifestações.

Após fazermos as considerações e chegarmos na discussão do corpo no século XXI, passamos para o tópico Corpo e Discurso, onde discutimos, especialmente a partir de Foucault (1998), como os discursos também produzem determinados saberes sobre corpos e são capazes de instaurar relações de poder entre os indivíduos que nem sempre agem de forma consciente diante dessas trocas. Após debater a questão que envolve corpo e discurso, passamos para o último tópico deste capítulo, chamado Corpo e Poder. Neste espaço, discorreremos sobre as formas sutis de poderes que investem os corpos e circulam entre os sujeitos e suas comunidades. Também vimos que o poder não vem, necessariamente da aparelhagem do Estado. Mais que isso, para Foucault (1998), o cotidiano está cheio de práticas de dominação e poder, o que o autor denominou de micropoderes.

A ideia deste capítulo, por fim, foi apresentar noções que demonstrem com o corpo passou a ser objeto de métodos disciplinares, um conjunto de saberes e poderes que se investiram e se consolidaram nos corpos. E, para pensar no contexto atual, é necessário considerar, também, o universo *online*, levando em conta suas particularidades e buscando entender as negociações, as construções e as

representações *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007), dos públicos em rede e do *Instagram*, plataforma que nos propomos a analisar. É disso que o próximo capítulo dará conta.

3. MÍDIAS SOCIAIS, CONVERSÇÕES E CONTEXTOS NO *INSTAGRAM*

O presente capítulo tem o objetivo de apresentar o ambiente digital e suas particularidades, contextualizando o ciberespaço e a conversação mediada por computador (CMC). São premissas básicas para compreender e identificar os discursos construídos nesse ambiente, pois demonstram os contrastes entre *online* e *offline* e as interferências diretas na maneira de comunicar-se com os outros, que exigem adaptação constante e se tornam tão dinâmicas como o espaço em que se desenrola (RECUERO, 2012). Veremos que as discursivizações são livres para serem criadas dentro das limitações de cada ferramenta e do domínio do indivíduo sobre ela e mostraremos como a negociação de contextos se estabelece nas interações. E trabalharemos, a partir da noção de públicos em rede desenvolvida por Boyd (2007), as características desse tipo de conversação.

Feito isso, trataremos da sociabilidade *online* e como o desejo de pertença é capaz de mobilizar usuários em torno de objetivos comuns, no caso desta tese, o ponto convergente é o corpo e os discursos que circulam sobre ele no *Instagram*. Entretanto, para que isso aconteça, o indivíduo precisa se representar e interagir com os demais usuários da rede, isto é, ele precisa ser visto e legitimado. Assim, abordaremos a teoria dramaturgic de Goffman (2012), desenhando para o leitor o espetáculo que cada sujeito é capaz de realizar para seus espectadores na rede. Há um jogo de linguagens e valores que circulam nos mesmos ambientes e que definem como cada voz é, efetivamente, entendida, de forma intencional, mas também implícita e subentendida. Nesse momento, apresentaremos as possibilidades de colaboração e conflito e como as faces precisam conviver e se proteger (BROWN E LEVINSON, 1969) virtualmente em meio a outras tantas representações e papéis sociais que são criadas pelos atores na rede.

Passaremos, finalmente, a pensar elementos contextuais e a importância dos mesmos a CMC. Após apresentar o micro e macrocontexto (RECUERO, 2012), introduziremos a plataforma escolhida na discussão, a saber, o *Instagram*. Aqui, abordaremos os motivos de ter sido esta a rede social escolhida para a presente tese e mostraremos, de uma maneira geral, como se dá o funcionamento da ferramenta e seus principais recursos. Trataremos de características determinantes e específicas do *Instagram*, culminando na discussão sobre as *hashtags*, tipificando os usos

comuns e demonstrando a relevância para entender os discursos sobre os corpos e como eles são ajustados e adequados em determinadas *hashtags* que representam valorações diferentes sobre o mesmo assunto. Feito isso, passaremos para a metodologia e sistematização da análise dos dados.

3.1 Ciberespaço

Em 2008, André Lemos falava da tendência que toda a economia, cultura, saber, política e diversas outras estruturas sociais do século XXI passariam pelo ciberespaço. Se nesta época o autor já notava tal presença virtual no cotidiano, agora, em 2020, não podemos negar que as relações estão imersas na internet e a mediação do ambiente digital é de extrema relevância para o dia a dia do sujeito contemporâneo. O que o autor previu, anos atrás, efetivamente é o que está acontecendo atualmente. É um espaço poroso e rizomático, conforme Lemos (2008), que atua como um tipo de experiência coletiva e que está atrelado a estruturas arcaicas, simbólicas e imaginárias da vida em sociedade.

Ao adentrar nesse ambiente virtualizado, onde não há mais estabilidade, certezas e sequer uma limitação temporal, o indivíduo passa a ser parte dessa esfera discursiva alternativa, que possui particularidades e complexidades próprias. Na verdade, esse ambiente tem se mostrado como um fenômeno social, ou seja, o ciberespaço deixa de servir somente como base para a produção de discursos e toma o posto de importante fenômeno regido por uma cultura estabelecida em rede e permitindo que se instaurem novos tipos de sociabilidade, como veremos.

Segundo Lemos (2008):

O ato de se conectar ao ciberespaço sugere versões dos ritos de agregação e de separação, onde a tela do monitor possibilita a passagem a um outro mundo. A tela é a fronteira entre o individual e o coletivo, entre o orgânico e o artificial, entre o corpo e o espírito. O ciberespaço é o espaço simbólico onde se realizam, todos os dias, ritos de passagem do espaço físico e analógico ao espaço digital, sem fronteiras. Conectar-se ao ciberespaço significa ainda, mesmo que simbolicamente, a passagem da modernidade (onde o espaço é esculpido pelo tempo) à pós-modernidade (onde o tempo comprime o espaço); de um social marcado pelo indivíduo autônomo e isolado ao coletivo tribal e digital (LEMOS, 2008, p.132)

Por isso, conforme explica Lemos (2008), ao eliminar as amarras físicas impostas ao sujeito, também chamado de ator social, é possível reavaliar padrões e valores, assim como revisar fronteiras – especialmente as invisíveis – constituídas instintivamente no contexto *offline*. Luz (2015) faz uma analogia do ciberespaço com uma grande colcha de retalhos discursiva costurada através das trocas cotidianas, no espaço *offline* ou *online*. De acordo com sua perspectiva, o ambiente é visto como um local onde “ideias e tempo e espaço são assimétricas e dão vazão às concepções de simultaneidade, ubiquidade, atemporalidade, não-linearidade. Nesse espaço, o tempo é líquido, assim como as relações e a própria linguagem” (LUZ, 2015, p.18). A liquidez mencionada está diretamente associada aos conceitos efêmeros que Bauman (2007) faz da sociedade contemporânea.

Assim, diante dessas rupturas com práticas de comunicação tradicionalmente conhecidas, o ciberespaço apresenta um novo cenário que é puramente contextual e passível de ser construído, reformado e reformulado quantas vezes forem consideradas necessárias (RECUERO, 2012). Por não contar com o respaldo físico e temporal, as relações que se estabelecem nesse ambiente simbólico são criações de seus enunciadores, isto é, a legitimação da identidade de um sujeito, por exemplo, depende diretamente da fabricação de sua representação *online* do *self*, conforme trabalham Boyd e Ellison (2007) se referindo aos públicos em rede, como ainda discutiremos. O fato é que se constrói uma identidade que demonstra para a rede seus valores, singularidades e sua representação ideal.

Seguindo o pensamento de Lemos (2007, p.132), vemos que esse “sujeito, ou ator social, se faz conhecer pelo discurso, se legitima pela palavra, ou seja, a construção de si é realizada por meio do processo comunicativo, via extensão tecnológica, na esfera digital”. Isso tudo acontece porque, segundo Recuero (2014):

No ciberespaço, pela ausência de informação que geralmente permeia a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por essas palavras. Essas palavras, constituídas como expressão de alguém, legitimadas pelos grupos sociais, constroem as percepções que os indivíduos têm dos atores sociais. (RECUERO, 2014, p.27)

Isso quer dizer que o ciberespaço é utilizado para representar o ator contemporâneo e a estruturação de suas relações quando mediadas pela tecnologia. É por isso que consideramos necessário apresentar os conceitos sobre CMC e

sociabilidade, pois, assim como depende do indivíduo a produção discursiva a partir da apropriação dos recursos disponíveis em cada ferramenta, há um papel primordial que está situado na sociabilidade. Pois o ciberespaço, ao servir de base para que as interações aconteçam (JONES, 1995) acaba por desencadear novas e incontáveis formatos de conversação, uma vez que é a partir desse espaço que a necessidade de pertença a agrupamentos contemporâneos é radicalmente potencializada e ampliada nas trocas entre os indivíduos. Pois, como explica Recuero (2012, p.2) sobre as relações sociais em rede, “é na CMC que as relações sociais são forjadas” através da comunicação realizada entre os atores sociais.

3.2 Conversação Mediada Por Computador (CMC)

A própria tecnologia impõe um jeito novo de se comunicar, que precisa ser constantemente adequado para satisfazer a ausência de elementos importantes na conversação *offline*, como a entonação, os gestos, o contexto e quaisquer indícios não verbais que há muito tempo auxiliam a nossa percepção durante a comunicação. Entendemos a CMC como um espaço de conversação criado no ciberespaço através da apropriação das ferramentas, que nem sempre são criadas originalmente para determinado fim, mas que são constantemente reinventadas e transformadas em outro tipo de instrumento utilizado para mediar conversações entre usuários.

Por sustentar e permitir que tantas relações se estabeleçam, Jones (1995) explica que a CMC, por respaldar e interferir diretamente na estruturação de interações, oferece o próprio meio para que elas aconteçam, como se fosse um motor de relações sociais. Desta forma, é preciso se apropriar da técnica para adaptar a conversação que há tempos está ancorada na comunicação face a face, mas que agora possui características que lhe são próprias e que exigem do sujeito que tenha um mínimo de domínio (Herring, 2001) sobre a ferramenta que está realizando sua interação e, é válido ressaltar, cada plataforma viabilizadora da CMC tem singularidades e limitações.

Isto quer dizer, segundo Recuero (2012), que:

Essas características e sua apropriação são capazes de delinear redes, trazer informações sobre sentimentos coletivos, tendências, interesses e intenções

de grandes grupos de pessoas. São essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e organizam protestos, criticam e acompanham ações de políticas públicas (Recuero, 2012, p.17-18)

A partir dessas características, buscaremos identificar os discursos acerca do corpo e como eles são adaptados. Enquanto a representação e produção dos discursos revela um caráter individual da CMC, a necessidade de validação de tais discursos aponta para sua dimensão coletiva, já que é preciso ser legitimado para que o sujeito e seus enunciados passem a existir (RECUERO, 2012). A complexidade da rede submete os sujeitos à determinações das ferramentas que estão sendo usadas para a conversação e da reação de outros usuários que compartilham do mesmo espaço, já que, como argumenta Recuero (2012, p.28), “a ocorrência de uma conversação necessita de que os participantes compreendam e legitimem os enunciados um do outro, alternando-se na fala e negociando o contexto do processo”. É uma nova maneira de estabelecer relações, um jeito cada vez mais público e pertencente a uma comunidade ampla, uma sociedade em rede (CASTELLS, 1999) situada em um espaço incerto e com fronteiras alargadas.

Traremos para discussão um tópico somente sobre a sociabilidade *online*, a fim de enriquecer os conceitos que amparam o presente estudo. Entretanto, antes de apresentar a importância do coletivo para a constituição do sujeito, especialmente quando mediado pela tecnologia, indicaremos características básicas para pensar a CMC. Pois a CMC não consiste em uma mera mediação do computador e não deve ser vista desta forma, superficialmente, da mesma maneira que o ciberespaço não é apenas um espaço alternativo com apropriação técnica para conversação. Ambos fazem parte dos fenômenos sociais contemporâneos, que balizam e norteiam a atuação humana em determinado momento. Diante das possibilidades oferecidas pela tecnologia, uma nova ordem discursiva e estrutural foi formada, um ambiente de convivência, de sociabilidade, mas especialmente de constituição do sujeito contemporâneo e suas estratégias para ver, ser visto, integrar e agregar seus conhecimentos a alguma filiação com o coletivo que o faça sentir-se parte de uma natureza maior, dando sentido às relações e modificando-as através da linguagem e seus recursos.

Esse formato de comunicação é chamado de conversação em rede (RECUERO, 2012), pois se estabelece em um espaço fundamentalmente anônimo,

deixando ao indivíduo a possibilidade de utilizar recursos para construir sua imagem *online* e o contexto das conversações realizadas pela mediação do computador. Trata-se de uma nova maneira de se comunicar, extremamente pública e coletiva, que deixa rastros na web, conforme discute a autora.

Essas características são extremamente úteis para que possamos compreender o ambiente das conversações *online*. Mais do que dos públicos, essas são características da interação entre o espaço e a mediação. É nessa interseção que está gerado o ambiente no qual a conversação poderá tomar espaço. (RECUERO, 2012, p.43)

Assim, ao pensar em CMC devemos pensar no necessário distanciamento físico que caracteriza esse tipo de comunicação entre os indivíduos. Neste espaço não há como contar com elementos não verbais e não há suportes estáveis na comunicação. Isto quer dizer que ao buscar constituir novas relações na rede, o indivíduo precisa construir não só sua representação como personagem (GOFFMAN, 2013), como veremos adiante, mas também é obrigado a criar contextos que eram inexistentes até a instauração da conversação (RECUERO, 2012) e adequar suas práticas sociais a um universo simbólico que não se sabe nem bem o que é.

Boyd (2010) afirma que essa nova maneira de comunicação oferece ao ator social um espaço próprio para que possa fazer sentido no mundo, mudando da essência da forma como buscam seu lugar de pertencimento na sociedade. É uma conversação que não pode ocorrer sozinha, pois depende exclusivamente da cooperação, legitimação e especialmente negociação (RECUERO, 2012) dos indivíduos. Tal transformação é manifestada pelo o que Boyd (2010) chama de públicos em rede, isto é, públicos que foram reestruturados pela CMC, culminando em construções da própria representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007) para uma comunidade imaginada. Uma vez mediados por uma ferramenta, os sujeitos precisam dominar as possibilidades existentes e, a partir do ambiente virtual, “recriar” elementos que consigam ser significantes o suficiente para conseguir comunicar o que o indivíduo efetivamente quer falar para seus grupos. Aqui citamos os *emojis*⁷, *gifs*⁸, vídeos e as mais diversas opções para criar avatares e representações digitais cada vez mais personalizadas. Isso porque, ao entrar na rede, o usuário não é nada mais

⁷ <https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoji> (Acesso em 12/09/2020)

⁸ <https://pt.wikipedia.org/wiki/GIF> (Acesso em 12/09/2020)

do que um simples endereço de IP⁹ e, assim como no ambiente *offline*, precisa representar papéis sociais (GOFFMAN, 2013). Discutiremos isso mais adiante.

De fato, o indivíduo pode ter uma breve ou estimada noção de quem é o público que acessa as suas informações, mas nunca terá certeza alguma se suas suposições atendem ou não à realidade. Boyd (2007) denomina de audiências invisíveis, justamente por conta do anonimato e falta de elementos que ajudem a mensurar a participação do coletivo em determinada relação. São características dinâmicas que mudam de acordo com a ferramenta utilizada na CMC. Recuero (2012) entende que:

Como o corpo físico, elemento fundamental da construção da situação de interação, não é um partícipe do processo no espaço mediado, há uma presunção de anonimato gerada pela própria percepção deste. É por isso que as audiências são invisíveis por princípio. Há um distanciamento físico causado pela mediação entre os interagentes, e essa não proximidade está relacionada ao descolamento do processo conversacional da copresença. (RECUERO, 2012, p.44)

Outra potencialidade exclusiva da CMC é a memória e armazenamento dessas trocas, possibilitando que sejam resgatadas e visualizadas novamente. Isso, por sua vez, enriquece as oportunidades de análise desta tese, facilitando a identificação de elementos chave para compreender, ao menos em parte, o desenrolar dessas relações. De acordo com Boyd (2007), existem quatro elementos específicos da CMC entre os públicos em rede e as audiências invisíveis, a saber, a persistência, a replicabilidade, a escalabilidade e a buscabilidade. Como mencionamos anteriormente, a CMC permite que o indivíduo recupere determinado discurso, no caso desse trabalho, em forma de enunciados contidos nas publicações que utilizaram as *hashtags* que nos propomos a analisar, além de considerar as interações com a postagem em questão. Essa capacidade de busca e resgate de conteúdo, segundo a autora, só é viável devido a persistência dele na rede.

Com o suporte desse novo formato de comunicação, depois de acessar o que se procurava, também é possível disseminar a mensagem a um expressivo número de usuários também conectados na mesma rede. Essa aptidão característica da CMC é o que Boyd (2007) define como escalabilidade, pois o conteúdo consegue atingir outros usuários em grande escala, pois não está limitado pelo espaço físico, ao

⁹ O termo IP (*Internet Protocol*) é um número identificador dado ao seu computador, ou roteador, ao conectar-se à rede. É através desse número que seu computador pode enviar e receber dados na internet. O IP é definido pelo seu provedor de Internet.

contrário, o indivíduo passa a integrar uma sociedade em rede (CASTELLS, 2003), também chamada de aldeia global (MCLUHAN, 1964).

Com a mediação do computador, a linguagem passa a se constituir como fator fundamental na criação do sujeito na internet e também fora dela. Apesar de ser recheado de opções audiovisuais, imagéticas, *gifs* e *emojis*, a base da CMC ainda está na linguagem (HERRING, 2001). O que interessa, aqui, é mostrar que através da tela, é possível misturar significados, onde cada um é uma diversidade de partes, conexões e fragmentos. Então, a CMC se dá em um ambiente relativamente anônimo em que as ferramentas são (re)apropriadas pelos usuários como forma de negociar (RECUERO, 2012) sua presença no espaço digital, limitando-se às possibilidades que o espaço determina e ajustando a conversação de acordo com as lacunas deixadas pelas características de seu instrumento de mediação (HERRING, 2001).

Afinal, como espaço simbólico, essas ferramentas vão oferecer espaços de construção de práticas que vão ampliar a negociação de sentido de seus usuários, criar convenções (como os *emoticons*) e ajustar contextos que vão permitir a conversação. Assim, ferramentas diferentes vão oferecer contextos de apropriação diferentes da linguagem (RECUERO, 2012, p.48-49)

De certa forma, percebemos que a liberdade encantadora das redes ainda cerceia o indivíduo, nem que seja limitando-o ao seu domínio da plataforma utilizada. Recuero (2012) afirma que ambientes de CMC tem a capacidade de oferecer contextos “ampliados”, mas que precisam necessariamente passar por um processo de negociação entre os sujeitos nesse espaço. A autora ainda argumenta que é muito comum que os contextos da conversação *online* sejam apropriados pelos seus utilizadores como formas de construir uma identidade na internet. Mesmo que mediada, há uma presença que depende da disposição e interpretação de informações deixadas – intencionalmente ou não – pelo autor do enunciado.

Com a diversidade de recursos e ferramentas que auxiliam na elaboração desses discursos, o sujeito é levado a interagir elencando formatos completamente distintos, mas que permeiam a mesma conversação. Herring (2004;2012) nomeia essa potencialidade de multimodalidade. Recuero (2012), a partir da ideia de Herring (2001; 2004; 2012), argumenta que a partir de um único espaço, múltiplos módulos são acrescentados na comunicação.

Há vários modos de conversação que podem coexistir num mesmo evento. Comumente, graças à interface gráfica que permeia a maior parte da

conversação digital, a multimodalidade refere-se às formas de linguagem que podem coexistir (por ex: imagem e texto) (RECUERO, 2012, p.61)

Com as potencialidades e possibilidades oferecidas pela tecnologia, então, formou-se uma nova estrutura, um ambiente de convivências no qual novos papéis vão surgindo simultaneamente, estão em consonância ou não, com o papel social desempenhado pelo mesmo indivíduo no ambiente *offline*. A CMC se tornou um ambiente contextual comum, onde é possível construir novas formas de sociabilidade e onde os indivíduos almejam o pertencimento e legitimação do coletivo. Se a cada diálogo estabelecido na rede há sociabilidade, cabe agora discutir os conceitos que envolvem esse sentimento particular do usuário em relação aos agrupamentos mantidos *online*.

3.3 Sociabilidade *Online*

Em linhas gerais, o termo sociabilidade é empregado para designar a relação entre sociedade e indivíduo, onde os dois significam simultaneamente “a tendência para a vida em sociedade e a maneira de estar integrado numa sociedade” (WILLEMS, 1961, p.311). Da mesma forma, a sociabilidade contemporânea, por ser estruturada a partir da CMC, origina um novo horizonte (cultural, pessoal, institucional, etc.) aparada no ciberespaço e entrelaçado a uma cultura em rede, onde a liberdade do sujeito pode parecer convidativa para a construção e desconstrução de identidades capazes de promover ou proteger o usuário diante de suas conexões e agrupamentos.

Entender os aspectos da sociabilidade *online* se torna relevante para essa pesquisa, pois o jogo de seguidores e seguidos no *Instagram*, mídia social escolhida para análise, se dá especialmente com base na elaboração de perfis que vão de acordo com determinados valores, nesse caso, os valores que compõem as comunidades fitness e os que discutem os valores do corpo e as padronizações impostas pela sociedade e mídia de massa, como o movimento *BoPo*. Desta forma, o sujeito ajusta seus discursos para ser aceito e sentir-se pertencente a determinados grupos inseridos na rede.

Lemos (2010) argumenta que através do ciberespaço são desencadeadas múltiplas interações e processos de colaboração entre os sujeitos que desejam se representar a partir desta comunicação contemporânea. Segundo o autor, esses

espaços são “vetores de agregação social, de vínculo comunicacional e de recombinações de informações das mais diversas sobre formatos variados” (LEMOS, 2010, p.38). Tudo isso se dá por meio do compartilhamento de conhecimentos, experiências, ideologias que defendem pensamentos individuais e auxiliando na representação de determinada identidade.

Maffesoli (2006) afirma que só se dá sentido à vida quando ela é vivenciada em coletividade, isto é, na relação com os outros, na integração ao agrupamento social. Para o autor, a comunicação é a forma sensível da contemporaneidade e revela características próprias da esfera discursiva que permeia esse momento social, os valores e as constituições que fazem o indivíduo contemporâneo existir, efetivamente, na internet. Segundo o autor, “é nesse sentido que é preciso compreender a construção social da realidade que, ao contrário do que sempre se pensa, é essencialmente simbólica. O mundo que eu sou é, portanto, um conjunto de referências que divido com outros” (MAFFESOLI, 2006, p.259). Contudo, é relevante ressaltar que o compartilhamento dessa realidade é capaz de ser modificado pelo próprio sujeito conforme ele vai se apropriando das ferramentas para essa produção do ator ideal individual e coletivo.

Ao debater questões do mundo das tribos, Maffesoli (2006) defende que atualmente já não existe mais um indivíduo com comportamento estático, concreto e imutável, pois a época em que vivemos é propícia para que um mesmo sujeito circule e estructure suas conversações assumindo múltiplos papéis, com fachadas (GOFFMAN, 2013) específica para suas relações cotidianas. No espaço *offline*, há um cerceamento que impede que o ator social usufrua de papéis sociais destoantes, isto é, que não estão de acordo com as normas estabelecidas em determinado ambiente. Assim, uma pessoa que está limitada a ocupar papéis bem delimitados como o de pai, de filho ou de professor, por exemplo, não tem alternativas a não ser corresponder ao esperado para aquele papel. Ao se conectar, o mesmo indivíduo se desfaz das amarras do espaço físico, permitindo que ele experimente novas identidades e representações, seja de um garoto de 13 anos, de uma *drag queen*¹⁰ ou de uma jovem experimentando a realidade da maternidade, por exemplo. Não importa o papel assumido, o fato é que é plenamente possível vivenciar tais

¹⁰ https://pt.wikipedia.org/wiki/Drag_queen (Acesso em: 12/09/2020)

realidades ou, pelo menos, não sobrepor ou criar atrito entre suas outras funções representadas *offline*. Isso, é claro, se não for identificado e sofrer as consequências e restrições nos dois ambientes.

Independentemente de ser *online* ou *offline*, o desempenho desses papéis depende da comunicação e do sentimento de pertença. Lembramos o pensamento de Goffman (1996) que afirma que o homem em sua sociedade recorre a maneiras diferentes de representações para mostrar aos outros. Isso quer dizer que, através das relações estabelecidas em sociedade, o ser humano manipula a própria apresentação de seu “eu” em relação aos papéis já estruturados. Assim, as relações são estruturadas de forma a proporcionar a constituição de um mundo novo pelo indivíduo. Nesse sentido, apesar das diferenças, de modo semelhante ao que ocorre *offline* ao citar Berger e Luckman (1985), Ribeiro (2001) complementa a ideia de participação dos sujeitos em suas representações.

(...) cada um de nós não somente compreende as definições das situações partilhadas, mas somos capazes de defini-las reciprocamente. Estabelece-se entre nós um nexos de motivações que se estende para o futuro. Mais importante ainda é o fato de haver agora uma contínua identificação mútua entre nós. Não somente vivemos no mesmo mundo, mas participamos cada qual do ser do outro. (BERGER E LUCKMAN, 1985 apud RIBEIRO, 2001, p.143)

Na CMC, especificamente no interior dessas plataformas, é instaurado um espaço de convivência onde os usuários estabelecem relações com intensidades diferentes e vão, com o decorrer do tempo, sendo reconhecidas e naturalizadas por outros indivíduos, constituindo uma realidade alternativa e fundamentalmente construída pelos sujeitos.

Nesta tese, também buscaremos identificar discursos que passaram por transformações e moldaram-se de forma a se adequar a valores de um agrupamento novo, com outro viés de significação, mas ainda fazendo do corpo o elemento principal de seus enunciados no *Instagram*. Desta forma, será possível observar o dinamismo e a efemeridade das conversações e trocas sociais pelos atores em suas redes. Lemos (2010) enriquece tais colocações ao afirmar que esses discursos estão interconectados às trocas de experiências e informações que abastecem o ciberespaço com novas representações. Para ele, é essa interconexão global que modifica os espaços, o coletivo, os indivíduos e a maneira com que se

dão os modos de partilha, os governos e a forma como esses atores fabricam suas identidades.

A sociabilidade *online*, então, permite que circulem concomitantemente uma multiplicidade de identidades (RIBEIRO, 2001) nesse espaço. São usuários que negociam suas interações através da apropriação e disposição de elementos que consigam preencher as lacunas deixadas pela conversação *offline*.

Ou seja, constituem-se em elementos que são apropriados, modificados e utilizados de acordo com normatizações estabelecidas pelos grupos. Eles vão constituir o contexto da conversação e guiar o andamento e a negociação da mesma. De certa forma, eles são responsáveis por reproduzir o ambiente da conversação, guiando os atores com relação à cultura estabelecida e às normas (RECUERO, 2012, p.78)

Abordaremos essas apropriações em momento oportuno, já que antes consideramos necessário explicar como se dá a representação dos sujeitos e como a CMC alterou os mecanismos de cooperação e ameaça entre eles durante a troca social no interior de dada ferramenta. Após essa conceitualização, partiremos para os elementos contextuais, onde observaremos a apresentação de referências fundamentais para essa tese, como o micro e o macro contexto e o emprego de *hashtags*, por exemplo.

3.4 Armando o Espetáculo Discursivo

Entendemos, nesse trabalho, que a construção e representação de cada sujeito na CMC depende de uma estrutura discursiva que além de cooperar com as demais identidades que circulam na rede, não ameacem a própria construção de si. Embasaremos nossa análise na concepção dramaturgica de Goffman (2012), onde há um espetáculo criado por cada ator social que é apresentado aos outros atores num palco que nada mais é do que a sociedade. Com a CMC, esse palco passou a se estabelecer *online* e permanentemente.

Tais noções são relevantes para essa tese, na medida em que os enunciados construídos acerca do corpo no *Instagram* são diretamente ligados à representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007) que cada indivíduo faz de si mesmo e dissemina através das possibilidades multimodais (HERRING, 2014) desse tipo de conversação mediada. No jogo de administração de faces e de egos, conforme Goffman (2012) explica, acaba por transformar atos comunicativos em atos morais.

Através de resquícios analisados, pretendemos identificar em que medida esses universos discursivos são armados e podem conter, em seu interior, implicitamente ou subjetivamente (SCHINESTOCK, 2018) a manutenção de algum tipo de violência simbólica (BOURDIEU, 1969) por meio da linguagem.

A participação dos outros numa representação é decisiva e necessária para que determinados valores sustentados por um indivíduo sejam reforçados e entendidos como verdadeiro pelos outros. Mas esse processo não é estático, pelo contrário, ele necessita ser ajustado constantemente e normalmente buscam eliminar conflitos possíveis entre as representações em questão, ou seja, há uma tentativa de manter sua representação ideal ao mesmo tempo em que assegura a autoimagem de todas as outras. Goffman (2013, p.19) explica que “os outros podem usar os aspectos considerados não governáveis do comportamento expressivo do indivíduo como uma prova de validade do que é transmitido pelos aspectos governáveis”, o que, muitas vezes, pode acarretar uma ameaça à representação de determinado ator. De acordo com o autor, as pessoas tendem a externar certas linhas de condutas que envolvem um conjunto de atos – verbais e não verbais -que estão presentes nas situações sociais e que estão além do controle da imagem que o sujeito deseja ou imagina emitir.

A forma com que se constrói a própria imagem e se mostra aos outros é chamada de face por Goffman (2012). Esse conceito serviu de base para que Brown e Levinson (1987) criassem uma concepção própria. Os autores explicam que:

A face é algo em que há investimento emocional, e que pode ser perdida, mantida ou intensificada, e que tem que ser constantemente cuidada numa interação. Em geral, as pessoas cooperam (e pressupõem a cooperação dos outros) na manutenção da face na interação. (BROWN E LEVINSON, 1987, p.61)

Diante disso, é razoável pensar que qualquer ato de fala tem o potencial de ser entendido como uma ameaça. Brown e Levinson (1987) chamam esses atos de *face-threatening acts* (atos de ameaça à face). Toda pessoa possui duas faces, uma negativa e uma positiva. Enquanto a primeira é ligada aos “territórios do eu”, conforme discutido por Goffman (2012), a segunda, grosso modo, corresponde ao lado narcísico e aos elementos valorizantes que os indivíduos constroem de si mesmos.

Assim, nesse jogo de manutenção de faces e de controle de impressões, emergem elementos essenciais para identificar a situação de interação, ou seja, o

contexto, que veremos a seguir. São redes nas quais os discursos sobre a vida cotidiana encontram-se enredados, em linhas morais (GOFFMAN, 2013) e que ganham respaldo e ampliam as divergências através da CMC.

3.5 A Importância do Contexto: Micro e Macro

Para compreender os discursos sobre o corpo no *Instagram*, é necessário levar em consideração o contexto. Na verdade, o contexto, para a CMC, é um dos elementos mais importantes para se observar, já que o ciberespaço é um ambiente fundamentalmente construído através das apropriações e negociações dos usuários em suas interações. De acordo com Recuero (2012, p.95), “todo ator envolvido em uma conversação precisa ser capaz de negociar, construir e recuperar o contexto, que vai formar o pano de fundo sobre o qual as conversações acontecem”. Caso isso não aconteça, há chances de frustrar sua comunicação e sofrer interferências dos ruídos e interpretações truncadas, gerando confusão na interpretação do discurso pelo sujeito justamente pela falta de conhecimento do contexto.

A importância do contexto vale para todas as trocas sociais, mas é pertinente ressaltar a dificuldade própria da CMC, que, como já foi dito, não tem respaldo em gestos não verbais ou indícios apreendidos do ambiente físico, onde se dá a conversação. Desta forma, é necessário apropriar-se dos elementos disponíveis em cada plataforma para construir a situação de interação, reconhecendo, também, as próprias lacunas desse ambiente. Kerbrat-Orecchioni (2006) elenca três fatores que compõem o contexto da conversação, a saber, o objetivo da interação, os partícipes da conversação e a delimitação do local em que a interação se realiza. Recuero (2012) explica que:

Essa decodificação desses processos faz parte da estrutura da participação dos interagentes. Assim, sempre que está na presença de outros indivíduos, cada ator precisa identificar as informações existentes sobre o contexto, isto é, as informações a respeito daquilo que é esperado dele e do que ele pode esperar dos demais (RECUERO, 2012, p.97)

A construção de cada contexto tende a ser embasada nas impressões que as pessoas desejam transmitir, mesmo que elas tomem formas diferentes diante de indivíduos diferentes, já que não é comum desejarmos transmitir uma única imagem

para grupos distintos. Sempre há ajustes que moldam o papel social (GOFFMAN, 2012) do ator na conversação. Recuero (2012, p.103) explica que “a própria interação entre os participantes engajados na situação determina o andamento desta situação. O contexto, assim, é construído e reconstruído a cada ação comunicativa dos participantes”, que, por sua vez, deixam rastros na rede que podem ser regatados a qualquer momento, conforme Boyd (2007) abordou nas características da CMC.

É possível observar o contexto mediado por computador por duas visões que, segundo Recuero (2012), são interdependentes. Trata-se do microcontexto e do macrocontexto, onde o primeiro é composto pela situação de interação e das negociações que ali se desenrolam, enquanto o segundo diz respeito a um cenário muito mais amplo, incluindo o momento histórico, social, cultural, além de abarcar as conversações ocorridas anteriormente. São elementos que ajudam a delimitar a perspectiva da rede que se quer analisar. Recuero (2012) explica que:

O ponto fundamental, portanto, quando falamos no contexto da mediação do computador, é compreender sua função dentro do ambiente de representação dos atores. Primeiro porque muitas informações com relação ao microcontexto são muito dinâmicas e, por vezes, assíncronas. Um determinado evento comunicativo, assim, pode fazer referência direta a conversas anteriores e a um contexto muito mais amplo de sentidos que são divididos por um determinado grupo. Ao mesmo tempo, o macrocontexto depende de uma sensibilidade que necessita ser desenvolvida pelos interagentes, seja através da construção de backgrounds coletivos e culturalmente compartilhados pelos atores (RECUERO, 2012, p.100-101)

Ao falar da dinamicidade do microcontexto que muitas vezes se relacionam a uma comunicação assíncrona, Recuero (2012) se refere a um tipo de interação caracterizada pelo alargamento no tempo e espaço, diferentemente da síncrona, que possui uma expectativa de resposta imediata (REID, 1991; BARON, 2002). Ambas com complexidades próprias para a negociação da conversação, mas não fazem parte dos interesses específicos do presente trabalho.

A Figura 1 é um exemplo de micro e macrocontexto no *Instagram*. Enquanto a notícia do @estadao divulga uma informação nacional, nas interações é possível identificar outros contextos inseridos ali, os microcontextos. No caso do exemplo da Figura 1, se nota que dois usuários utilizaram a notícia dada de forma ampla e aplicaram ao microcontexto no qual estão inseridas, uma no Rio de Janeiro e outra que não especifica o local, mas deixa um relato específico de um acontecimento

ocorrido na sua cidade. Da mesma maneira, é fácil encontrar relatos de regiões específicas, mesmo que o macrocontexto seja uma notícia que divulga dados nacionais, envolvendo todas as regiões.

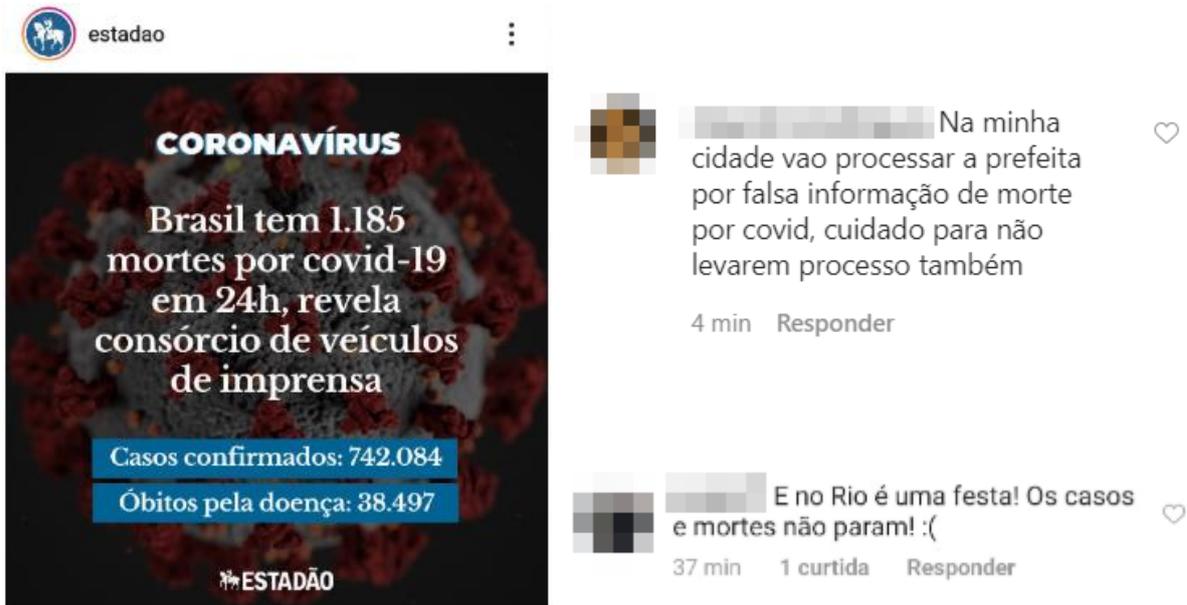


Figura 1: Exemplo de micro e macrocontexto retirado de postagem no *Instagram*

Fonte: <https://www.Instagram.com/p/CBO5e0SDIBT/?igshid=1q8bdaem4sxn> (Acesso em 10/06/2020)

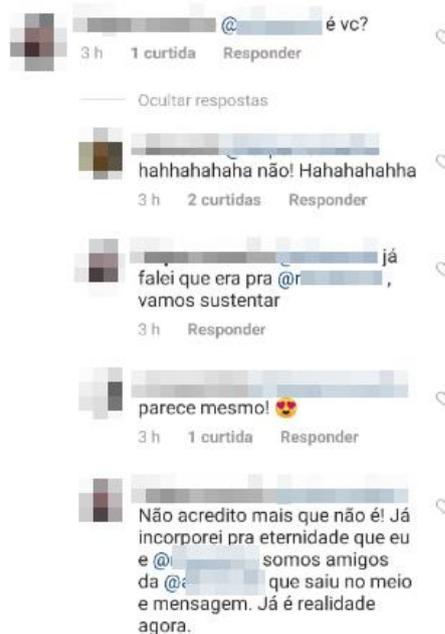


Figura 2: Exemplo de micro e macrocontexto retirado de postagem no *Instagram*

Fonte: <https://www.Instagram.com/p/CBRQ7qWgyZA/?igshid=njlqpczh8675> (Acesso em 13/06/2020)

Outro exemplo de microcontexto e macrocontexto (RECUERO, 2012), é a Figura 2. A postagem trata de uma campanha criada por algumas marcas de e-commerce em homenagem ao dia dos namorados. Em meio a interações diversas, que iam desde parabenizações às marcas até críticas e reclamações pontuais das mesmas, encontramos a conversação que apresentamos, isto é, uma conversação que foi criada por um usuário que fala da modelo da campanha, trazendo, assim, outros atores para a interação no post. Na verdade, a conversa entre eles não tem nada a ver com a campanha e sim com o fato de uma amiga, pertencente ao microcontexto dos atores, ser muito parecida com a modelo. Desta forma, instaura-se uma conversação paralela e independente da original, que foi a criada pela página @meioemensagem.

Recuero (2012, p.102) explica que “o macrocontexto (histórico das interações do grupo) possui um papel muito relevante na negociação do microcontexto, e nem sempre se consegue compreender a dimensão do que está sendo dito sem fazer parte dos grupos envolvidos”. Vimos que a Figura 2 também apresenta um macrocontexto negociado pelos interagentes, já que demonstram manter um histórico de relações anteriores ao microcontexto, ou seja, do comentário feito na postagem marcando o perfil de outro usuário. Trata-se de uma amizade já existente, diferentemente da Figura 1, que os usuários utilizam uma informação macro e trazem para um contexto micro, mas sem necessariamente ter relação com outros indivíduos que também participavam naquele espaço de interação.

Percebe-se que os elementos contextuais que compõem o micro e macrocontexto podem se fazer presentes em diferentes situações (RECUERO, 2012), direcionando o andamento e transformando as conversações. Com base nisso, a seguir iniciaremos as discussões em torno da mídia social escolhida para análise, o *Instagram*. Trataremos de apresentar as principais funcionalidades da ferramenta e a dinâmica comunicacional que no interior dela acontece. Depois de debater a plataforma em si, passaremos a pensar as apropriações que os usuários fazem dela, sendo a *hashtag* um dos principais elementos para a construção de contextos nesse espaço que é caracterizado pelo apelo imagético e cujos discursos são criados e transitam entre as possibilidades.

3.6 Por Que o *Instagram*?

O aplicativo foi uma das primeiras redes sociais exclusivamente criadas para o universo mobile, isto é, uma plataforma específica de acesso por meio do smartphone. O *Instagram* foi lançado em 2010 por um brasileiro e um norte-americano e disponibilizado na App Store, apenas para usuários Apple. O crescimento vertiginoso fez a plataforma se destacar e em 2012, após a disponibilização de uma versão para Android¹¹, o popularizou ainda mais, que foi comprado, no mesmo ano, por 1 bilhão de dólares pelo Facebook. Dados indicam que em 2013, por exemplo, a rede social dava suporte para 38 mil fotos publicadas por minuto. Já em 2016, a circulação de imagens era ainda maior, cerca de 110 mil fotos por minuto, ilustrando o espaço que o aplicativo estava adquirindo na realidade social. Em 2020 faz dez anos que o *Instagram* existe e é seguro afirmar que ele está presente e impacta diretamente as trocas sociais que se estabelecem e se relacionam *online*.

Inicialmente, a proposta era dar um ar mais “vintage” ao aplicativo, resgatando filtros e recursos que remetessem ao estilo fotográfico analógico, valorizando esse tipo de estética. O nome vem da união da palavra telegrama e mensagem instantânea, ou “instant telegram” e reforça a forma e o conteúdo do aplicativo, já que o próprio logo se liga às antigas câmeras polaroid. Arruda (2019) lembra que o *Instagram* surgiu em um momento em que as câmeras dos smartphones estavam popularizadas e o acesso a este tipo de tecnologia mais facilitado. Isso, somado ao comportamento do sujeito hipermoderno (LIPOVETSKY, 2007) e a tendência cada vez maior dos indivíduos espetacularizarem seus cotidianos (DEBORD, 1997), faz com que essa mídia adquira um papel fundamental para o entendimento do sujeito atual e como ele se representa e tensiona seus discursos e sua realidade quando mediados por tais espaços.

A representatividade do *Instagram* no contexto atual aparece nos números e endossa a necessidade de desenvolver-se pesquisas que busquem entender como essa ferramenta é apropriada para estruturar discursos e estabelecer relações. Apesar de situar-se na sexta posição do ranking das mídias sociais mais utilizadas em

¹¹ Android é um sistema operacional baseado no núcleo Linux, desenvolvido por um consórcio de desenvolvedores conhecido como Open Handset Alliance, sendo o principal colaborador o Google. Mais informações em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Android> (Acesso em 14/09/2020)

2020, conforme apontou estudo divulgado no relatório Digital In 2019¹², do site We Are Social, o *Instagram* superou o volume de interações do Facebook em vinte vezes no último ano. Isso quer dizer que no interior dessas plataformas há engajamento e participação dos usuários, viabilizando a identificação de novas formas de organização em rede, conforme discute Castells (1999). Além disso, o Brasil é o terceiro lugar no ranking de países que mais utilizam o *Instagram*, só perde em número de usuários para Estados Unidos e Índia, como apresentaram os dados da SocialBakers¹³. Dados da Statista¹⁴, por sua vez, mostraram que em 2019 o aplicativo registrava 72 milhões de perfis brasileiros.

A escolha do *Instagram* como plataforma para analisar os discursos constituídos em torno do corpo e da representação do mesmo em agrupamentos específicos, leva em consideração, também, o fato de que esta é uma rede cujo apelo é fundamentalmente imagético. Trata-se de uma combinação de linguagem, discurso, imagens e outros tantos elementos que auxiliam a compor as esferas discursivas daquele espaço. Lipovetsky e Serroy (2015) afirmam que há um “eu *online*”, que nada mais é do que a exposição dos atores na medida em que vão vivenciando suas experiências.

Ramos e Martins (2018), discutem que:

É sob a premissa de captura e compartilhamento de momentos do mundo, que versa o *Instagram*, em um trânsito intenso entre o singular e o banal – ou entre a singularização do banal e a banalização do singular, como bem pretender o autor de cada perfil dessa rede. Ao usuário do aplicativo fica a escolha do conceito que desejar aplicar à sua rede social, personalizando e explorando sua textualidade, enquanto autor não só de textos, mas de si mesmo (RAMOS E MARTINS, 2018, p.120)

Estas autoras ressaltam que os discursos e os valores dos usuários se cruzam nas conversações através das construções de cada situação enunciativa. Para elas, “em uma superfície luminosa e multimídia, linguagens e vozes se atravessam pelos hiperlinks, fazendo da textualidade do *Instagram* uma construção forjada na hipermídia” (RAMOS E MARTINS, 2018, p.127). De uma maneira geral, cada

¹² <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Acesso em 14/09/2020)

¹³ https://www.socialbakers.com/website/storage/2020/02/Q4TrendsReport_PortugueseVersion.pdf (Acesso em 14/09/2020)

¹⁴ <https://www.proxima.com.br/home/proxima/noticias/2019/12/09/Instagram-ganha-mais-de-230-de-usuarios-em-dois-anos.html> (Acesso em 14/09/2020)

produção discursiva realizada no interior do *Instagram*, seja através da publicação de um texto, de uma imagem, de um vídeo, de uma *hashtag* ou de qualquer elemento multimodal que significa tanto quanto uma ordenação de palavras, está fundamentalmente ligada às subjetividades de cada ator, carrega seus próprios “não-ditos” (SCHINESTOCK, 2018) e sua bagagem cultural, deixando sempre espaço para interpretações. Tal colocação vai ao encontro do que Recuero (2012) discute ao afirmar que os computadores são muito mais do que processadores de dados, são, também, apropriados como ferramentas sociais que interferem diretamente nas relações entre os indivíduos em rede.

Sibilia (2016) diz que as formas de narrar a si mesmo mudam conforme a transformação histórica e a influência do zeitgeist ¹⁵na produção de subjetividades. Isto quer dizer que o comportamento identificado nas conversações está conectado ao que a autora chama de “fome de realidade”, que age de forma a incitar a exibição e o consumo de vidas alheias e reais. Sibilia (2016) discute o desejo pela visibilidade, a intimidade aberta ao público por puro desejo do indivíduo de acessar espaços que há pouco tempo situavam-se dentro das fronteiras do privado e que agora estão descobertos e escancarados na rede.

O *Instagram* pode ser definido como uma plataforma que viabiliza a criação de redes sociais *online*, ou seja, possibilita que seus usuários estabeleçam e mantenham relações através dos seus recursos, no interior da ferramenta. Uma das principais características é o foco imagético, tornando a mídia ideal para avaliar discursos a partir de imagens e *hashtags*, como nos propomos. De forma gratuita, são oferecidas funcionalidades aos usuários para auxiliarem na construção de seus discursos. Através de filtros, se pode realizar diferentes ações, que vão desde os ajustes básicos como contraste, brilho e saturação, até a aplicação de *gifs* e efeitos visuais mais sofisticados.

Como outros sites de redes sociais como o Facebook e o *Twitter*, o *Instagram* reúne informações produzidas pelos usuários, que, por sua vez, necessitam criar uma conta e se cadastrar como usuário na ferramenta. A partir disso, são sugeridas diversas maneiras de personalização na plataforma. A dinâmica do *Instagram* se dá a

¹⁵ Zeitgeist é um termo alemão cuja tradução significa espírito da época ou sinal dos tempos, mas, em uma tradução mais apurada: espírito do tempo.

partir de seguidores e seguidos, agrupados por interesses ou pontos convergentes e cujas conversações são estruturadas de forma multimodal. Há opções de privacidade da conta, onde é possível restringir *stories*¹⁶ a seguidores classificados como “melhores amigos”, ou aplicar o modo privado de perfil, dando acesso somente aos usuários que fazem parte dos seguidores, por exemplo. Cada perfil é identificado por um @, seguido do *nickname*, isto é, do apelido do indivíduo, que marca a presença no espaço. E nada disso é estático, deixando o usuário livre para gerenciar, a qualquer momento, suas informações e quem pode acessá-las. Para legitimar os conteúdos, é possível interagir curtindo, compartilhamento (nos *stories* e se permitido pelo autor) e comentando as publicações.

Em cada perfil, há espaço para apresentar um breve resumo sobre si mesmo, o que comumente é chamado de “bio”. O termo é uma abreviação de biografia e se refere ao texto que está disposto no perfil em logo abaixo da foto. Também é um dos únicos espaços onde é permitido inserir *links* clicáveis, capazes de redirecionar o sujeito para outra página ou perfil. Ainda na conta do perfil, após a descrição do usuário, aparecem os destaques, que nada mais são do que pequenas abas que agrupam conteúdos selecionados. Estas seleções são feitas a partir dos *stories*, isto é, publicações temporárias que são apagadas após 24h, de forma semelhante ao Snapchat. Pode-se observar a estrutura de um perfil na Figura 3.



Figura 3: Exemplo de estrutura de perfil retirada do *Instagram*

Fonte: <https://www.Instagram.com/estudosdocorpoagordo/> (Acesso em 10/07/2020)

O conteúdo dos *stories* geralmente não é tão produzido, deixando um aspecto mais informal e caseiro. Aqui, é permitido criar enquetes, montagens, inserir músicas,

¹⁶ <https://neilpatel.com/br/blog/Instagram-stories-o-que-e/> (Acesso em 12/11/2020)

gifs e etc. Também há o IGTV, ou seja, um espaço para publicação de vídeos com mais de um minuto, simulando uma espécie de televisão. Já na linha do tempo do perfil, concentram-se postagens consideradas relevantes o suficiente para situarem-se em espaços fixos dentro do perfil. “Mais que um repositório de fotos, o *Instagram* é um meio de mostrar aos outros sua personalidade, o *lifestyle*.” (ARRUDA, 2019, p.44), a maneira como se enxerga a vida e se discursa sobre ela, sobre si e sobre os outros.

Aqui, vale lembrar Debord (1997), já que nessa ferramenta, o instante capturado é evidenciado em uma versão miniaturizada da realidade apreendida pelo autor da postagem. Nesse sentido, chegamos efetivamente ao espetáculo, ou seja, “o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo” (p.27). E o “seu mundo”, por sua vez, é resultante dos recortes e rastros deixados (intencionalmente ou não) na rede.

Hiller (2013, p.12), por sua vez, afirma que as mídias sociais, sobretudo o *Instagram*, “encorajaram as pessoas a mostrarem identidades discursivas”. Tais identidades discursivas são constituídas nesses espaços e agrupadas através de marcações e especialmente das demarcações das *hashtags*. Aqui está mais um ponto de contexto determinante para o presente estudo e que discutiremos na sequência.

3.7 O Poder das *Hashtags*

Outra recente atualização do aplicativo foi a inserção da possibilidade dos usuários de seguir *hashtags*, o que significa que todas as postagens referentes àquela *hashtag* terão mais chances de serem vistas no mural do perfil de todos que a seguem. Essa atualização, sem dúvida, está inscrita naquela consideração feita de que são os usos das ferramentas que ditam a adaptabilidade que os desenvolvedores conferem a elas, a partir da leitura de como os usuários estão atribuindo novos significados e funções. Seguir a *hashtag* fortalece e amplia o raio de atuação das redes que se formam em torno delas, uma vez que, no caso da *#BODYPOSITIVE*, é possível estar conectado com as postagens de milhões de usuários, mesmo que se tenha apenas dezenas ou centenas de seguidores. A conexão se dá pela *hashtag* e não necessariamente pelo número de conexões de perfis dos usuários.

Hashtags são elementos extremamente contextuais e muito difundidos nas redes sociais *online*. Representado pelo símbolo “#”, uma *hashtag* trata de expressões ou palavras-chave e são incluídas junto à postagem, realizando uma espécie de categorização de assuntos, ou, como bem resume Recuero (2012, p.39), trata-se de “uma informação de contexto, normalmente composta do sinal # (*hash*) e uma “*tag*” (etiqueta – uma ou várias palavras)”. O uso das *hashtags* não é uma funcionalidade exclusiva do *Instagram*, sendo popularizado em outras plataformas como o *Twitter*, Facebook e Youtube, por exemplo. A partir do emprego de uma determinada *hashtag*, é possível recuperar enunciados de outros usuários, desconhecidos ou não, que também publicaram seus discursos com a mesma *hashtag*.

Esses símbolos são relevantes para a construção e demarcação de contextos, já que, como debatemos, na CMC é preciso que haja uma negociação entre os atores, uma vez que não se conta com auxílios não verbais ou físicos que possam ajudar na decifração da mensagem. Ao utilizar uma *hashtag* específica, o usuário conecta sua publicação à todas as outras que também fizeram uso dela na mesma plataforma, facilitando o agrupamento de atores com interesses em comum ou apenas concentrando os sujeitos em torno de uma temática específica. Veremos o quão fundamental se faz a utilização desse recurso para juntar e segmentar comunidades, facilitando a sociabilidade naquele ambiente.

De acordo com Costa-Moura (2014):

As *hashtags* são usadas para marcar mensagens individuais como pertencentes a um grupo específico, ou marcar as mensagens como relevantes para determinados tópicos ou assuntos. Funcionam também como balizas para que os usuários encontrem e sigam (se filiem à cadeia) ou articulem listas de contatos ou apoios públicos com outros usuários de interesses semelhantes. (COSTA-MOURA, 2014, p.150)

As *hashtags* podem ser usadas em qualquer lugar do corpo da postagem, seja no início, no meio ou no fim e normalmente são curtas. Entretanto, a apropriação imprevisível dos usuários já mostrou diversos usos desses elementos, até mesmo o emprego de uma frase inteira seguindo o #. É comum o uso de *hashtags* para marcar o humor, estado de espírito ou qualquer coisa que se desejar, o que abre espaço para a construção das subjetividades de cada usuário. Isso porque esse símbolo diz muito mais do sujeito contemporâneo, da construção de seus discursos e significados em

sua sociabilidade em rede, não podendo ser resumida ao seu caráter indexador. É nesse sentido que Arruda (2019) argumenta:

O uso de *hashtags* se mostra muito mais complexo e profundo do que aparenta ser. Ela não representa simplesmente um indexador, mais que isso, ela mostra alguns comportamentos que surgem na sociedade conectada pela rede digital. (...) O fator primordial não é a *hashtag* em si, mas o que ela representa dentro de um contexto mais amplo. (ARRUDA, 2019, p.51)

Em seu estudo que analisa a construção do ativismo em rede e o papel das *hashtags*, Arruda (2019) defende que estamos diante de um componente puramente discursivo e que ajuda a evidenciar as intenções do interlocutor ou situá-lo no ambiente discursivo. Piza (2012), lembra que é preciso levar em consideração os diferentes cenários possíveis para uma mesma *hashtag*.

A mesma *hashtag* pode ser utilizada por pessoas que expressam opiniões diferentes, sendo utilizada apenas para que as pessoas se encontrem na discussão. Nisto a *hashtag* ainda exerce seu papel primordial, ela mostra mais pessoas que estão falando sobre o mesmo assunto, ainda que sob óticas diferentes. Assim, a *hashtag* exerce sim sua função de “taguear”, mas não sem antes sofrer apropriações típicas da cibercultura. (PIZA, 2012, p.71)

Piza (2012) explica que as *hashtags* aglutinam pessoas no ambiente digital por identificação, funcionando como marcadores de tribos, slogans que representam comunidades específicas, produtos, marcas, ações e etc. Muitas vezes, por exemplo, a *hashtag* diz mais que o próprio enunciado, ou até mesmo o desconstrói, como mostramos na Figura 4.



Figura 4: Exemplo de *hashtag* que desconstrói o sentido do enunciado retirado do Instagram
 Fonte: https://www.Instagram.com/p/CCjU_jnA4g5/ (Acesso em 12/07/2020)

A Figura 4 ajuda na exemplificação do uso da *hashtag* como componente chave para o deciframento da mensagem. Neste caso, trata-se de um post no qual o usuário tem a intenção de mostrar o clima de preguiça durante o domingo. No entanto, somente com o texto da postagem não é possível apreender isso, mas quando se analisa o post como um todo, levando em consideração a imagem, *hashtags* e *emojis*, fica claro que o tom de deboche e ironia que o usuário tem a intenção de transmitir à rede. O uso de #SQN, isto é, Só Que Não, é muito frequente nas conversações e, como se percebe, tem o potencial para mudar o direcionamento da construção apresentada no discurso da publicação em questão.

Arruda (2019) atribui às *hashtags* um propósito específico, diferente do que o texto, sozinho, possui e é por isso que urge necessidade de realizar análises que enxerguem a mensagem como um todo, levando em conta, inclusive e especialmente, os contextos e os motivos de sua criação. Esse exemplo é apenas um dos múltiplos usos da *hashtag* no *Instagram*. Como mencionado anteriormente, os usos são dinâmicos e as apropriações das ferramentas para determinados fins são tão flexíveis quanto as identidades dos sujeitos na rede e, na tentativa de facilitar o entendimento dos diversos usos que as *hashtags* podem ter, utilizaremos as pontuações de Araújo (2017) juntamente com exemplos que ilustrem tipos frequentes - mas não únicos - desse recurso na construção dos discursos. De acordo com o autor, através dos enunciados é possível encontrar pistas sobre as intenções do usuário ao incluir determinada *hashtag* em sua publicação.

Segundo Araújo (2017):

O símbolo [#] pode desempenhar os seguintes papéis no discurso: a) construir as identidades dos indivíduos que interagem em redes sociais; b) conferir intensidade ao conteúdo semântico de seu texto; c) acrescentar contexto à mensagem; d) promover *ambient affiliation*; e) sugerir adesão à mobilizações sociais; f) demonstrar-se parte da própria mobilização social (ato perlocutório); g) dissimular estratégias de marketing; e, ainda, h) servir à sociedade hegemônica para a construção de um uso da inteligência artificial que pode interferir na vida social dos indivíduos. (ARAÚJO, 2017, p.133)

O conceito de *ambient affiliation* a que Araújo (2017) se refere, foi cunhado por Zappavigna (2013) para descrever o comportamento habitual da rede de afiliar-se a determinados valores bastando apenas usar uma *hashtag* que os identifiquem e vinculando-se ao que considera mais pertinente. A autora debate como os sujeitos contemporâneos fabricam suas identidades através da linguagem e explica como a

hashtag deixa de ser apenas uma ferramenta de estruturação da informação para adentrar em uma esfera mais profunda, servindo como suporte, uma ferramenta social importante e estratégica para construir e dar manutenção a comunidades. Segundo Zappavigna (2013):

[...] usuários de mídias sociais podem não interagir diretamente, mas, ao invés disso, participam de performances em massa de *hashtaging* ou contribuem para a repetição de memes da internet. A afiliação não se dá em relação a um indivíduo específico, mas, principalmente, em relação a um tema que os indivíduos compartilham na rede. (ZAPPAVIGNA, 2013, p.209)

De acordo com a autora, é como se a *hashtag* atuasse como um indicador linguístico que direciona usuários a suas tribos e agrupa valores. A Figura 5, apresentada a seguir, contém todos os tipos de *hashtags* propostos por Araújo (2017), ilustrando as funções discutidas, como veremos.

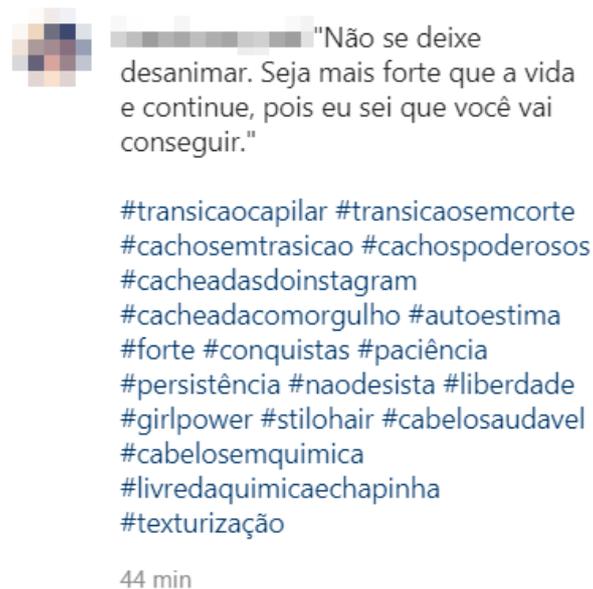


Figura 5: Exemplo de uso de *hashtags* retirado do *Instagram*
Fonte: <https://www.Instagram.com/p/CCjxeYWglm5/> (Acesso em: 14/09/2020)

Ao mesmo tempo em que auxiliam na representação do usuário autor da postagem, as *hashtags* descrevem a intensidade e os sentimentos envolvidos naquela mensagem, como o uso de #forte, #paciência, #persistência, #liberdade, por exemplo. O contexto, neste exemplo, é determinado pelas *hashtags*, pois apenas o enunciado não diz muito sobre o que está sendo abordado especificamente. Entretanto, a partir do uso de #transicaocapilar, por exemplo, já se pode entender que o desânimo apontado pelo usuário no texto da publicação está, certamente, relacionado ao longo

processo de transição capilar, que muitas vezes é doloroso e desafiador para o sujeito. Aqui, acontece uma afiliação ao ambiente (*#livredequimicaechapinha*, *#cabelosaudavel*, *#girlpower*, *#stilohair*) simultaneamente com a exposição de uma militância específica (*#cacheadasdoInstagram*, *#cacheadacomorgulho*) e que incita os demais usuários a aderir à mobilização (*#naodesista*), o que acaba por ajudar, de certa forma, na disseminação de uma estratégia (*#transicaosem corte*, *#texturização*) de uma ideia, que neste caso é a transição capilar sem corte. Tudo isso, evidentemente, está sob controle de poderosos que utilizam essas informações facilitadas pela tecnologia para interferir na realidade social, através de mineração¹⁷ e manipulação de dados, por exemplo.

Outro aspecto levantado por Araújo (2017), é a repetição de ideias através das *hashtags*, que acompanham palavras do mesmo campo semântico também pode ser observado na Figura 5, pois todo o contexto da publicação é reforçado com a recorrência dos termos “cachos”, “transição” e “cabelo”, por exemplo. Segundo o autor, esse tipo de ressonância “coloca em evidência o comprometimento do usuário em relação à sua mudança de postura ao passo que enfatiza, ainda, o desejo do usuário” (ARAÚJO, 2017, p.82). Tudo isso é pertinente para o presente trabalho, pois se vamos discutir os discursos que constroem o corpo a partir das *hashtags* escolhidas, é necessário observar que a adesão a determinada vertente que reforça ou busca desconstruir o padrão corporal vigente na sociedade nem sempre está explícita e também é endossada pelas demais #’s que aparecem ao seu redor. Isto quer dizer que não é necessário que o usuário diga “eu participo do movimento que cultua o corpo de forma X” para que se integre a essa comunidade. Se utilizar uma *hashtag* que se identifique aos interesses do movimento, automaticamente, o indivíduo passa a estar relacionado com aquele ambiente discursivo.

Assim, é pertinente frisar que:

O uso do recurso *hashtag* representa a aceitação e a difusão de novas práticas discursivas em textos virtuais e reais. Portanto, ao selecionar a *hashtag* para a composição do seu texto, o usuário reflete, de certa forma, as mudanças pelas quais a sociedade tem passado no campo da comunicação e, ao escolher empregar o símbolo, ele o atualiza no conjunto de símbolos que se encontram disponíveis para a construção de sentido. (ARAÚJO, 2017, p.133)

¹⁷ Data Mining, em português, mineração de dados, refere-se ao processo de extrair de uma grande quantidade de dados padrões consistentes, capazes de gerar insights valiosos. Mais informações em: <https://rockcontent.com/br/blog/data-mining/> (Acesso em 12/11/2020)

Esses símbolos não são estáticos e estão em constante mudança e ressignificação. O recurso da *hashtag*, então, é muito mais complexo e maior do que uma prática de indexação e recuperação de conteúdo, ela diz respeito ao comportamento social e a maneira como este tem sido organizado nesse tipo de ambiente.

Vimos, no presente capítulo, como o ambiente digital modificou as relações sociais. Trouxemos conceitos sobre o ciberespaço e aprofundamos a CMC, passando por suas características e apresentando contextos que precisam ser levados em conta para que se consiga, efetivamente, avaliar a esfera discursiva que ronda o corpo e circula no *Instagram*. Vimos como a sociabilidade é determinante para a legitimação dos atores sociais, especialmente quando mediados pela tecnologia e observamos a construção desses papéis sociais a partir da teoria dramática proposta por Goffman (2012), discutindo como se negociam as faces e como é presente o sentimento de ameaça e por isso a necessidade de cooperação para proteger as representações *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007) de possíveis conflitos discursivos (BROWN E LEVINSON, 1969).

Após situar o indivíduo contemporâneo no ciberespaço e mostrar como se desenrolam suas relações, apresentamos nosso interesse para fazer esta pesquisa embasada no *Instagram* e apontamos as peculiaridades, assim como os recursos e as funcionalidades da ferramenta. Encerramos o capítulo debatendo a relevância das *hashtags* e pontuando alguns de seus principais usos no ciberespaço. Feito isso, passaremos a seguir para o terceiro capítulo, que dará conta de pensar a violência simbólica trabalhada por Bourdieu (1989) no ambiente digital.

4. VIOLÊNCIA, ESTABELECIDOS E *OUTSIDERS*

O presente capítulo tem o intuito de abordar a temática da violência, seguindo para a violência simbólica e *online*. No espaço da violência *online*, discorreremos sobre alguns tipos desse fenômeno, como o *cyberbullying*, *cyberstalking*, *shaming* e etc. A ideia é mostrar como a violência está presente não somente de forma explícita como é o caso da agressão física, por exemplo, mas também se manifesta através de mecanismos mais sutis e silenciosos, que é a violência naturalizada discutida por Bourdieu (1989) e sobre a qual embasamos nosso trabalho. Encerraremos este capítulo demonstrando como constituem-se as relações de poder e violência especialmente no interior do *Instagram*. Feito isso, seguiremos para o último capítulo desta tese, a saber, a abordagem da Semântica Pragmática de Ducrot (1987), onde apresentaremos os componentes linguísticos e introduziremos os não-ditos e as indiretas (SCHINESTOCK, 2018) – um tipo específico de implícito que atua essencialmente através da violência simbólica -, para que, assim, possamos dar início aos procedimentos metodológicos e à análise demonstrativa de nossa proposta.

Por violência, a Organização Mundial da Saúde (OMS) entende que:

(...) o uso de força física ou poder em ameaça ou na prática, contra si próprio, outra pessoa ou contra um grupo ou comunidade que resulte ou possa resultar em sofrimento, morte, dano psicológico, desenvolvimento prejudicado ou privação. A definição dada pela OMS associa intencionalidade com a realização do ato, independentemente do resultado produzido. (...) A inclusão da palavra “poder”, completando a frase “uso de força física”, amplia a natureza de um ato violento e expande o conceito usual de violência para incluir os atos que resultam de uma relação de poder, incluindo ameaças e intimidação. O “uso de poder” também leva a incluir a negligência ou atos de omissão, além de atos violentos e mais óbvios de execução propriamente dita. Assim, o conceito de “uso de força física ou poder” deve incluir negligência e todos os tipos de abuso físico, sexual e psicológico, como o suicídio e outros atos auto-infligidos. Esta definição cobre uma ampla gama de resultados, incluindo injúria psicológica, privação e desenvolvimento. (DAHLBERG E KRUG, 2002, p.5)

Percebe-se que a definição utilizada pela OMS dá conta de aspectos explícitos e psicológicos da violência. Entretanto, para além do evidente, a violência também atua de forma mais sórdida e camuflada. Esta face velada é o que pretende-se analisar a partir de publicações que usaram *#BODYPOSITIVE* para falar do corpo no *Instagram*. Vai muito além do visível aos olhos, explícito e escancarado. Ao contrário, a violência reveste o tecido social e as relações de modo a funcionar como se fosse parte fundamental de uma grande engrenagem: a sociedade.

De fato, conforme Modena (2016) discute, há a violência natural e própria do ser humano, a que todos estamos sujeitos e praticantes, pois é inerente ao ser humano, mas é da violência artificial que os excessos e agressões dão conta, explica a autora. Esse tipo de violência inclui violações de ordem física e psicológica causados por um ato deliberado e intencional. “Dito de modo mais filosófico, a prática da violência expressa atos contrários à liberdade e à vontade de alguém e reside nisso sua dimensão moral e ética. (MODENA, 2016, p.8). Para a autora, é necessário observar que o termo violência é corriqueiro e está na ordem do dia, é frequente e “comum” na realidade social.

Ele [o termo violência] frequenta a mídia, está nas ruas e na internet. O senso comum refere-se a ele de modo simplificado e parcial. Mas é preciso examinar as condições de seu uso. A linguagem usada para falar da violência pode estar revestida de pressupostos ideológicos. Além disso, pode cair na armadilha das distinções e perder o sentido global. (MODENA, 2016, p.9)

Assim, discutir tal fenômeno a partir do olhar de Bourdieu (1989), do poder e da violência simbólica, parece pertinente, uma vez que nosso trabalho pretende analisar a violência que pertence ao domínio do não dito e se revela, muitas vezes, de forma inconsciente e sem o controle do sujeito. Segundo o autor, as hierarquias sociais contemporâneas e a desigualdade social, assim como o sofrimento que elas causam, são produzidas e mantidas não primariamente através da força física, mas de formas de dominação simbólica (GRENFELL, 2018). O que resulta de toda essa dominação é caracterizada como violência simbólica.

Já Taussig (1993), entende que a violência é parte de uma discriminação que é referente ao conteúdo de uma atitude interior. Tal atitude se relaciona à violação de qualidades e atributos de um sujeito em relação ao outro, determinando “o funcionamento cognitivo e os contatos perceptivos de forma equivocada, cindida e traumática; portanto, pondo sempre à prova (ou derrotando) as capacidades e os recursos simbólicos do outro” (p.61). O autor indica a diferenciação entre preconceito e discriminação, justificado por essa atitude interior de que fala. Enquanto o preconceito conduziria apenas uma interpretação prévia de determinado sujeito, como a impressão de alguém ser chato e inculto, por exemplo, a discriminação se caracterizaria no momento em que o fato da chatice e da falta de cultura associados ao outro, esteja subordinado e mantido por conta de algum atributo como a cor, sexo, etc. Nesse caso, o indivíduo seria classificado como inculto por ser negro ou chato ou

por ser homossexual. Independentemente do assunto, quando essa atitude interior minimiza e julga alguém de forma depreciativa, instaura-se a discriminação.

Para complementar o pensamento de Taussig (1993), trouxemos a discussão da violência para a ótica de Minayo (1990), já que, para o autor, a sociedade é colocada sob julgamentos e suspeitas permanentes. “Já se sabe de onde e de quem provém a violência. A construção imaginária da violência em nossa sociedade se alimenta de uma fantasia maniqueísta que fixa a origem do mal em certo tipo de pessoa” (p.2). Então, é possível dizer que a própria sociedade determina os papéis de certo e errado, bem e mal e, desta maneira, normaliza-se um tipo de violência que é assimilada como comum e passa, portanto, despercebida nas relações sociais.

Outro conceito considerado relevante para a compreensão da violência, do violado e do violador, do subordinado e subordinador, é a noção de estabelecidos e *outsiders* proposta por Norbert Elias (2000), após realizar uma pesquisa etnográfica em uma pequena comunidade no interior da Inglaterra para entender como se construíam as relações básicas de poder entre os moradores. Sua pesquisa constatou a presença de dois grupos desiguais que dividem o mesmo espaço, mas onde um está em posição mais conveniente – estabelecidos – para inferiorizar o outro, que considera abaixo de seu papel social. Interessante ressaltar, também, que essas pessoas não se distinguiam por características como raça, renda ou gênero. Ao contrário, elas faziam parte da mesma realidade social com situação semelhante aos demais. A única diferença entre os dois grupos era que um morava na comunidade a mais tempo do que o outro.

Os grupos ligados entre si sob a forma de uma configuração de estabelecidos-*outsiders* são compostos de seres humanos individuais. O problema é saber como e por que os indivíduos percebem uns aos outros como pertencentes a um mesmo grupo e se incluem mutuamente dentro das fronteiras grupais que estabelecem ao dizer “nós”, enquanto, ao mesmo tempo, excluem outros seres humanos a quem percebem como pertencentes a outro grupo e a quem se referem coletivamente como “eles” (ELIAS, 2000, p.37-38)

Percebe-se, aqui, que há um jogo linguístico que dá suporte às hierarquias e delimita claramente as fronteiras. Do lado conveniente estamos “nós”, deixando para “eles” os atributos que não nos servem. Trata-se de uma visão dualizada, seja dos “brancos” em relação aos “negros”, dos “católicos” e dos “protestantes”, ou, como

explica Elias (2000), trata-se de quadros sociais. Independente do cenário, há sempre um grupo maior que se impõe ao menor com estatuto de superioridade, se afirmando como pessoas “melhores”, dotadas de virtudes específicas que são compartilhadas apenas por membros de seu grupo, carecendo aos demais, seus *outsiders*. De acordo com o autor:

A maioria das pessoas dispõe de uma gama de termos que estigmatizam outros grupos, e que só fazem sentido no contexto de relações específicas entre estabelecidos e *outsiders*. “Crioulo”, “gringo”, “carcamano”, “sapatão” e “papa-hóstia” são exemplos. Seu poder de ferir depende da consciência que tenham o usuário e o destinatário de que a humilhação almejada por seu emprego tem o aval de um poderoso grupo estabelecido, em relação ao qual o do destinatário é um grupo *outsider*, com menores fontes de poder. (ELIAS, 2000, p.27)

É esta falta de consciência que serve como um terreno fértil para a perpetuação da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) São termos que demonstram tipos de violências impostas, assimiladas e naturalizadas, constituindo as relações sociais com uma espécie de amarras “invisíveis” e direcionando os sujeitos a determinados caminhos pré-elaborados pelos sistemas dominantes. Trataremos disso na sequência.

4.1 Violência Simbólica

A concepção de violência simbólica para Bourdieu (1989) está diretamente relacionada com sua visão de linguagem. Para ele, a linguagem é “um instrumento de poder e de ação” (BOURDIEU E EAGLETON, 1996d, p.265). Na verdade, a própria linguagem é uma forma de dominação, diferenciando-se da violência física, explícita, uma vez que encontra-se imersa nas relações sociais e entrelaçada a formas invisíveis de coação que ganham suporte, muitas vezes, em preconceitos e crenças coletivas. É uma violência que geralmente sequer é percebida como violenta e, por isso, torna-se uma forma eficiente de dominação, já que é absorvida de forma legítima, natural.

Bourdieu (1989) explica que tal violência simbólica é resultante da reprodução de atores dominantes e representados em diferentes estruturas sociais, como familiar, escolar, religiosa, além das esferas que compreendem as instituições e o próprio Estado. A violência simbólica é assimilada e transmitida pela sociedade sem

questionamentos, como uma verdade absoluta que não necessita de nenhum tipo de reflexão. O autor afirma que esse tipo de violência é fundamentalmente determinado por meios – “sistemas” – simbólicos de comunicação e de conhecimento, ou melhor, do desconhecimento e do reconhecimento.

Grenfell (2018) escreveu um livro discutindo os principais conceitos de Bourdieu e, nele, ressalta a representatividade das categorizações para o entendimento da violência simbólica. Ele explica que “as análises que Bourdieu faz dessas sociedades se preocupam essencialmente com processos de classificação e dominação. Seu argumento é o seguinte: as categorizações compõem e ordenam o mundo e, portanto, constituem e ordenam as pessoas dentro dele” (GRENFELL, 2018, p.235). Segundo o autor, a violência é o resultado quando desconhecemos esses sistemas de classificação e dominação, considerando-os naturais quando na realidade são culturalmente arbitrários e históricos. “A dominação simbólica [...] é algo que se absorve como o ar, algo pelo qual o sujeito não se sente pressionado; está em toda parte e em lugar nenhum, e é muito difícil escapar dela” (BOURDIEU E EAGLETON, 1996d, p.270). Grenfell (2018) discute essa afirmação:

Ela está em toda parte porque todos nós vivemos em sistemas simbólicos que, no processo de classificar e categorizar, impõem hierarquias e modos de ser e de conhecer o mundo que distribuem desigualmente o sofrimento, e limitam até os modos pelos quais podemos imaginar a possibilidade de um mundo alternativo. Ela também não está em lugar nenhum porque, por sua gentileza e sutileza, nós não reconhecemos a sua própria existência, e muito menos o modo como ela está na raiz de muita violência e sofrimento. (GRENFELL, 2018, p.251-252)

Assim, percebemos que a perpetuação do poder simbólico (BOURDIEU, 1989) está incorporada no próprio imaginário coletivo. São forças produzidas e reproduzidas pelas estruturas, reafirmando as posições na hierarquia e superioridade entre os indivíduos. Bourdieu (1989) compara este fenômeno a um jogo, onde as reações dos jogadores são limitadas e reduzidas. Ou o indivíduo abandona o jogo – e isso atestaria a sua fraqueza – ou encara a luta na tentativa de elevar um pouco sua posição, aumentando o seu capital específico e amenizando os constrangimentos anteriores. Sobre o jogo, o autor explica que:

Ninguém pode lucrar com o jogo, nem mesmo os que o dominam, sem se envolver no jogo, sem se deixar levar por ele: significa isto que não haveria jogo sem a crença no jogo e sem as vontades, as intenções, as aspirações que dão vida aos agentes e que, sendo produzida pelo jogo, dependem da sua

posição no jogo e, mais exatamente, do seu poder sobre os títulos objetivados do capital específico – precisamente aquilo que o rei controla e manipula jogando com a margem que o jogo lhe deixa. (BOURDIEU, 1989, p.85)

Existe um mercado simbólico que impõe suas normas de forma que elas sejam interiorizadas naturalmente pelos indivíduos que as perpetuam e as disseminam nas suas trocas sociais. O que ampara e garante essas relações de dominação é o que Bourdieu (1989) chamou de *habitus*, que pode ser compreendido como uma espécie de segunda natureza. Entretanto, essa natureza funciona de forma relativamente independente, pois se encontra historicamente presa ao sujeito e vai sendo adquirida ao longo do tempo e transmitida pelas culturas, representadas, por sua vez, pelos atores sociais, que não precisam, necessariamente, estar cientes do processo.

Na verdade, o *habitus* é um procedimento natural e que encontra-se permanentemente em curso, exercendo sua força sem o controle do indivíduo. “É princípio de um conhecimento sem consciência, de uma intencionalidade sem intenção” (BOURDIEU, 1989, p.22). É válido lembrar que o *habitus* também é designado por um princípio de ação, que torna as estruturas alojadas no indivíduo permanentemente. São ações cotidianas que traduzem estilos de vida, valores coletivos e individuais, julgamentos políticos, morais, estéticos e etc. O *habitus* também refere-se a um sistema de disposições, formas de sentir, de fazer, de pensar e também de perceber e que, por este motivo, induzem a comportamentos específicos em diferentes situações que envolvem os indivíduos. É ele que conecta o indivíduo à sociedade e é formado pelas condições de existência do mesmo, influenciando em suas formas de agir, compreender e sentir o mundo. Através do *habitus* que o indivíduo incorpora as ideologias e interioriza preconceitos determinados historicamente. Desse modo, instaura-se uma relação de dominação e submissão camufladas, que não é identificada como violenta por sua falsa aparência natural e legítima. De acordo com o autor:

Os dominados aplicam categorias construídas do ponto de vista dos dominantes às relações de dominação, fazendo-as assim ser vistas como naturais [...] a violência simbólica se institui por intermédio da adesão que o dominado não pode deixar de conceder ao dominante, quando ele não dispõe, para pensá-la e para se pensar, ou melhor, para pensar sua relação com ele, mais que de instrumentos de conhecimento que ambos têm em comum e que, não sendo mais que a forma incorporada da relação de dominação, faz esta ser vista como natural (BOURDIEU, 1989, p.46-47)

O consentimento de que fala o autor se aplica aqui, uma vez que “o que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras” (BOURDIEU, 1989, p.15). A violência simbólica se instaura através das práticas e representações ao mesmo tempo em que a linguagem fornece os elementos que dão sentido e significado às coisas, dividindo a fronteira desigual entre os indivíduos, por mais que esta linha que separa os dois não possa ser vista. É preciso que o sujeito que se encontra em posição inferior conceda ao outro o poder de dominação, isto é, “é um poder que existe porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe” (BOURDIEU, 1989, p.188). Ao encontro deste consentimento está o conceito dos estabelecidos e *outsiders* (ELIAS, 2000) que discutimos anteriormente, no qual o autor afirma que:

um grupo só pode estigmatizar outro com eficácia quando está bem instalado em posições de poder das quais o grupo estigmatizado é excluído. [...] Afixar o rótulo de “valor humano inferior” a outro grupo é uma das armas usadas pelos grupos superiores nas disputas de poder como meio de manter sua superioridade social. Nesta situação, o estigma social imposto pelo grupo mais poderoso ao menos poderoso costuma penetrar a auto-imagem deste último e, com isso, enfraquecê-lo e desarmá-lo (ELIAS, 2000, p.24)

Posto isso, é importante perceber a noção de violência simbólica abordada por Bourdieu (1989) como um “poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (p.7). Trata-se de produtos simbólicos que funcionam como instrumentos de dominação e legitimação de poder, cultura, valores e etc.

Vimos que violência simbólica se refere a todo ato de imposição simbólica, realizado através de significações incorporadas como legítimas e verdadeiras em determinado indivíduo ou sociedade. Trata-se de um conjunto de ações que insultam camufladamente o sujeito. O jogo de forças travado entre *habitus* e os indivíduos em suas relações é escondido, então, por essas práticas socialmente acatadas e perpetuadas.

Também apontamos que o mecanismo de manutenção destas forças ‘invisíveis’ é instituído por um longo processo cultural de assimilação de sistemas de dominação e que são mascarados pela violência simbólica que também pode ser observada através da linguagem. Trata-se de um processo de intervenção no arbitrário cultural, no qual a concepção cultural dos grupos e classes dominantes

impõe a toda sociedade um direcionamento pré-determinado, mesmo que de maneira inconsciente. É um tipo “doce e quase sempre invisível” (BOURDIEU, 1989) de violência, pois é estabelecida pela linguagem que, por sua vez, está submetida a estratégias de discursos que criam efeitos de sentido (DUCROT, 1987) que amenizam o “dito” através dos efeitos das palavras, como ainda discutiremos no próximo capítulo.

[...] não esqueçamos que a violência possui uma fecundidade própria; ela se engendra a si mesma. É preciso então, sempre analisá-la em rede, em entrelaçamentos. Suas formas de aparências mais atrozes e às vezes mais condenáveis, frequentemente ocultam outras situações de violência menos escandalosas, por encontrar-se prolongadas no tempo e protegidas pelas ideologias ou pelas instituições de aparência respeitável. (DOMENACH, 1981, p.36-37)

Consideramos relevante pensar a violência simbólica e seus contornos na sociedade contemporânea, já que agora ela funciona em rede, ou, como disse McLuhan (1964), como uma aldeia global, além de atuar como efeitos de sentidos não-ditos (DUCROT, 1987). Finalmente, a partir do que foi exposto, pretendemos analisar essa violência em rede e na rede.

4.2 Violência em Rede

A violência simbólica, que já é camuflada e escorregadia por si só, conforme a discussão que recém tivemos sobre os conceitos de Pierre Bourdieu (1989), adquire novos contornos, contrastes, e, também novas formas de se perpetuar entre os indivíduos e suas relações. Isso porque é estruturada em um ambiente novo, com características que lhe são próprias e que se modificam, são ressignificadas e são tão imprecisas quanto o público em rede (BOYD, 2009), como já abordamos no capítulo sobre a CMC. É válido lembrar, também, que as trocas conversacionais que se estabelecem no ambiente *online* são originárias de atores que compõem a sociedade contemporânea e, assim como ela, está baseado em uma lógica individualista, efêmera (BAUMAN, 2007) e completamente imprevisível.

Apesar de fazer parte das sociedades há séculos, a violência adquire traços específicos de cada momento histórico, político e cultural. A violência que antes circulava nos discursos feitos face a face, *offline*, adentraram outro universo, agora

conectado e mais complexo ainda, já que nunca se sabe ao certo quem está por trás de cada conversa – pode até mesmo ser um robô. Universo este, também, que ainda carece de exploração para apreendermos suas particularidades e que tipo de suporte oferece para que a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) se instaure, se naturalize e seja perpetuada pelos indivíduos. Por isso, aqui, iremos discorrer sobre alguns dos tipos de violência inerentes ao ciberespaço, apresentar estudos referentes a esses fenômenos e discutir como a violência *online* também pode ser caracterizada como violência simbólica em muitos casos que sequer aparentam ou se fazem evidentes como os outros tipos de agressão na rede.

Iniciaremos pelos tipos mais visíveis e de fácil identificação, chegando, ao final dessa sessão com uma proposta implícita e que leva em conta os não-ditos (DUCROT, 1987), as indiretas (SCHINESTSCK, 2018) como efeitos de sentido que auxiliam na construção e alastramento da violência simbólica entre os usuários das mídias sociais, que será o último capítulo da presente tese. Assim como buscamos entender anteriormente como a violência manifesta-se nas relações sociais de forma explícita para observar a sua camada subjetiva, a violência simbólica *online* também precisa ser desvendada em seus atributos mais característicos, uma vez que já estão nomeados, categorizados e, portanto, legitimados como tipos específicos de violência na rede. Antes de abordarmos algumas dessas violências, revelaremos alguns dados referentes à violência *online* no Brasil, que não é algo raro ou novo para os brasileiros, que ocupam o segundo lugar no ranking de países com mais casos de *cyberbullying* contra crianças e adolescentes, como mostrou o Instituto de Pesquisa¹⁸ (Ipsos).

Ao falar sobre violência em rede, ou *online*, geralmente o que surge à mente é a prática de *cyberbullying*. Entretanto, apesar de ter ampla incidência e ocupar uma posição de destaque – nada positivo - no ranking de casos, não é só o *cyberbullying* que compõe esse tipo de violência no ambiente digital. Nesse sentido, pontuaremos outros tipos, como o *cyberstalking*, *shaming*, *body shaming*, *online harassment*, ou seja, assédio virtual, flaming, entre outras classificações propostas por Wilard (2007). Entender a sistemática dessas relações de violência se faz relevante no atual contexto, devido ao grau de importância e interferência que as mídias sociais têm na vida de seus usuários. Além disso, cabe ressaltar que frequentemente os atos são

¹⁸ <https://bityli.com/hcOJX> (Acesso em 14/09/2020)

realizados tanto no ambiente *online* quanto no *offline*, trazendo consequências físicas e bem reais para os envolvidos. É o que a pesquisa realizada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) apontou ao divulgar dados que mostram que um em cada três jovens já foi vítima de *cyberbullying* e, destes, 19% faltaram as aulas devido ao ocorrido que, em 71% dos casos, foi exercido através do *Instagram* e Facebook¹⁹.

Outros tantos dados relativos à violência *online* podem ser acessados no site da SaferNet Brasil²⁰, ONG que é referência nacional no enfrentamento aos crimes e violações dos Direitos Humanos na internet. Os indicadores fornecidos pela entidade são bem completos e vão desde o número de atendimentos por tópicos de conversa (Gráfico 1), até a distribuição de tais crimes por região do Brasil, por exemplo. A organização possui mais dois canais, a saber, o hotline²¹, criado para receber denúncias sobre esse tipo de violência e o helpline²², para ajuda e orientação.

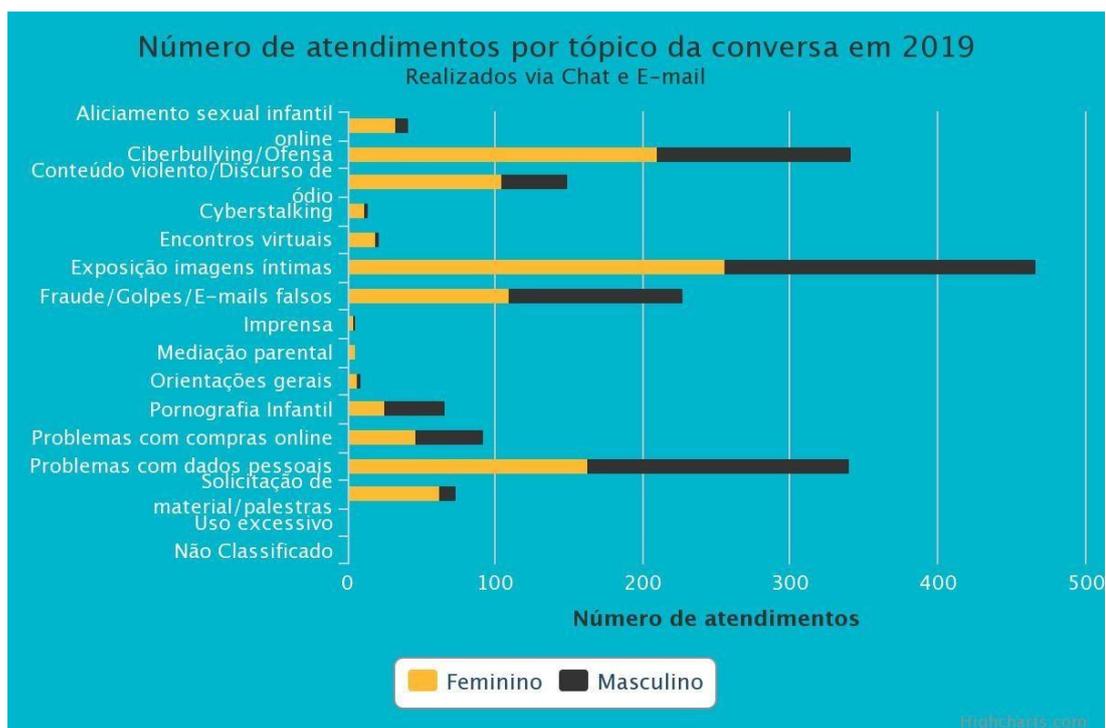


Gráfico 1: Exemplo de indicador organizado por tópico de conversa retirado do Safernet
Fonte: <https://indicadores.safernet.org.br/indicadores.html#> (Acesso em 23/08/2020)

¹⁹ <https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/mais-de-um-terco-dos-jovens-em-30-paises-relatam-ser-vitimas-bullying-online> (Acesso em 14/09/2020)

²⁰ <https://new.safernet.org.br/> (Acesso em 14/09/2020)

²¹ <https://new.safernet.org.br/denuncie> (Acesso em 14/09/2020)

²² <https://new.safernet.org.br/helpline> (Acesso em 14/09/2020)

Independentemente do ângulo observado, é inegável que a internet fervilha diferentes tipos de violência. São práticas sistemáticas e permanentemente presentes no ambiente *online*, e que variam, também, conforme o momento histórico e social em que ocorre, ou seja, há momentos que aguçam determinados tipos, enquanto outros são atenuados. Exemplo disso são dados divulgados também pela ONG SaferNet e relativos ao mês de abril de 2020, que indicam que as denúncias de violência e discriminação contra mulheres em sua Central Nacional de Crimes Cibernéticos cresceram 21,7% em abril de 2020, em relação ao mesmo período no ano anterior. Nos casos de exposição de imagens íntimas, dos nudes, como são chamadas, a entidade afirma que houve um aumento de 154,90% nas denúncias. De acordo com a SaferNet, esse aumento pode ser explicado pela pandemia da Covid-19 que o mundo combate atualmente, o que, conseqüentemente, acaba fazendo com que os indivíduos permaneçam mais em casa e, com isso, intensifiquem o acesso à internet. A pedofilia virtual (Figura 6) é outro exemplo de um tipo de violência *online* que se exacerbou com a crise do coronavírus, conforme informações apuradas pela Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos que revelam um aumento de 30% nos casos de assédio à vulneráveis nas redes sociais. Não há como negar que a violência está presente intensamente e de diversas formas na internet.

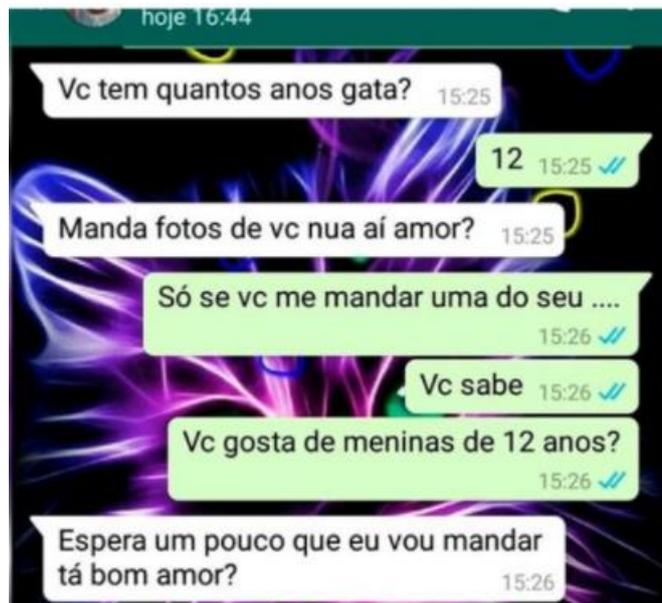


Figura 6: Exemplo de pedofilia virtual com conversa retirada do Whatsapp

Fonte: Whatsapp

A Figura 6 ilustra um caso onde a mãe, ao perceber que a filha estava sendo assediada por um usuário, se passou por ela, conseguiu provas e denunciou o abuso. Segundo Slonje e Smith (2008), o agressor tende a se sentir mais livre quando age através da tecnologia. A exposição não é obrigatória para o agressor, viabilizando a permanência do anonimato. Junto a Slonje e Smith (2008), Li (2006; 2008) pontua algumas características dessas violências quando mediadas pela internet. São elas:

a) amplitude do público potencial. Quando alguém posta uma foto ou um vídeo com a intenção de ferir uma pessoa, o público-alvo desse material pode ser muito grande. (...) b) invisibilidade ou anonimato; a agressão digital não é necessariamente feita cara a cara perante a vítima. Portanto, o agressor pode se sentir menos culpado e, até mesmo, ignorar ou não tomar consciência das consequências causadas por suas ações. Sem resposta direta a seus atos, pode haver menos oportunidade para o remorso e para a intervenção ou solução do problema; c) em qualquer lugar e em qualquer momento; a mobilidade e a conectividade das novas tecnologias da comunicação permitem ultrapassar os limites temporais e físicos que marcavam a agressão tradicional; d) perene; o conteúdo digital usado na agressão armazena-os nos sistemas eletrônicos e não se perde; e) rapidez e comodidade; as novas tecnologias permitem que o *cyberbullying* se dissemine muito mais rapidamente, bem como seja mantido facilmente: cortar e colar mensagens; reenviar SMS a grupos [...] (SLONJE E SMITH, 2008, p.148, LI, 2006, p.159; LI, 2008, p.225)

Percebe-se o quanto as características dos públicos em rede (BOYD, 2007) e da CMC dão suporte para que determinados tipos de agressões aconteçam. São características como a buscabilidade, replicabilidade e escalabilidade que auxiliam, inclusive, na viralização desses conteúdos nas mídias sociais.



Figura 7: Exemplo de cyberstalking retirado do Facebook

Fonte: Facebook

A Figura 7 ilustra uma ramificação do *cyberbullying* que especificamente se relaciona com a perseguição. Este é outro tipo de violência que é facilitada pelos meios digitais e é denominada de cyberstalking. “*Stalk*”, em inglês, significa “caçada”. Essa caçada, então, quando realizada pela internet normalmente é feita através de perfis falsos criados para seguir e importunar uma vítima com difamações, calúnias e acusações que podem gerar consequências físicas, apesar de terem sido praticadas em outro contexto. No caso da Figura 7, por exemplo, a cliente de uma operadora de TV a cabo teve um atendimento que se estendeu para assédio. Racismo e homofobia, infelizmente, são práticas corriqueiras no universo *offline* que migraram para a CMC também, conforme percebe-se na Figura 8 e Figura 9.

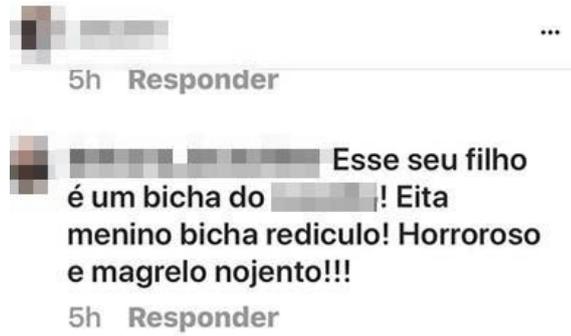


Figura 8: Exemplo de homofobia retirado de comentário no *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Dantas e Neto (2015), abordam a homofobia *online* no artigo “O discurso homofóbico nas redes sociais da internet: uma análise no Facebook “Rio sem Homofobia - Grupo Público”. Através de uma etnografia virtual, os autores exploraram postagens realizadas no referido grupo a fim de constatar o grau de violência contida nos posts, o que acabou confirmando que a internet pode auxiliar no aumento do estigma em relação às pessoas LGBT.

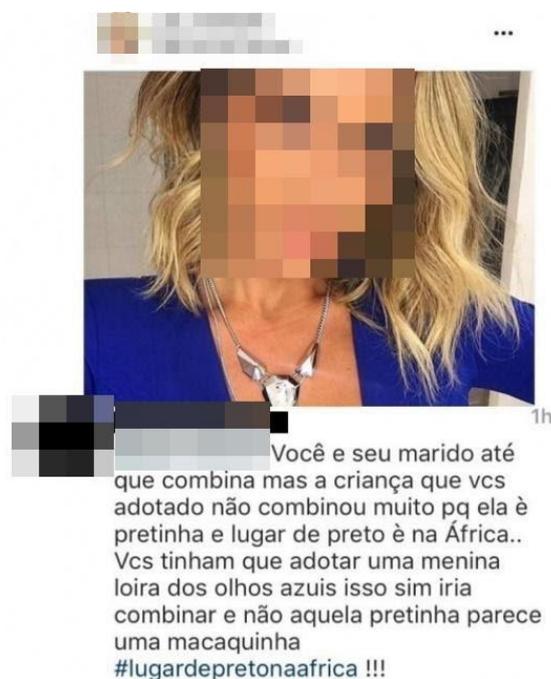


Figura 9: Exemplo de racismo retirado comentário no *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Por sua vez, também há diversos estudos que abordam a questão do racismo na internet. Como exemplo, há a pesquisa de Moura (2015) chamada “Racismo nas redes sociais: perpetuação do imaginário social de inferiorização do negro na sociedade brasileira”, que utilizou exemplos com discursos sobre negros/negras manifestados no Facebook para pensa-los a partir dos conceitos de imaginário social.

Discursos que espalham ódio são cada vez mais comuns e também tem despertado interesse, servindo de objeto para vários estudos. Rebs e Ernst (2017), por exemplo, utilizaram a análise de discurso de vertente francesa (AD) no trabalho “*Haters e o discurso de ódio: entendendo a violência em sites de redes sociais*”. As autoras discutem a terminologia utilizada para designar os usuários que utilizam as redes sociais para disseminar discursos de ódio e violência explícita. Segundo elas:

Surgidos/reconhecidos neste cenário de interações em novos ambientes virtuais, os haters são sujeitos que difundem discursos de ódio contra os valores morais preconizados pela sociedade. Os ataques podem aparecer como “respostas” (ainda que fora do contexto) a postagens de determinados indivíduos ou mesmo serem discursos iniciados com a intenção de insultar e/ou perturbar determinados grupos sociais. Desse modo, nem sempre o objetivo é buscar uma interação social, mas sim difundir seus ideais de ódio por meio da violência simbólica proferida em suas postagens. (REBS E ERNST, 2017, p.29)

Ilustramos essa afirmação com a Figura 10, que demonstra claramente o discurso agressivo e odioso, com o intuito de ferir o outro, agredindo, de fato, sua representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007).



Figura 10: Exemplos de discursos de ódio retirados do Instagram

Fonte: Instagram

Ainda dentro da violência explícita está outro tipo de violência *online*, chamado de *flaming* (“chama, labareda”, em português). *Flaming* é o fenômeno em que os usuários se provocam com comentários hostis e agressivos, incitando os demais a se posicionarem, o que geralmente acaba sendo respondido com mais hostilidade ainda.

De acordo com Wilard (2007), o *flaming* é o ato de usar a tecnologia para enviar mensagens grosseiras, com conteúdos negativos, vulgares e repletos de ódio e raiva. Os *flamers*, usuários que praticam este tipo de violência, não se mostram interessados em participar de um debate saudável e construtivo, apesar de divergentes. Não há interesse em contribuir com nenhum assunto ou conteúdo, nem mesmo se mostram inclinados a defender algum ponto de vista. Na verdade, os *flamers* se manifestam para delimitar uma posição específica, geralmente a de superioridade, autoridade e supremacia perante outros usuários no contexto *online*, no caso desse trabalho, no Facebook. A valorização do próprio ego, a individualidade exacerbada, o orgulho teimoso ou apenas a diversão de observar a discórdia são algumas das motivações para “inflamar” as discussões. Provoações sem justificativa alguma e que só demonstram desejo de desestabilizar os usuários são chamados de *trolling* e também estão estreitamente ligadas ao *flaming*.

Este fenômeno já foi estudado, inclusive, dentro da perspectiva do jornalismo no *Twitter* (ZAGO, 2012). A incidência desses atores sociais que só querem fomentar a desordem é tão influente e cada vez mais frequente que até a personalidade deles já foram estudadas no trabalho “*Trolls just want to have fun*”, isto é, “*Trolls só querem se divertir*”, de Buckels, Trapnell e Paulhus (2014) que constataram que:

De todas as medidas de personalidade, o sadismo mostrou as associações mais robustas com o trolling e, mais importante, a relação era específica para o comportamento deles. O prazer de outras atividades *online*, como conversar e debater, não estava relacionado ao sadismo. Assim, o cyber trolling parece ser uma manifestação do sadismo cotidiano na internet (BUCKELS, TRAPNELL E PAULHUS, 2014, p.2)

Finalmente, antes de passarmos a discutir alguns estudos que abordam especificamente a violência simbólica nas mídias sociais, faremos menção a mais um tipo de violência explícita: *shaming*. Gonçalves (2016) desenvolveu seu trabalho de conclusão de curso com esta temática. Intitulado “Cultura da humilhação: O ressurgimento da vergonha em tempos digitais”, a pesquisa adentra desde os campos da comunicação e da tecnologia até a psicologia e busca compreender como a humilhação e a vergonha, em tempos digitais, atuam em uma relação de controle social. O mesmo trabalho traz à tona outras ramificações da violência *online*, como o linchamento virtual, por exemplo. Entretanto, ao contrário da presente tese, as considerações de Gonçalves (2016) estão baseadas em atos de violência explícita, enquanto nosso interesse é referente aos efeitos de sentidos contidos CMC e que são

capazes de carregar consigo uma violência sutil e quase imperceptível. O *shaming* também apresenta variações, sendo uma delas denominada de *body shaming*, já que, como o próprio nome indica, utiliza o corpo como objeto de humilhação, como ilustra a Figura 11.



Figura 11: Exemplo de *body shaming* retirado do *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Assim, parece que há uma cultura de superioridade que se instaura na rede, seja por um indivíduo sobre outro ou por um coletivo querendo fazer justiça com as próprias mãos. Certamente há inúmeros motivos que levam um sujeito a se comportar desta forma na internet. A editora de UOL Tecnologia, Juliana Carpaneze, publicou conteúdos sobre o *shaming*, sobre as humilhações que ocorrem *online* em “Massacre na Internet”²³. O material reúne experiências de diversas pessoas que tiveram a privacidade destruída pelos internautas e tiveram que lidar com o constrangimento público. “Nessa roleta russa, aquele mesmo fã dos seus vídeos de gato pode ser o responsável por disparar o gatilho, alertando ao mundo sobre a bobagem que você publicou” (2015, *online*). Desta forma, a violência *online* aparenta interferir de uma

²³ <https://tab.uol.com.br/humilhar-internet/> (Acesso em 14/09/2020)

forma tão determinante na vida dos sujeitos contemporâneos que não raras vezes resulta em morte, em suicídio.

Porém, como já debatemos até aqui, nem só do que está explícito se alimenta a violência. E, como contribuição para pensar a violência implícita, escorregadia, pode-se utilizar o estudo que serviu como dissertação de mestrado de Soares (2013), chamado “O discurso da violência sistêmico-simbólica e sua replicação nos memes de humor da fanpage Diva Depressão”. O humor, como veremos no próximo capítulo, é um efeito de sentido muito utilizado para suavizar algum discurso (DUCROT, 1987). Soares (2013) recortou memes como o apresentado na Figura 12.



Figura 12: Exemplo de violência sistêmico-simbólica manifestada em memes no Facebook

Fonte: SOARES, 2013

O padrão corporal que as mulheres comumente são reduzidas também é reforçado pelas próprias vítimas. O estigma do corpo (SCHINESTOCK, 2013) se perpetua, mostrando como o corpo é parâmetro de classificação inclusive entre as mulheres. Essa agressão velada é encontrada, por exemplo, em um meme cujo discurso afirma “Falar de mim é fácil, quero ver vestir 36” (Figura 12), onde a autora explica que:

Não há explicitamente nenhuma palavra às quais os sujeitos atribuam à violência, entretanto, dentro de uma sociedade que preza a magreza e a qual grupos sociais fazem questão de deixar claro que quem é magro pode ter mais

e ser mais, o 'vestir 36' classifica todas as pessoas que vestem um número acima deste são consideradas gordas e sem sucesso (SOARES, 2013, p.76)

Isto mostra como o *habitus* (BOURDIEU, 1989) é capaz de ser repassado por postagens ácidas no Facebook como a citada acima. Não é preciso usar palavras que ofendam diretamente o outro usuário (gordo, feio, etc.), pelo contrário, a partir de ironias e sarcasmos, os discursos relacionados ao ideal de corpo dominante – a magreza, neste caso – se mostra sutilmente e auxilia a formar o senso comum de determinada rede. Em artigo sobre o mesmo estudo de caso – a *fanpage* “Diva Depressão” – a naturalização da violência sistêmica é analisada e constata, também, a facilidade com que o conteúdo se espalha, “legitimando o status quo e tornando-o invisível” (RECUERO e SOARES, 2013, p.253).

Não são poucos os estudos que buscam identificar rastros da violência simbólica manifestados na internet. O dialogismo de Bakhtin (1992 apud SOBRAL, 2009) já foi agregado à violência simbólica para analisar o fenômeno dos “rolezinhos”, e até o Orkut, em sua época, serviu como plataforma para investigar esse tipo de violência naturalizada pelos indivíduos e reproduzida em suas relações com as pessoas que moram nas favelas (SCHINESTOCK, 2013). Por isso, consideramos necessário realizar debates e promover conhecimento acerca dessa temática, já que ela está amplamente presente na estruturação das relações no ciberespaço. Somente ao desvendar os significados por trás dessas práticas será possível, de fato, conseguir mudar o *habitus* (BOURDIEU, 1989) dominante que também é reproduzido, como vimos, nas mídias sociais.

Aqui apresentamos algumas das muitas formas de como a violência pode ser manifestada na internet. Usamos alguns exemplos para mostrar o quão presente é a violência *online* na vida dos internautas. São violências explícitas que têm adquirido novos contornos, novas nomenclaturas e, especialmente, novas apropriações que vão se alterando dinamicamente, conforme as possibilidades da ferramenta usada. Tratamos do anonimato e fatores característicos da violência *online* (SLONJE E SMITH, 2007; LI, 2006; 2008). Discutimos tipos específicos de práticas que vão desde o *cyberbullying* até o *shaming* e o *body shaming*. Também mencionamos alguns estudos que têm contribuído para o entendimento da temática da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e esperamos que o mesmo possa acontecer com a presente tese, de forma a enriquecer o debate. Independente da terminologia utilizada, acreditamos

que todos os tipos de violência trabalhados nesse capítulo têm a mesma essência, isto é, partem de uma relação instaurada na diferença entre os indivíduos, tornando-os cada vez mais fragmentados e individualistas (BAUMAN, 2007) e, portanto, sujeitos à dominação e violência simbólica.

Na internet, com excesso de conteúdo e de liberdade, com a possibilidade de ganhar fama e visibilidade com apenas alguns caracteres, os sujeitos vão moldando suas representações na rede. Da mesma forma que no contexto *offline*, a violência *online* desliza entre as mais diversas esferas e frequentemente é ofuscada por causas mais explícitas, que desviam a atenção enquanto replicam e perpetuam estigmas e *habitus* (BOURDIEU, 1989) já naturalizados historicamente na sociedade. Como já vimos, trata-se de uma violência simbólica, amarrada à linguagem e ativa no dizer dos indivíduos.

A seguir, o último capítulo desta tese buscará dar conta dos componentes retóricos e subentendidos (DUCROT, 1987), dos efeitos de sentido não ditos, mas que mesmo em seus implícitos carrega significados de violência e inferiorização. Utilizaremos, para isso, a Semântica Pragmática proposta por Ducrot (1987) e também estenderemos a análise para um tipo específico de violência *online* que ameaça a face dos usuários ao mesmo tempo em que reforça e enaltece sua representação ideal (SCHINESTOCK, 2018), as indiretas, encerrando a parte teórica deste estudo.

5. ALÉM DO ÓBVIO: SEMÂNTICA PRAGMÁTICA, NÃO-DITOS E INDIRETAS

A ideia deste capítulo é apresentar a noção de pressuposto e subentendido desenvolvida por Ducrot (1985), isto é, dois tipos de implícitos que atuam sobre um mesmo enunciado, porém de formas e em momentos diferentes. Enquanto o pressuposto seria associado ao componente linguístico, o subentendido diria respeito ao componente retórico. O primeiro seria ligado ao ato ilocutório e o segundo ao ato perlocutório. São diferenciações relevantes para o entendimento dos compartimentos que fazem parte da descrição linguística do autor e que constitui a base de que partiremos para discutir a discursivização do corpo nas postagens *#BODYPOSITIVE* no *Instagram*. O percurso de Ducrot (1987) é dinâmico, fazendo o autor refutar, sem muito constrangimento, as suas próprias teorias, apesar de se preocupar em detalhar e explicar cada modificação. O conceito de pressupostos e subentendidos, que nos dispusemos a trabalhar, é uma das primeiras concepções discutidas pelo francês.

Feito isso, entraremos na questão dos implícitos, seguido de atos ilocutórios e especificando os dois componentes responsáveis pelos pressupostos e subentendidos. Com olhar direcionado para tais mecanismos implícitos na linguagem, trataremos de abordar as “indiretas” dentro da mesma perspectiva de Ducrot (1987), porém, acrescentando novos contornos e pensando-as no contexto do *Instagram*. Esta tese, embora tenha consciência das idas e vindas do autor e das modificações em seus conceitos, irá se restringir à concepção inicial de Ducrot, apoiando-se, para isso, na proposta dos subentendidos e pressupostos – componente retórico e componente linguístico. Diante de tantas hipóteses, formulações e reformulações de conceitos, acreditamos que será esta a mais relevante para identificar como atuam os efeitos de sentido criados a partir de publicações no *Instagram* com o objetivo de enunciar os corpos marcados pela *#BODYPOSITIVE*.

Além disso, tendo em vista que a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) é escorregadia e encontra na linguagem o principal vetor de propagação e perpetuação, pretende-se, também, avaliar essa naturalização a partir de rastros que não estão explicitados, mas que significam e influenciam da mesma forma no imaginário das relações sociais. A partir de agora, apresentaremos os discursos no campo do implícito de acordo com Ducrot (1987) em sua primeira concepção de pressupostos. Logo, entraremos mais fundo no que diz respeito aos atos ilocutórios e em seguida,

abordaremos as especificidades de cada componente, chegando, finalmente, em um terceiro componente linguístico que chamamos de indireta (SCHINESTOCK, 2018) e que, diferentemente do subentendido, dá manutenção ao jogo de poderes e violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e transparece construções e representações discursivas dos sujeitos sobre seus corpos que, ao mesmo tempo em que protegem a face do enunciatador, ameaçam, de alguma forma, a representação do corpo alheio. Nos interessa observar como e em que medida o não-dito pode se revelar como indireta e causar algum tipo de dano à imagem de outro usuário.

5.1 Teoria dos Implícitos: Os Discursos das Entrelinhas

Há discurso também nas entrelinhas. Há discurso mesmo sem palavras. Muito mais do que uma combinação linguística coerente que pretende comunicar algo, um discurso se mostra parte fundamental da construção de um sujeito que pode adotar formas distintas de representação perante outros atores em vários cenários sociais. Vale lembrar que inicialmente a língua era vista somente como um código, um sistema lógico a fim de expressar o pensamento dos indivíduos. Em um momento posterior, o uso da língua passa a ter sua função principal reconhecida na comunicação, já que só realizamos um ato de fala quando desejamos comunicar algo ao outro. Esse outro, o destinatário, começa a ser levado em consideração no processo e a língua apresenta-se como um espaço eficaz para construir relações sociais, interações entre os sujeitos.

Ducrot nunca concordou muito com as teses que buscam explicar as linguagens²⁴ naturais de uma maneira extremamente lógica. Para ele, muito além da simples informação, a linguagem teria a capacidade de instituir relações (DUCROT, 1973) de diversos fins (colaboração, luta, dominação, etc.) entre os indivíduos.

²⁴ A noção de língua, neste caso, vai além do conceito saussureano, ou, como explica Ducrot: "(...) somos levados a admitir que as relações intersubjetivas inerentes à fala não se reduzem à comunicação, tomada no sentido estrito, isto é, à troca de conhecimentos: ao contrário, introduz-se entre elas uma grande variedade de relações inter-humanas, para as quais a língua oferece não apenas a ocasião e o meio, mas também o quadro institucional, a regra. A língua, então, não é mais apenas o lugar onde os indivíduos se encontram; ela impõe, também, a esse encontro, formas bem determinadas. Não é mais somente uma condição da vida social, mas um modo de vida social." (DUCROT, 1972, p.12)

Enquanto pode ser percebida como um objeto atestado e transparente, a língua é capaz de se constituir, também, em um campo desconhecido, configurado por ocultamentos, camuflagens e até mesmo enfrentamentos. O implícito na linguagem teria a função de dar a entender informações que não nos interessam reproduzir explicitamente em determinado enunciado. Nos termos de Ducrot (1987), seria deixar “não-expressa” uma afirmação essencial para a coerência do enunciado em questão (o pressuposto). O implícito fundado na enunciação (subentendido) entende, por outro lado, que não se toma a palavra por nada, mas para algum fim específico.

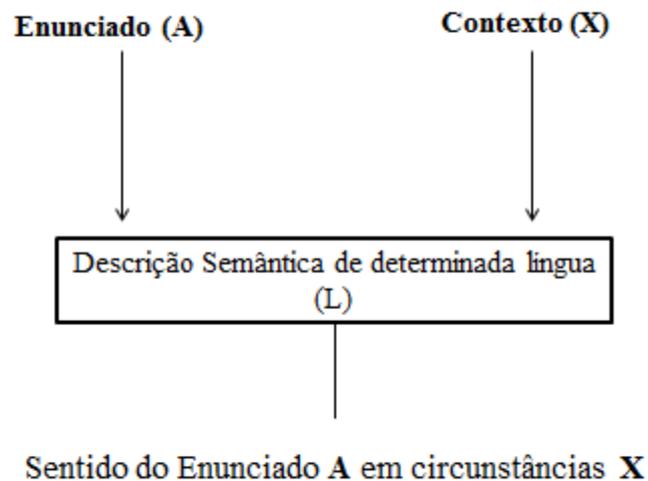
Segundo Zandwais (1990), a presença dos implícitos na linguagem também pode estar ligada a mecanismos de juízos e valores, como a polidez, por exemplo. Assim, buscando evitar o atrito e/ou estabelecer confrontos específicos, muitas vezes pode parecer mais vantajoso elaborar um enunciado em que certas informações sejam resguardadas do que expô-las às eventualidades da língua e à interpretação do destinatário. Deste modo,

quando se diz de forma implícita aquilo que se pensa, acredita ou deseja, garante-se, pelo menos, maior isenção de responsabilidades sobre os conteúdos das falas proferidas, pois, afinal, somente aquilo que é dito pode ser contradito (ZANDWAIS, 1990, p.12)

Fazer uso desses mecanismos implícitos pode parecer interessante em determinadas situações, então, já que é possível sempre se retirar do enunciado e esconder-se por detrás das palavras: “Eu não disse isso”, “Não foi bem assim que eu falei.”, etc. Se não foi dito, não faz sentido ser contradito, como Zandwais (1990) bem colocou. É justamente aí que a proposta de Ducrot (1987) nos despertou interesse, pois “trata-se sempre do que, no sentido de um enunciado (no “dito”), diz respeito à aparição deste enunciado (seu “dizer”)” (DUCROT, 1987, p.7). A seguir elencaremos elementos específicos da Semântica Pragmática de Ducrot, distinguiremos componente retórico e componente linguístico para então discutirmos sobre como este modelo pode se relacionar com as indiretas (SCHINESTOCK, 2018) e a violência simbólica (BOURDIEU, 1969) em relação ao corpo através de publicações no *Instagram*.

5.2 A Semântica Pragmática de Ducrot

A Semântica Pragmática de Ducrot (1987) apresenta uma hipótese que se preocupa com a ação humana, como a pragmática, mas situa sua investigação nas ações realizadas pela linguagem, o que configura seu lado semântico, linguístico. Tomando como base a linguagem, esta pragmática tenta entender como determinadas palavras, empregadas em certas circunstâncias, são capazes de exercer uma influência como se estivessem revestidas de eficácia. Segundo Ducrot (1987), a descrição semântica de determinada língua – chamaremos de língua L – pode ser considerada como “um conjunto de conhecimentos que permitem prever, frente a um enunciado A de L, produzido em circunstâncias X, o sentido que esta ocorrência de A tomou nesse contexto” (DUCROT, 1987, p.14). É o que o Esquema 1 apresenta:



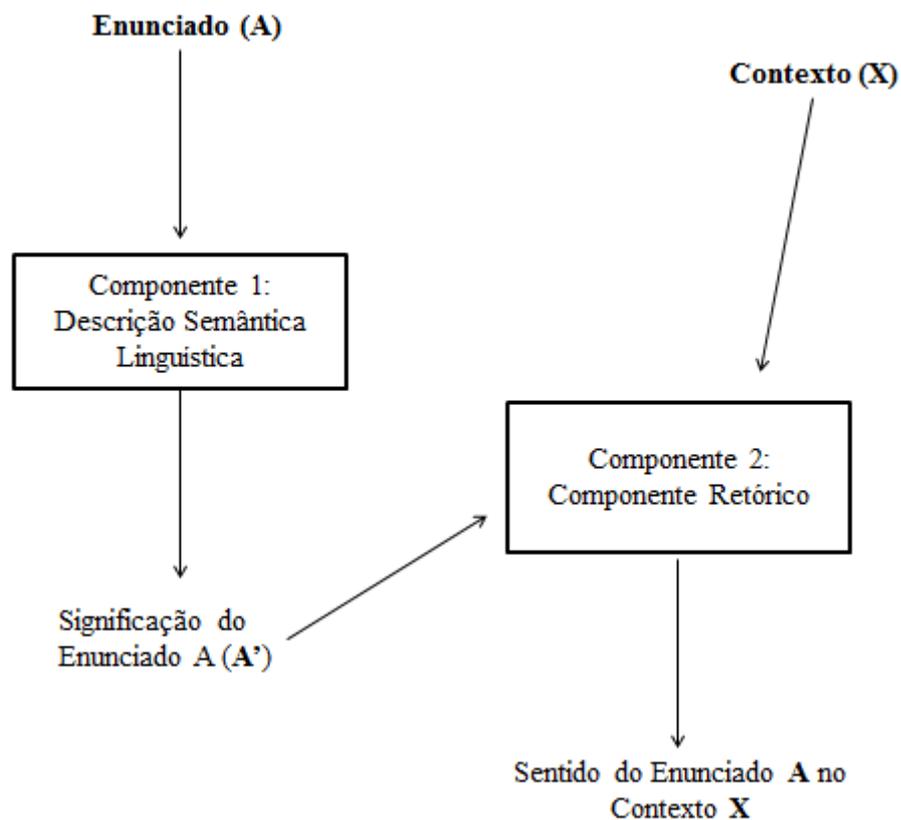
Esquema 1: Descrição semântica de uma língua L (DUCROT, 1987, p.14)

Levando em consideração o Esquema 1, a ordem da descrição semântica de uma língua ficaria aberta para as infinitas possibilidades passíveis de surgir a partir de um enunciado qualquer. Considerar uma descrição semântica a partir deste esquema poderia ser um trabalho constante e interminável, pois “(...) seria preciso prever, para cada enunciado, a infinidade de significações decorrentes da infinidade de contextos

possíveis...” (DUCROT, 1987, p.15). Esta análise, então, teria de envolver conhecimentos linguísticos e leis de ordens e disciplinas diversas, assim como avaliar os hábitos linguísticos da coletividade que fala a língua L e, somente a partir da retomada dessas informações, tentar identificar os diversos tipos possíveis de utilização da linguagem para fins diferentes. Para o autor:

Caso contrário, como dar conta do fato de que, em certas circunstâncias, o enunciado “Que tempo bom!” possa ser dotado de um valor aproximadamente equivalente a “Que tempo feio!”, e, em outras circunstâncias, ser compreendido como “Não temos muita coisa a dizer um ao outro e etc.” (DUCROT, 1987, p.15)

Apoiando-se nas lacunas deixadas por essa descrição semântica, Ducrot (1987) propõe uma nova hipótese que transforma o retângulo do Esquema 1 em dois compartimentos chamados de componente linguístico e componente retórico (Esquema 2). Esta é sua hipótese de Semântica Pragmática.



Esquema 2: Nova proposta de Descrição Semântica de Ducrot (1987,p.16)

A partir da distinção desses dois conjuntos de conhecimentos é que Ducrot (1987) acredita ser o caminho para conseguir explicar, de fato, os efeitos de sentido constatados em uma frase. Exemplificando com as palavras do próprio autor:

A A corresponde a significação A'. Caberia ao segundo componente (o componente retórico), considerando a significação A' ligada a A e as circunstâncias X nas quais A é produzido, prever a significação efetiva de A na situação X (DUCROT, 1987, p.15)

Desta maneira, o componente linguístico daria conta do pressuposto enquanto o componente retórico situaria o discurso subentendido. Daí o nosso interesse pelos efeitos implícitos, pois muitas vezes o discurso publicado é completamente desconstruído por um marcador elencado logo em seguida ou se mistura com outros significados e narrativas diversas, que não necessariamente estão alinhadas, mas se conectam, invariavelmente, pelo uso comum de uma *hashtag*. É dos efeitos da enunciação²⁵ que a Semântica Pragmática de Ducrot (1987) pretende dar conta. O autor justifica sua pragmática na medida em que também considera que o sujeito falante realiza atos, mas o ato que veicula ao interlocutor um saber sobre a sua própria enunciação.

Interpretar uma produção linguística consiste, para Ducrot, “entre outras coisas, em reconhecer nela atos, e que este reconhecimento se faz atribuindo ao enunciado um sentido²⁶” (1987, p.173). Esses atos de fala são classificados como ilocutórios por Austin (1990) e possuem sua força ilocucional imersa na própria enunciação (DUCROT, 1987), delimitada por um poder jurídico. A força ilocutória de um enunciado se destaca quando DUCROT (1987) utiliza o exemplo do centurião do Evangelho²⁷,

²⁵ Ducrot(1987) diferencia enunciado, frase e enunciação. Para ele, o enunciado seria um fragmento de discurso, uma ocorrência particular imediata da frase ou, como Ducrot especifica, uma manifestação *hic et nunc* (aqui e agora). Ao contrário do enunciado, que pertence ao domínio do observável, a frase consistiria em um objeto teórico e não observável. De frase ainda é preciso distinguir a enunciação. Assim como acontece com os termos precedentes, Ducrot (1987) admite a existência de outras visões sobre a enunciação, mas delimita bem a qual está filiando sua pesquisa, ou seja, a compreensão de enunciação como um acontecimento derivado do aparecimento de um enunciado. É uma situação histórica e irrepetível, isto é, “é dado existência a alguma coisa que não existia antes de falar e que não existirá mais depois” (DUCROT, 1987, p.168). Trata-se de uma aparição instantânea e efêmera. O próprio enunciado é parte da enunciação.

²⁶ É chamado de sentido o conjunto de indicações sobre a enunciação. Trata-se de uma qualificação que é capaz de atribuir à enunciação certos poderes e consequências (DUCROT, 1987) e que se comunica ao interlocutor.

²⁷ http://pt.wikipedia.org/wiki/Jesus_curando_o_servo_do_centuriao (Acesso em: 11/08/2020)

que reconhece o poder da palavra de Jesus quando diz a seu criado “venha!”, e o criado vai. Mais do que isso:

Não se trata mais do que se faz quando se fala, mas do que se considera que a fala, segundo o próprio enunciado, faz. Utilizando um enunciado interrogativo, pretende-se obrigar, pela própria fala, a pessoa a quem se dirige a adotar um comportamento particular, o de responder e, do mesmo modo, pretende-se incitá-lo a agir de uma certa maneira, se se recorre a um imperativo, etc. O ponto importante, ao meu ver, é que esta incitação para agir ou esta obrigação de responder são dadas como efeitos da enunciação (DUCROT, 1987, p.163)

Esses são atos que se realizam na linguagem e pela linguagem, o que lhes confere características ilocutórias, conforme discutiremos a seguir.

5.3 Ato Ilocutório: Onde Situa-Se o Pressuposto

Antes de abordarmos as características dos atos ilocutórios especificamente, consideramos relevante indicar, rapidamente, o que Ducrot (1987) entende por ação, ação jurídica, ato jurídico e, finalmente, ato ilocutório. Compreende-se por ação toda atividade resultante do sujeito e caracterizada de acordo com as modificações que ela traz – ou deseja trazer – ao mundo. Aí se encontram as transformações trazidas à situação física e/ou social do sujeito que age. Quando ocorre uma modificação referente às relações legais que existem em torno dos indivíduos, como o ato de autoridade, por exemplo, que impõe o reconhecimento de uma obrigação aos demais indivíduos, há o que se chama de ação jurídica.

O ato jurídico, por sua vez, é um caso particular de ação jurídica. Esta encara as transformações nas relações legais como efeito primeiro do ato e não como a consequência de um efeito logicamente anterior. Ducrot (1977) explica que através desses atos os indivíduos conseguem se impor deveres uns aos outros e que a modificação mesmo se dá no que diz respeito aos direitos e deveres existentes na sociedade. Por fim, o ato ilocucional é um caso particular de ato jurídico, isto é, seria um ato jurídico realizado pela fala.

Para Austin (*apud* DUCROT, 2001), ao se enunciar uma frase – qualquer que seja – realizam-se três atos simultâneos. São eles: o ato locutório, o ato ilocutório e o ato perlocutório. O ato locutório – que posteriormente foi criticado por Searle (2001 *apud* DUCROT) – compreenderia as articulações e combinações de sons, assim como as relações sintáticas sustentadas pelas palavras. O ato ilocutório onde se situa o

pressuposto, seria caracterizado quando uma certa transformação das relações entre os interlocutores acontece, isto é, na medida em que a enunciação da frase se mostra, ela mesma, como um ato (DUCROT *apud* AUSTIN, 2001). São atos como o de prometer, quando se diz “Prometo...”, o de fazer com que o destinatário crie uma hipótese quando sugere “Se...”, o de questionar, dizendo “Será que...?” (Figura 13).



Figura 13: Exemplo de ato ilocutório retirado do *Instagram*

Fonte: *Instagram*

A Figura 13, por exemplo, realiza um ato de fala ao dizer “pare de flertar”, concretizando a ação do que foi dito no próprio enunciado. Austin pontua três critérios para avaliar os atos ilocutórios. Primeiramente, é um ato que se realiza na própria fala, isto é, não se trata apenas de uma consequência da fala. O segundo critério é que o ato ilocutório pode sempre ser explicitado por uma fórmula performativa, como por exemplo, “Eu te pergunto se...”, “Eu te aconselho a...”. Em terceiro lugar, um ato ilocutório é, para Austin, sempre convencional. Ducrot simplifica:

Austin quer dizer, sobretudo, que o ato ilocutório não é a consequência, lógica ou psicológica, do conteúdo intelectual expresso na frase pronunciada, e que ele só se realiza pela existência de uma espécie de cerimonia social, que

atribui a tal fórmula, empregada por tal pessoa, em tais circunstâncias, um valor particular(DUCROT *apud* AUSTIN 2001, p.304)

Então independentemente do contexto, cada ato ilocutório já conteria um valor particular ao ser enunciado e que, como veremos, é através deste componente linguístico, o pressuposto, um segundo conjunto poderá entrar em ação, trata-se do componente retórico, o subentendido.

Finalmente há o ato perlocutório, onde apesar de ter domínio e esclarecimento suficiente sobre determinada língua, o interlocutor pode se atrapalhar e não conseguir entender o que estava querendo ser passado pelo locutor. O subentendido estaria situado nos atos perlocutórios. Argumentamos que, ao interrogar um sujeito, impõe-se sobre o enunciado um valor particular. Porém, é preciso levar em conta as situações de enunciação para efetivamente compreender o que o indivíduo queria dizer quando o interrogou. Quer dizer que mesmo estando explícito o ato de questionar, o contexto em que esse ato foi realizado é que será capaz de evidenciar se o objetivo era perguntar para embaraçar, reforçar o valor da opinião ou até mesmo prestar algum tipo de serviço ao destinatário.

O perlocucionário é o resultado do ato de fala ilocucionário e depende do contexto de enunciação para conseguir o efeito desejado pelo locutor. Ele também é o efeito dos outros dois atos de fala. No ato perlocucional, a fala é um instrumento que implica provocar algum efeito como consequência do enunciado no interlocutor (TAVARES, 2009, p.11)

Um exemplo desse processo poderia ser o enunciado “Vou chamar a polícia!”, onde existe a possibilidade de o interlocutor entender algum tipo de intimidação, já que se trata de uma possível intervenção de um órgão de segurança que deve ser acionado em caso de necessidade, trazendo consequências mais claras e diretas para o ato – jurídico - em questão. É justamente nesse tipo de ato de fala que o locutor pode obter efeitos terceiros que não correspondem apenas ao simples entendimento do enunciado pelo interlocutor. As próprias *hashtags* utilizadas podem configurar uma ação, mostrando caráter performático (AUSTIN, 2001), conforme ainda veremos.



Figura 14: Exemplo de ato perlocutório retirado do *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Da mesma forma que o exemplo utilizado por Ducrot (2001) que diz “vou chamar a polícia”, abre espaço para que haja diferentes interpretações de acordo com o componente retórico de cada ator que tiver acesso ao enunciado, o exemplo da Figura 14 atua de forma semelhante. Neste post, o autor da postagem dá margem para se pensar que ele está diante de um relacionamento cujo interesse do homem seria apenas sexual. Logo, ao postar, pode-se aferir que, indiretamente e sem se responsabilizar pelo seu ato de fala, conforme já discutimos, se dirige ao parceiro e demonstra sua insatisfação, por exemplo. Pode-se interpretar, também, que tal enunciado é uma maneira de mostrar aos futuros pretendentes que ela não se interessa em relacionamentos rasos que se resumam ao sexo. Esses são apenas dois exemplos de subentendidos que poderiam ser entendidos a partir da Figura 14. Entretanto, tudo depende do contexto do sujeito que está lendo e sua bagagem pessoal e cultural.

Tendo em vista, então, que a descrição semântica de uma língua é o que Ducrot (1987, p.56-57) chamou de “uma máquina suscetível de fazer corresponder a cada enunciação (isto é, a cada emprego de um enunciado em uma situação) o

sentido que os sujeitos falantes, de fato, atribuem-lhe”, seguimos a ideia de que a produção de sentido seria realizada em dois momentos diferentes. Primeiramente, o componente que Ducrot denominou de componente linguístico faria com que o enunciado fosse correspondente à determinada significação. Posteriormente, outro componente, o retórico, se apoiaria na significação do enunciado e em elementos situacionais na tentativa de atribuir um sentido para a enunciação. É o que veremos a seguir.

5.4 Componente Linguístico: Do Posto ao Pressuposto

O componente linguístico atua como um decodificador na semântica de Ducrot (1987). Vê a língua como um sistema lógico que vai da frase à significação, isto é, independentemente de qualquer contexto cada enunciado recebe determinada descrição (a significação). A ideia é de que neste componente estariam presentes elementos fundamentais para a compreensão do enunciado, de forma que não seria possível seu entendimento caso alguma dessas informações fosse retirada ou reprimida. O componente linguístico deve apresentar, por assim dizer, um poder explicativo. Segundo Ducrot (1987):

A hipótese incorporada a este esquema pressupõe que as circunstâncias da enunciação são mobilizadas para explicar o sentido real de uma ocorrência particular de um enunciado, somente depois que uma significação tenha sido atribuída ao próprio enunciado, independentemente de qualquer recurso ao contexto. (DUCROT, 1987, p.16)

Trouxemos a Figura 15 para ilustrar esse processo. Na Figura 15 conseguimos compreender como se dá a atuação dos componentes de Ducrot (1987) em uma situação de interação. A legenda, por si só, significa, caracterizando-se um pressuposto, uma vez que não precisa de nenhum elemento contextual para ajudar a decifrar a mensagem. Está claro o enunciado, ou seja, “Aqui vemos 3 gatas se olhando”. Há coerência na frase e é possível compreendê-la sem problema algum. Neste momento, então, atua o componente linguístico para decodificar o que foi dito. Logo, o componente linguístico exerce seu papel e tudo passa a ser por conta da subjetividade do leitor, ou seja, os significados que irão surgir decorrentes desse discurso são atrelados à bagagem histórica e cultural do sujeito, como já discutimos.



Figura 15: Exemplo do processo de atuação que vai do pressuposto ao subentendido

Fonte: *Instagram*

Ao olhar a imagem, percebe-se que há apenas uma mulher e uma gata. “Gata”, é uma gíria comumente empregada para descrever uma pessoa bonita e o animal que está no colo dela, evidentemente, é um gato. O que isso quer dizer? Se há apenas duas gatas, por assim dizer, e ambas estão olhando para frente, há indícios suficientes para entender a “terceira gata” sendo constituída pelo leitor do post.

Esta primeira significação atribuída ao enunciado é, para Ducrot (1987), marcada na língua e diz respeito ao conteúdo posto e ao pressuposto. É necessário observar que a descoberta dos pressupostos é incumbência do componente linguístico, são contribuições próprias do enunciado. São as pressuposições, segundo Zandwais (1990) que norteiam as direções da conversação, de forma que ela tenha uma progressão lógica. É preciso entender que “pressupor não é dizer o que o ouvinte sabe ou o que se pensa que ele sabe ou deveria saber, mas situar o diálogo na hipótese de que já soubesse” (DUCROT, 1972, p.77). Um enunciado, assim, perderia toda a sua significação se seu pressuposto não fosse admitido.

Segundo Ducrot, “dizer que pressuponho X, é dizer que pretendo obrigar o destinatário, por minha fala, a admitir X, sem por isso dar-lhe o direito de prosseguir o

diálogo a propósito de X.” (DUCROT, 1987, p.42). É o exemplo “Pedro deu pouco vinho a Jaques”, onde, necessariamente há de se admitir que Pedro deu vinho a Jaques para que consiga efetivamente se entender o enunciado no que diz respeito a quantidade de vinho indicada pelo uso de “um pouco”²⁸. Isto é, só poderemos prosseguir um diálogo se o fato de Jaques tomar vinho estiver acordado entre as duas partes. Outro exemplo utilizado pelo autor é “Se Pedro vier, Jaques partirá”, onde é perfeitamente aceitável pensar, diante de “Pedro não veio”, que Jaques não partiu. Ducrot (1987, p.85-86) descreve a pressuposição, inclusive, “como um tipo particular de ato de fala ilocutório, como um certo modo de propor regras para o discurso posterior”, já que é através dele que determina-se as possibilidades de fala do interlocutor. É o que constata-se na Figura 16.



Figura 16: Exemplo de post que impõe regras ao discurso

Fonte: Instagram

²⁸ Ducrot(1987) reserva um espaço específico para tratar a questão do uso de “pouco” e “um pouco” na página 27.

Na Figura 16, só é possível entender o que está escrito se, inevitavelmente, o leitor admitir que existe um cachorro, uma mãe e um filho, caso contrário a frase não teria coerência alguma. Para um ouvinte diante de uma situação enunciativa, é razoável questionar se o locutor estava autorizado a falar como falou e quais seriam as suas intenções com este ato. Há uma abertura para provocação causada pelas escolhas das palavras por parte do locutor para impor-se continuamente uma forma de dar sequência ao discurso. Estas normas estipuladas à enunciação são chamadas de leis de discurso. Cada lei do discurso, segundo o autor, é correspondente a um tipo particular de subentendido que daria a entender que, uma vez acionado, cumpriu todas as exigências impostas por essa lei. Trataremos disso junto com o componente retórico que veremos na sequência.

5.5 Componente Retórico: Do Pressuposto ao Subentendido

O componente retórico trabalha com as significações onde o componente linguístico já tenha distinguido os postos e os pressupostos. Ao contrário do componente linguístico, marcado na língua, o componente retórico surge como se fosse uma informação ausente no enunciado que é acrescentada após a realização do discurso. Este caracteriza a maneira pela qual a significação do componente linguístico é introduzida ao sentido. Desta forma:

Se o posto é o que afirmo, enquanto locutor, se o subentendido é o que deixo meu ouvinte concluir, o pressuposto é o que apresento como pertencendo ao domínio comum das duas personagens do diálogo, como o objeto de uma cumplicidade fundamental que liga entre si os participantes da comunicação. (DUCROT, 1987, p.20)

Um dos principais contrastes entre os dois componentes em questão é que um – o componente linguístico – observa o enunciado sem levar em conta as suas condições de ocorrências, enquanto o outro – o componente retórico – é o responsável por ativar esse processo de raciocínio que levará ao descobrimento do subentendido. O componente retórico, então, vai da significação ao sentido e é caracterizado por considerar as situações de discurso, procurando nelas, elementos que possam preencher os vazios inscritos na significação da frase (DUCROT, 1987). É através deste componente que se coloca em funcionamento as leis de discurso, que também apontaremos mais adiante.

Zandwais (1990) explica que o componente retórico vai além das significações implícitas veiculadas pelo próprio léxico, mas que esses efeitos de sentido investigam especificamente os contextos situacionais específicos nos quais cada enunciado é produzido. Na Figura 17, ilustramos o subentendido a partir da teoria de Ducrot (1987) e como ele pode aparecer no *Instagram*.



Figura 17: Exemplo de componente retórico retirado de post no *Instagram*

Fonte: *Instagram*

A Figura 17 pode ser utilizada para ilustrar os subentendidos. Depois de admitir que existem lobos-guará – componente linguístico – e dar seguimento ao processo linguístico, os efeitos de sentidos do subentendido – componente retórico – entram em cena. Revela um subentendido na medida que se conecta a uma situação que está ocorrendo no cenário atual, a saber, a criação de uma nova cédula no sistema monetário brasileiro²⁹, fazendo do lobo-guará apresentado na imagem processasse a mensagem e a relacionasse com o animal que estampa esta nota e, junto a isso, considerar que 200 reais é o valor desta nova cédula. Isto quer dizer que a imagem do lobo-guará, serve como principal elemento de contexto. Se não houvesse referência ao lobo, certamente as significações em torno do post ficariam resumidas

²⁹ <https://www.redebrasilatual.com.br/economia/2020/07/banco-central-anuncia-nota-de-r200-lobo-guara-sera-a-estampa/> (Acesso em 16/08/2020)

em alguém reclamando da falta de dinheiro e usando suposições quase impossíveis para dar a dimensão de sua situação, ou seja, a presença de um animal ameaçado em extinção dentro do seu quintal. Percebe-se que com o enunciado posto, o componente linguístico (DUCROT, 1987) atua e tem sentido independentemente do componente retórico, que vai mais além e leva em conta o contexto daquela situação discursiva e as bagagens de cada usuário.

No componente retórico – subentendido -, a ideia é conseguir cercar o contexto em que o falante se situa para perceber o que ele pretendia dizer com o que disse, ou seja, na perspectiva de concluir atos de fala inconclusos, de acordo com o contexto em que são proferidas.

Segundo Ducrot (1987), poderíamos afirmar que o pressuposto, levando em conta os pronomes, se apresenta como pertencendo ao “nós”, de forma que o posto é atribuído pelo “eu” e o subentendido designado ao “tu”. Da mesma maneira, usando os recursos temporais é possível dizer que o posto se anuncia simultaneamente no ato da conversação, isto é, no momento da realização do ato. O subentendido, inversamente, é apresentado em um momento posterior a esse enunciado, como se fosse uma informação nova acrescentada a partir da percepção do ouvinte. Já o pressuposto, “mesmo que, de fato, nunca tenha sido introduzido anteriormente ao ato de enunciação (...), ele procura sempre situar-se em um passado do conhecimento, e, eventualmente fictício, ao qual o locutor parece referir-se” (DUCROT, 1987, p.20). Grosso modo, podemos, então, associar o posto ao presente, o pressuposto ao passado e o subentendido ao futuro, por ocorrer necessariamente após o ato ilocutório.

Na Figura 18 trazemos outro exemplo de subentendido nas postagens do *Instagram*, mas desta vez com os elementos-chave para compreender a mensagem pelo emprego de *hashtags*, se tornando um tipo de efeito de sentido comumente empregado nessa mídia social e, portanto, diretamente relacionada com a presente tese e com seu objetivo de entender como o corpo é discursivizado pelos usuários do *Instagram*.



Figura 18: Exemplo de subentendido por meio das *hashtags* em post do *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Nesse caso, vemos que o sentido que sustenta a postagem está situado nas *hashtags*, ou seja, não é a imagem nem a legenda. Sem as *hashtags*, a publicação não passaria de uma manifestação “good vibes”, como a própria autora do post descreve, mas adquire um viés completamente diferente quando observada junto com essas *hashtags*. Através das *hashtags* “#cantora”, “#recomeço”, “#resiliência” e, especialmente, “#thevoice”, pode-se aferir que a usuária autora da publicação é uma cantora amadora que está tentando entrar para o reality show musical chamado The Voice³⁰ e se lançar na carreira profissional. Pelas *hashtags*, também, abre-se espaço para pensarmos que a pessoa já esteve no programa e, com resiliência, conseguiu uma nova oportunidade, um novo recomeço.

Para Ducrot (1987), o subentendido passa a adquirir seu valor particular quando se opõe a um sentido literal do qual ele mesmo se exclui. É por isso que dissemos que para cada enunciado subentendido, há, por trás, um sentido literal em que os subentendidos não estão contidos. Utilizando o mesmo exemplo de “Pedro parou de fumar”. Ao falar que Pedro parou de fumar a algum fumante, por exemplo, o enunciado pode ultrapassar as determinações do componente linguístico e acionar o outro conjunto de conhecimentos chamado de componente retórico, no nível da enunciação, a fim de realizar uma reflexão posterior ao ato posto e pressuposto. Um fumante, por

³⁰ <https://gshow.globo.com/realities/the-voice-brasil/> (Acesso em 16/08/2020)

exemplo, ao escutar “Pedro parou de fumar” pode encarar isso como uma crítica velada, um desafio e/ou no mínimo, uma comparação entre os dois sujeitos. Isto porque, para Ducrot (1987), nenhum ato de fala é realizado sem finalidade, pois está determinado por leis de discurso, responsáveis por efeitos diversos que abordaremos agora.

5.6 Leis de Discurso e Efeitos de Sentido

As leis de discurso são definidas por Ducrot (1987) como normas impostas à situação, à produção de enunciados. Segundo o autor, há valor no fato de um enunciado ser produzido de certa maneira e não de outra e isso tem a ver com as circunstâncias e momento específicos em que o ato de fala é realizado. De uma maneira geral, há um raciocínio que leva em conta uma fórmula do tipo “se alguém julga que é adequado dizer-me isso é, sem dúvida, porque pensa aquilo” (DUCROT, 1987, p.21-22). Isto porque falar é reclamar atenção de alguém e não parece coerente falar com os outros senão daquilo que se sabe que eles consideram relevante.

Há diversas normas sutis impostas aos enunciados. Uma delas é chamada de Lei da Exaustividade e sugere que quando o locutor produz determinado ato de fala, ele o realiza utilizando os elementos mais fortes de que dispõe. De acordo com Ducrot:

(...) admite-se que, ao menos na sociedade moderna ocidental, é necessário, quando se pretende fornecer informações a um destinatário sobre um determinado assunto, dar-lhe, entre as informações de que se dispõe, aquelas que se creem as mais importantes para o destinatário; em todo caso, não se pode sonegar-lhe uma informação mais importante do que aquelas que lhes são fornecidas, exceto se uma outra lei interdite dar esta informação mais importante. (DUCROT, 1987, p.93/94)

Além de apresentar um enunciado com as informações mais fortes de que se tem conhecimento, há, também, uma Lei de Economia, outro tipo de lei de discurso. Essa lei é simples. Diz respeito ao fato de que o ouvinte tende a supor como úteis todos os elementos contidos no enunciado, isto é, tende a imaginar que tudo o que foi dito só foi dito por que havia necessidade disso, senão não teria necessidade de indicá-lo em seu discurso. Utilizando o exemplo de Ducrot:

Se é afirmado, a propósito de uma pessoa, que ela gosta de romances policiais, o ouvinte inclina-se a concluir, para justificar a precisão trazida pela palavra

“policiais”, que ela gosta pouco, ou menos, de outros romances, qual seria a utilidade em acrescentar essa determinação, considerando que seu interesse por romances policiais se deduziria, a título de caso particular, de seu interesse geral pelos romances (1987, p.23)

Da mesma maneira é dizer, por exemplo, “Como você está engraçado esta manhã”, onde fica implícito que o mesmo não acontece no restante do dia, podendo sugerir, inclusive, que o ouvinte é mal humorado a maior parte do dia. Outra lei de discurso que se utiliza frequentemente é a lítotes³¹, uma figura de linguagem que se caracteriza pela negação do contrário. Não são raras as situações em que se diz “Até que ele não foi mal” só pra não admitir que o outro “foi bem”. Ou, para não magoar um amigo, dizer que é “pouco inteligente”, simplesmente porque seria ofensivo e poderia comprometer até mesmo a amizade se se dissesse que o sujeito, na verdade, é “burro”.

É uma maneira de suavizar um enunciado que não seria bem interpretado se fosse dito de modo explícito, estaria sujeito a repressões ou simplesmente se se mostrasse inconveniente naquele momento específico. Trata-se de afirmação pela negação do contrário. Ducrot (1987, p.22) afirma que é por esse tipo de efeito de linguagem que tendemos a tornar expressões do tipo “Jacques não despreza vinho” como equivalentes a “Jacques gosta muito de vinho”.

A ironia é outro tipo de uso na produção dos implícitos e que é extremamente presente na CMC, seja atuando para reforçar estereótipos, desconstruir padrões, desestabilizar representações de outros atores sociais e amenizar a carga simbólica e especialmente violenta de cada enunciação. O autor lembra que comumente a ironia é vista como um tipo de antífrase³²: “diz-se A para levar a entender Não-A” (DUCROT, 1987, p.197). Modifica-se um sentido literal (primitivo) para obter um sentido derivado. Também há o uso do “se”, que força o ouvinte a elaborar uma hipótese imaginária para, efetivamente, apreender o enunciado. O que se diz, para Ducrot (1987), está delimitado por esses efeitos de sentido diversos que circundam o enunciado e permitem que um interpretante suponha:

(...) para compreender um enunciado, que o locutor está, na medida do possível, cumprindo, quando realiza sua enunciação, as leis que regulamentam

³¹ <https://pt.wikipedia.org/wiki/litotes> (Acesso em 16/08/2020)

³² <https://pt.wikipedia.org/wiki/antifrase> (Acesso em 16/08/2020)

a tomada da palavra na coletividade linguística a que pertence. Já que os atos indicados no “sentido literal” do enunciado são sempre dados como realizados no momento de sua enunciação, o interpretante suporá, então, que o locutor tinha o direito de realizar estes atos (DUCROT, 1987, p.94)

O autor retoma Récanati (1978) para demonstrar que esse “deixar entender” dos enunciados leva a uma associação instantânea de que todas as normas impostas ao discurso foram cumpridas corretamente, que “estão satisfeitas as condições de o tornar legítimo, mas isto não significa ainda que o locutor “dê a entender intencionalmente” (RÉCANATI, 1978, p.95) ou que deseje compartilhar sua intenção diretamente.

É esta, então, a grande diferença entre os pressupostos e subentendidos: enquanto o posto e pressuposto se encontram limitados apenas pelos fatos de língua, o subentendido aparece como um “acréscimo”, um raciocínio posterior à enunciação e que depende, necessariamente, do contexto e dos fatores individuais de cada interpretante.

5.7 Do Subentendido à Indireta

Nesse trabalho entendemos a “indireta” (SCHINESTOCK, 2018) como um tipo particular de não dito, o subentendido – componente retórico- de Ducrot (1987). Seguindo o autor, concordamos que todo o dizer comporta um outro dizer e que isso é diretamente relacionado ao contexto em que ocorre a realização do ato de fala. Entretanto, em mídias sociais como o *Instagram*, frequentemente nos deparamos com discursos que, de alguma forma, agridem os outros. Chamamos esse tipo de discurso de “indireta” (SCHINESTOCK, 2018) e ele necessariamente atua a partir da violência simbólica (BOURDIEU, 1989). Ela aparenta ter sempre um “alvo”, um destino – ou mais de um -, mas necessariamente possui uma direção. Essa direção não é clara e, por ser “indireta”, é capaz de disseminar muito mais facilmente este jogo discursivo.

A “indireta” (SCHINESTOCK, 2018) é tão dinâmica quanto a CMC, dependendo sempre do sujeito e da bagagem cultural (ZANDWAIS, 1990) que dará – ou não – subsídios para a compreensão do sentido do enunciado em questão. Isso faz da “indireta” um efeito de sentido derivado do subentendido que também é puramente contextual. Por isso, também, a relevância de entender o micro e macrocontextos (RECUERO, 2012) em que acontecem tais interações, pois serão

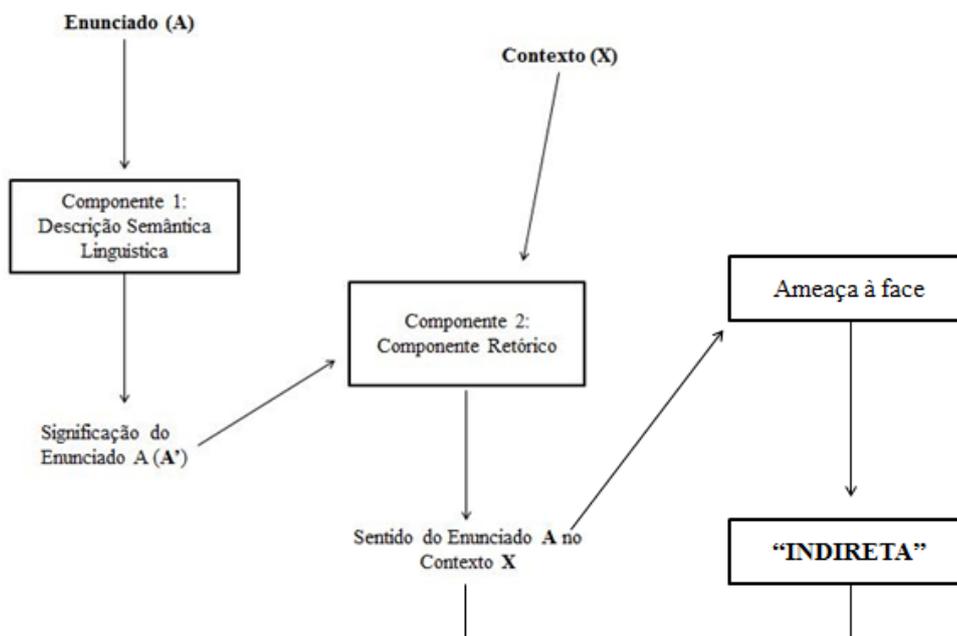
eles que identificarão e elevarão o subentendido ao posto de “indireta” e será a partir deles que conseguiremos indícios e rastros deixados pelo sujeito, muitas vezes até sem intenção, para observar de que universo discursivo aquele ator social fala e quais os elementos que o envolvem.

A “indireta” se dá no momento em que o componente linguístico (pressupostos) já tenha atribuído um sentido a determinado discurso, abrindo espaço para que o componente retórico (subentendidos) possa dar início ao raciocínio posterior à enunciação, Isto quer dizer que a “indireta” acontece no mesmo nível em que o subentendido é descoberto, mas constitui um efeito de sentido fundamentalmente caracterizado pela violência simbólica (BOURDIEU, 1989), manifestada na linguagem.

O princípio da “indireta” aparenta ser atingir o outro (SCHINESTOCK, 2018) Isso pode acontecer através da valorização da face (GOFFMAN, 2012) positiva do usuário emissor da “indireta” ao mesmo tempo em que ocorre uma ameaça clara à face de seu receptor. Assim, ao publicar uma “indireta” o sujeito tende a realizar um duplo processo. Enquanto utiliza os recursos da CMC e do *Instagram* para ajustar sua representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007) a fim de proteger sua face (GOFFMAN,2012), criando contextos em que dispõe seus recortes estratégicos de *self*, ele também ameaça a face do outro. Tudo isso em uma única postagem. Esta, para nós, é uma das grandes diferenças do subentendido de Ducrot (1987) e das “indiretas”.

Dessa forma, entendo como “indireta” o ato que for destinado a outros indivíduos com caráter limitador e categorizador do sujeito. Acredito que a cultura das “indiretas” dá um passo além do processamento retórico que Ducrot descreve em sua *Semântica Linguística*. A “indireta” deriva do mesmo conjunto retórico que determina o subentendido, mas ela vai além desse sentido e busca efeitos de linguagem estratégicos para ferir o outro – sua face –, enquanto o mesmo discurso é capaz de atuar legitimando os pressupostos que valorizam a face daquele que “manda” a “indireta”. (SCHINESTOCK, 2018, p.127)

Seguindo os esquemas propostos por Ducrot (1987), teríamos uma continuação desse processo linguístico mais ou menos como sugerimos no Esquema 3 (SCHINESTOCK, 2018, p.128).



Esquema 3: Proposta de tipo específico de subentendido: a "indireta" (SCHINESTCK, 2018)

Portanto, para ser caracterizado como uma “indireta”, é preciso que o não-dito exerça algum tipo de violência e/ou ameaça à face do(s) outro(s). “A “indireta” atinge ao mesmo tempo em que protege” (SCHINESTCK, 2018, p.128). A ameaça à face do outro, no entanto, é fundamentalmente gerada e mantida a partir da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) que se encontra entrelaçada na linguagem e dá amparo a uma relação entre usuários que se estabelecem sobre os outros (ELIAS, 2000), determinando seus *outsiders* através desse tipo de “não-dito” (DUCROT, 1987), conforme ilustramos na Figura 19.



Figura 19: Exemplo de indireta retirada do *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Como já discutimos, é preciso a existência de um subordinado e um subordinador na situação enunciativa, sendo o último responsável por ameaçar a face (GOFFMAN, 2012) e a representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007) do indivíduo ao qual está direcionando a mensagem. Na Figura 19, a indireta (SCHINESTOCK, 2018) aparece em dois momentos, a saber, na imagem que é composta por texto também, e no emprego das *hashtags*, que resulta em uma nova – porém alinhada – significação. Nesse exemplo, vemos uma mulher rindo, enquanto o texto se refere a um locutor que não gostaria do autor do post, mas ao mesmo tempo sentia necessidade de acompanhar seus passos, sugerindo inveja, entre outros sentimentos. As *hashtags* utilizadas reforçam isso e, mais, atuam como marcadores contextuais importantes, pois apresenta indícios de que a autora do post está viajando de férias para Miami. O exercício do poder simbólico (BOURDIEU, 1989) se mostra, inclusive, no emprego de *hashtags* em inglês e nos *emojis* de risos que o sucedem, como se desse mais de uma “forma” do “alvo” se dar conta e decodificar a mensagem.

Mensagem essa, suavizada pela ironia que é um dos efeitos de sentido destacados por Ducrot (1987).

Por sua vez, pode ser compreendida como “indireta”, também, pois ao mesmo tempo em que valoriza a face do usuário emissor – ao falar que tem uma “recalcada”³³ tomando conta da sua vida, o emissor ajusta uma imagem de inveja à sua face, valorizando sua face (GOFFMAN, 2012) e moldando sua representação a alguém que desperta inveja. A “recalcada” seria uma pessoa reprimida pelas qualidades desse emissor que instaura uma relação de superioridade e, conseqüentemente, ameaça à face deste receptor. Feita a “indireta”, há a possibilidade da potencialização da violência se o receptor tomar para si as informações e atestar o consentimento para que tal dominação aconteça, dando manutenção a um *habitus* (BOURDIEU, 1989) culturalmente aceito e perpetuado.

A “indireta” (SCHINESTOCK, 2018) pode servir também como uma espécie de garantia do anonimato, já que é possível dizer sem ter dito (DUCROT, 1987). A ideia parece ser atingir alguém sem nomeá-lo publicamente. É como o subentendido (DUCROT, 1987), que permite utilizar as palavras para dizer sem dizer, sendo sempre fácil para o sujeito retirar-se do enunciado.

A violência simbólica da “indireta” é permanente e presa à linguagem. Essa violência simbólica é potencializada pelas características da CMC e dos públicos em rede que auxiliam na manutenção e perpetuação dos valores naturalizados, ao mesmo tempo em que expõem a mensagem a um número expressivo de indivíduos, aumentando as chances de haver algum tipo de identificação com o discurso subentendido em questão, “vestindo a carapuça” e se tornando refém, por consentimento próprio dos próprios estigmas nos quais se sente enquadrado, por mais que não se dê conta disso. Há uma violência velada do indivíduo contra ele mesmo, e é preciso reconhecer e tomar para si as palavras “não ditas” para que a “indireta” seja caracterizada. (SCHINESTOCK, 2018, p.130)

Finalmente, cabe salientar também que a “indireta” muitas vezes pode ser apropriada em termos de conversação mesmo, fazendo dos próprios memes os suportes para que a comunicação aconteça. Há, portanto, uma possibilidade de utilizar o próprio discurso subentendido como meio de conversação, onde uma “indireta” é respondida com outra e assim por diante, mas sempre se desfazendo da responsabilidade, pois faz parte de um jogo de palavras estrategicamente pensado

³³ <http://www.significados.com.br/recalcado/> (Acesso em 16/08/2020)

para que o indivíduo mantenha-se sempre distante do enunciado. O “alvo” também pode não se enquadrar na “indireta”, tirando qualquer efeito de ameaça à sua face. Desta forma, permanece a valorização da face do emissor e a ameaça fica permanentemente à procura de outros usuários que possam legitimar a “indireta”.

Por fim, entendemos que o discurso subentendido (DUCROT, 1987) carrega uma violência que minimiza os qualificativos do outro (TAUSSIG, 1993) ao mesmo tempo em que estabelece a “indireta” que potencializará tal agressão, mesmo que veladamente, na medida em que surgirem indivíduos que se identifiquem com o que foi dito e enquadrem sua representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2007), legitimando o *habitus* (BOURDIEU, 1989) dominante. No *Instagram*, podemos identificar tais indiretas (SCHINESTOCK, 2018) de várias maneiras, seja na imagem, no texto da legenda ou na própria *hashtag*. Dito isto, passaremos a apresentar a metodologia da presente tese.

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos do presente estudo se dividem em duas fases. A primeira, consiste na coleta das duas postagens com maior número de interações nos meses de julho e agosto no *Instagram* e que utilizaram a *hashtag* *#BODYPOSITIVE*, todas em idioma português. Com os dados em mãos, partiremos para a metodologia desenvolvida pela linguista norte-americana Susan Herring (2001; 2004; 2012), a Análise de Discurso Mediado por Computador (CMDA). Escolhemos este método por ele levar em consideração as particularidades da mediação do computador, isto é, ao analisar os posts, atentaremos para elementos específicos deste tipo de conversação, como a multimodalidade e interação, por exemplo.

A ideia deste trabalho consiste em analisar como se estruturam e se ajustam os discursos sobre os corpos no *Instagram*, especificamente a partir do uso de *#BODYPOSITIVE*. Entendemos que o *Instagram*, por se tratar de uma mídia que valoriza essencialmente o imagético, teve um papel importante na retratação dos corpos da contemporaneidade. São corpos que, conforme apresentamos a partir da concepção de Le Breton (2014), estão fragmentados e fadados ao “desaparecimento”, mas tendo sua existência puramente discursivizada no ambiente *online*. Também são corpos partícipes da sociedade *a la carte*, como discute Lipovetsky (2011), ou seja, como em um cardápio, os corpos estão expostos e minimamente descritos e classificados, basta filiar-se a algum modelo deles.

A seguir, traremos alguns exemplos de como o corpo tem aparecido discursivizado no *Instagram* por diferentes *hashtags* e indicaremos pesquisas e estudos que contribuíram para o entendimento destes fenômenos sociais em suas respectivas especialidades. Feito isso, discutiremos a *hashtag* *#BODYPOSITIVE* a partir de constatações já obtidas por pesquisas anteriores, podendo, desta forma, situar a presente tese e suas pretensões de contribuição e seguindo, finalmente, para a exposição e sistematização dos dados coletados. Depois, nos interessa explicar a metodologia desenvolvida por Herring (2004;2012) e como ela será aplicada nos posts selecionados. Somente assim, iniciaremos, de fato, a análise.

6.1 A Discursivização do Corpo no *Instagram*

Pensar o *Instagram* como um fenômeno que atua como motor e mantenedor de tais discursos acerca do corpo e considerar as consequências que ultrapassam as fronteiras da sociabilidade *online*, é uma tarefa complexa, porém necessária. Vamos agora mostrar algumas das formas de como o corpo é construído e discursivizado no interior desta plataforma. Situaremos nossos exemplos em três vertentes que consideramos pertinentes para contextualizar a representação do corpo no *Instagram*. Entretanto, são observações empíricas do pesquisador e não correspondem, necessariamente a uma ordem cronológica e/ou, menos ainda, trata-se da totalidade dos fatos, servindo apenas como um norte.

Interessa-nos ilustrar e pontuar um primeiro momento em que popularizou-se uma onda fitness no *Instagram*, reforçando o corpo magro como o padrão, mas que posteriormente passou a coexistir e compartilhar espaço na rede com outras percepções de corpos, como o movimento de positividade corporal, que muito mais do que correr para adequar-se a um padrão quase inatingível, estimula, em seus enunciados, a aceitação de si, mesmo fora do padrão normatizado. Diz respeito a amar o corpo que historicamente é visto como anormal e imperfeito.

Um terceiro momento que interessa-nos mostrar, é quando a discussão sobre os corpos além dos estigmas amadurece e passa a neutralizar, desta vez, o sentimento em relação ao próprio corpo. A *hashtag*, aqui, é *#bodyneutrality*, e expõe corpos que não se interessam em adequar-se a um ou outro padrão - porque estar fora do padrão, muitas vezes também revela uma nova padronização. A neutralidade corporal reconhece a importância do *body positive* como um contrafluxo no discurso massivo do corpo ideal, mas acaba, de certa forma, determinando, por si só, o sentimento que deve-se ter em relação ao próprio corpo. Nesse sentido, o *body neutrality* entende que é preciso reconhecer seu corpo, mesmo que não haja amor por cada pedaço dele. Aliás, o corpo despedaçado que Le Breton (2014) conceitua na contemporaneidade tem suas partes facilmente detectadas a partir de *hashtags*, como veremos.

Como já defendido anteriormente, o presente estudo se detém à discursivização do corpo a partir da *hashtag* *#BODYPOSITIVE*, buscando entender

os contornos e valores por trás especialmente da positividade corporal e que emergem da CMC. Trabalharemos a partir da hipótese de que possivelmente encontraremos publicações marcadas pela *hashtag* #BODYPOSITIVE mas que, a partir do não-dito, reforçarão o padrão que querem negar. Isso quer dizer que acreditamos que dentre as postagens coletadas para essa análise, haverá enunciados que mesmo tentando desconstruir o corpo ideal, acabam deixando vestígios de que continuam submetidos a ele e a rede de dominação e violência simbólica que dele provém.

Existem diferentes trabalhos que estudam a forma como o corpo é exposto e construído no *Instagram*, cada com sua linha de raciocínio, mas todos concordam que através desta mídia social, o corpo é colocado em posição de destaque e minuciosamente discutido. Jacob (2014), por exemplo, fez um estudo sobre a linguagem fitness no *Instagram*, na tentativa de traçar um panorama de como operam as estratégias de comunicação nesse universo e a representação de uma vida fitness. Segundo a autora, nunca antes na história ocidental, o corpo humano foi tão medido, fotografado e exposto quanto atualmente, o que se deve, em parte, à facilidade de adquirir tecnologias que façam esses registros, como smartphones, câmeras digitais, etc.

Ao invés de termos um padrão a seguir da capa da revista da moda, hoje temos milhares de perfis de mulheres e pessoas incríveis que sabem comer e se exercitam na medida certa, que devem ser exemplos de pessoas que “fizeram tudo certo” e “que têm força, fé e foco”, tudo isso com o uso de *hashtags* que exploram uma obsessão corporal de contornos praticamente religiosos. No mundo digital, cada perfil de rede social voltado para os temas alimentação e corpo, que compõem a esfera do autodenominado universo fitness, costuma ser um exercício de regras imposto por uma linguagem unificada de culto à perfeição, espaço conseguido por meio de muito esforço e cuidado com o exercitar-se e o comer. (JACOB, 2014, p.90-93)

Aqui, abre-se espaço para o surgimento das musas fitness, como são chamadas. Gabriela Pugliesi³⁴ é um bom exemplo trabalhado pela autora. Uma das pioneiras a postar esse tipo de conteúdo, ela mesmo afirma que em 2012, quando publicou sua primeira foto de biquíni fazendo exercícios, não era comum a circulação deste tipo de foto. Essas musas se multiplicam a cada minuto na rede e tratam-se de pessoas que publicam suas rotinas saudáveis e usam o *Instagram* como uma espécie de diário que contém desde receitas até conselhos muitas vezes não profissionais,

³⁴ <https://www.influencerwiki.com.br/gabriela-pugliesi-youtuber/> (Acesso em 14/09/2020)

mas que nem por isso deixam de servir como inspiração para outros usuários que almejam um corpo parecido.

Para “comer” chocolate sem engordar, basta mastigar um pedaço, sentir o sabor e cuspir para não ingerir a gordura e açúcar. Essa tática é muito comum em grupos de anorexia e bulimia, nos quais é amplamente disseminada. Outro conselho é para fechar com chave de ouro. No caso, ódio: comer pelada em frente ao espelho. Isso seria uma forma de sentir vergonha e comer menos. É, na verdade, um exercício de ódio ao próprio corpo. (GURGEL, 2018, p.57)

Há diversos trabalhos que abordam o corpo fitness no *Instagram*. Trouxemos a pesquisa de Jacob (2014) por considerar a proposta de operacionalização dos discursos fitness um resumo importante no que diz respeito a esses agrupamentos, isto é, usuários que compartilham de uma mesma rede de discursos marcados por *hashtags* fitness no *Instagram*. Apesar de não ser o foco deste trabalho, é importante observar os corpos que coexistem neste mesmo espaço, para que assim seja possível compreender a carga simbólica que falar de *#BODYPOSITIVE*, atualmente, na rede, carrega.

Jacob (2014) defende que por trás de discursos motivacionais, esconde-se uma intensa vigilância e controle entre os usuários e pontua três padrões que são marcas identitárias fortes e elementos recorrentes na linguagem fitness. O processo é claramente descrito:

- a) Uso de *hashtags* motivadoras - frases ou palavras curtas que visam relacionar as pessoas e marcá-las a se tornarem visíveis nas postagens dos outros. *#FORÇA*, *#FÉ* e *#FOCO* são das mais usadas no *Instagram*, fazendo uma junção entre o “tem quer ser forte e focada para aguentar e a fé religiosa - mesmo que você não aguente, a fé te salva; b) Fotos de antes e depois - mostrar o antes e o depois da vida fitness é fundamental para essa linguagem. Mostra como o biopoder agiu bem e toda as pessoas que “se converteram” a esse estilo de vida hoje são bem sucedidas; c) Fotos de biquíni mostrando o corpo - imagens que devoram imagens, em que mulheres teriam como princípios inspirar suas seguidoras; na realidade, acaba se estabelecendo uma competição de quem está mais ou menos magra e musculosa; (JACOB, 2014, p.103)



Tabela 1: Exemplos de postagens que utilizam a linguagem fitness retiradas do *Instagram*

Post 1	Post 2	Post 3
<p>Legenda: “Um salve a todos os pessoais que são malvados! Sou totalmente dependente! Treino foooda @ 🍷! Subir essa escadaria olhando pra bunda delas fica difícil desistir. 🍷 (pega uma amiga gostosa e bota ela pra subir na sua frente. N da pra arregar não migas) #LifeStyle #EverySingleDay #Endorphins</p>	<p>Legenda: “Boa noite meus amores ,com fé nos vamos vencendo ,somos guerreiros nunca desistimos de lutar isso tbm nos torna mais vivo .🍷”</p>	<p>Legenda: Seja mais forte que a sua melhor desculpa! 🍷</p>
<p>Hashtags: #LifeStyle #EverySingleDay #Endorphins</p>	<p>Hashtags: #fitness #academia #saude #dieta #treino #marombafitness #wellness #treinelinda #estilodevida #foconoobjetivo #focoforcaefe #musculos #corpofitness #comoemagrecer #ganharmassa</p>	<p>Hashtags: #wheyprotein #suplementosalimentares #suplementação #suplemento #dymatize #dymatizenutrition #dymatizeiso100 #treino #fitnessmotivation #fitnessgirl #fitnessmodel #fitgirl #novoshabitosalimentares #novoshabitos #nopainnomusa #maromba #qualidadedevida #fitinspiration #fitnesslifestyle #fitnessmodel #personaltrainer</p>

Fonte: *Instagram*

Os marcadores discursivos propostos por Jacob (2014) e mencionados acima podem ser encontrados nas postagens da tab 1. O corpo também é discursivizado e valorizado por partes, conforme discutimos a partir de Le Breton (2011) e classificado em suas mais diversas variáveis. Os corpos que não se encaixam no molde fitness, mas também não querem ser representante dos que estão fora do padrão, também

se auto categorizam a partir de *hashtags* como *#curvy*, pois não são magros nem gordos, e sim com curvas. Os corpos que estão em algum tipo de transição são marcados como *#corpoemconstrução*, e até especificidades do corpo como *#vitiligo* compõem discursos sobre os corpos no *Instagram*, conforme Figura 20.

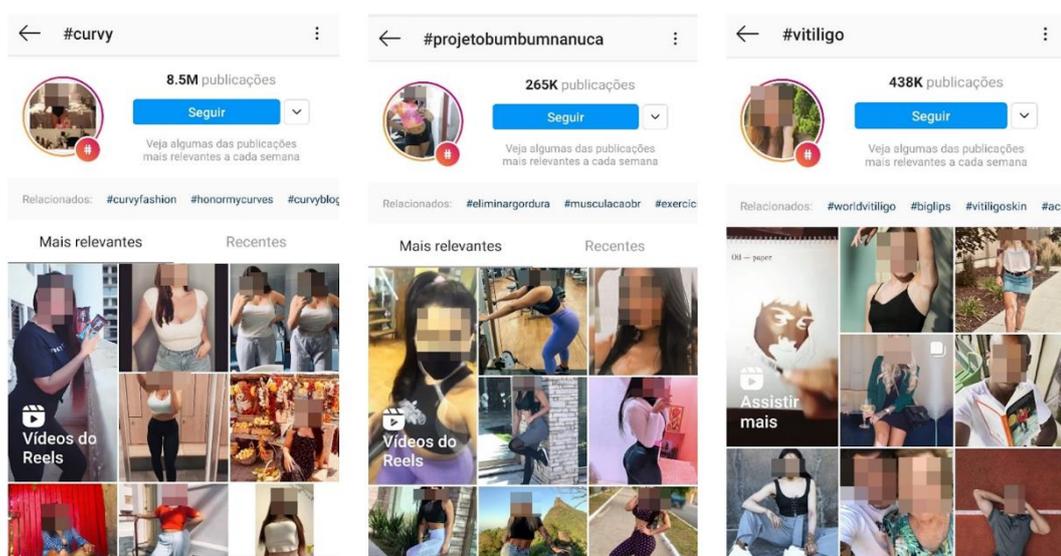


Figura 20: Exemplos de *hashtags* que fragmentam e segmentam corpos e seus volumes de busca no *Instagram*

Fonte: *Instagram*

Observamos que as *hashtags*, ao serem elencadas em uma publicação, além de filiarem aquele discurso a um contexto específico, podem atuar como verdadeiros vetores de ideais heterogêneos, divergentes do padrão historicamente imposto. Um exemplo disso seria o uso da *hashtag* *#vitiligo* (Figura 20) que, a partir das próprias funcionalidades do *Instagram*, reúne todos os demais posts que demarcaram esta característica corporal. Há a oportunidade de formar-se uma rede de usuários portadores de vitiligo e que estão conectados, agora, por meio desta *hashtag*. O próprio *Instagram* facilita a sociabilidade desses corpos e sugere *hashtags* relacionadas, como pode-se perceber na Figura 20, onde a partir da *#vitiligo*, foram sugeridas outras ramificações, como *#worldvitiligo* que possivelmente concentra imagens de usuários com vitiligo do mundo inteiro. Também é possível observar quais as *hashtags* mais usadas e, com isso, adaptar, direcionar e aprimorar ainda mais a esfera discursiva que se deseja compor.

Surgem metas representadas por #bumbumnanuca, o ‘bumbum’, nesse caso, é usado muitas vezes em analogia a outra *hashtag*, a #sundayfunday, extremamente difundida e utilizada aos domingos para registros e prazeres de uma vida comum, foi apropriada e agora também é #sundayBUMDAY, dando destaque especificamente para esta parte do corpo. O corpo é discursivizado e fragmentado com *hashtags* que concentram determinado enunciado em torno de uma parte específica do corpo, como as celulites e estrias, por exemplo. Isto quer dizer que muito mais do que falar do corpo, é possível pesquisar e encontrar partes específicas deste corpo que estejam sendo discutidas nas conversações. (Figura 21)



Figura 21: Exemplo de posts do *Instagram* que destacam determinadas partes do corpo através de *hashtags*

Fonte: *Instagram*

De fato, diversos discursos sobre o corpo se atravessam no *Instagram* e têm sido objetos de estudos, não apenas no universo fitness. Vanessa Silveira (2017) aborda essa questão em seu trabalho “Corpos e beleza no *Instagram*: Estetização em busca de *likes*”, porém, com uma perspectiva mais semiótica. Há análises sobre o corpo masculino também, embora em grande parte seja voltada ao corpo feminino. Podemos citar como exemplo o trabalho “Blogueiros fitness no *Instagram*: o corpo e o merchandising editorial de suplementos alimentares” (STOLARSKI; LUCENA; MILANI; OLIVEIRA, 2019) e que observa os discursos sobre o corpo a partir da ótica da monetização, ou seja, explora como é discursivizado o corpo de forma a servir como promoção de marcas e estratégias de comunicação.

6.2 Objeto: #BODYPOSITIVE

Na contra mão deste processo de padronização corporal feminino vigente, o movimento *Body positive* (Corpo positivo, ou positividade corporal), que não é algo novo, emerge e ganha novos contornos na internet, constituindo-se nosso objeto de estudo. O *Instagram* começou a servir de palco para que outros espetáculos, outros valores e outras relações dos sujeitos com seus corpos pudessem acontecer. O feed que antes transbordava suco verde, treinos e cultos ao corpo perfeito, isto é, a discursivização de corpos fitness que antes predominava, agora são postas lado a lado com outros corpos, estes, desta vez, completamente fora da norma.

Os valores do *BoPo* são claros: trata-se de amar seu corpo do jeito que ele é e vendo beleza em todas as coisas que até então eram tidas como “imperfeições” ou “defeitos” e que inibiam a presença dos discursos sobre eles, afinal, havia uma hegemonia fitness que constrangia, muitas vezes, um usuário fora do padrão de se manifestar. Assim, para o *BoPo*, não interessa como é o corpo, ele é e deve ser reconhecido como bonito e ser tratado com amor e positividade. São os discursos acerca do *BoPo* que interessa-nos observar, e, para tanto, contextualizaremos a seguir os valores e ideais desta outra forma de discursivizar o corpo no *Instagram*.

Discutidas as questões sobre #BODYPOSITIVE e explanando alguns estudos que utilizaram o mesmo objeto a partir de focos distintos, partiremos para a explicação da coleta e, posteriormente, introduziremos os principais conceitos da Análise do Discurso Mediado por Computador (HERRING, 2004;2012) para oferecer subsídios ao leitor que auxiliem na compreensão desta aplicação nos posts selecionados para esta tese.

Como mencionamos anteriormente, o movimento *Body positive* não surgiu no *Instagram* e sequer teve suas raízes na internet, embora tenha sido apropriado e emergido no ambiente digital como um discurso importante e em um momento que a imagem corporal fala, e muito, sobre o indivíduo contemporâneo. O trabalho intitulado “Entre filtros e *hashtags*: *Instagram*, o novo espelho de Narciso”, de Simone da Silva (2013), discute exatamente esta influência da imagem corporal representada no *Instagram* tem no cotidiano social. Como não é o foco da presente pesquisa,

concentraremos nossas considerações acerca da *#BODYPOSITIVE* e os discursos sobre o corpo que circulam acompanhados do mesmo marcador, mas que também podem indicar visões distintas sobre o que, efetivamente, é a positividade corporal e como ela se manifesta em postagens do *Instagram*.

A luta pelo respeito aos diferentes corpos e biotipos não é nova. Na verdade, o termo *BoPo* começou a circular com uma campanha contra a discriminação pública de pessoas obesas, reforçando a luta e enaltecendo seus direitos. Entretanto, percebeu-se que não apenas os corpos gordos eram discriminados, e sim todo o corpo visto como diferente. Ativistas ampliaram a pauta e passaram a exigir respeito e equidade, também, de corpos portadores de algum tipo de deficiência, limitação, cicatrizes, queimaduras, transgêneros, amputados, etc. Então, apesar de ser diretamente ligada aos corpos gordos e ao combate à gordofobia, quando falamos em *body positive*, falamos de todos os corpos, de todos os tamanhos, raças, tipos e biotipos. Megan J. Crabbe³⁵ (2017, *online*), ativista *BoPo* explica que:

Body positive não é somente sobre como sentirem-se bem com os seus corpos. Trata-se também de fazer com que as pessoas marginalizadas se sintam seguras e valorizadas nos seus corpos. Para que as pessoas se sintam seguras nos seus próprios órgãos, temos de lutar contra os sistemas que os mantém marginalizados e inseguros. Isso não significa lutar apenas contra a gordofobia, mas racismo, o sexismo, a homofobia, a transfobia e etc. Como é possível sentir-se bem no seu corpo sendo oprimido e discriminado pelo seu corpo? O *Body positive* é um movimento político que visa libertar os corpos da marginalização. Libertar-nos dos sistemas que nos ensinam que nossos corpos não são valiosos é política. A positividade corporal luta por todos os tamanhos, todas as cores de pele, todas as idades, todos os sexos, todas as capacidades. Não pode fazer isso sem política³⁶.

Fonseca (2018), problematizou o que chamamos de discursivização do corpo com o trabalho “Um corpo é um corpo: discursos em narrativas do movimento *body positive*”. Nele, a autora aponta que o corpo é performático e tratado, midiaticamente, como um campo de disputa envolvendo diferentes saberes, práticas e imaginário social:

³⁵ Criadora do blog *Bodyposipanda* (*bodyposipanda.com*) e autora do livro recém-publicado intitulado *Body positive Power*

³⁶ Publicado por Megan J. Crabbe em formato de postagem no *Instagram* em 13 de agosto de 2017, no perfil “*@bodyposipanda*”.

Trata-se de palavras, textos e imagens que constroem uma complexa rede de relações que envolvem padrão social, tecnologia e mercado, a qual produz uma forma específica de poder: o discurso midiático. Lugar de poder este, que tem sido historicamente marcado pela exposição de corpos esteticamente padronizados, sem a real representatividade da diversidade dos corpos humanos. No entanto, também tem sido campo para o movimento *Body positive* abrir brechas e construir narrativas acerca das formas corporais, hegemonicamente, desconsideradas. (FONSECA, 2018, p.13)

Esses espaços discursivos desenhados a partir da mistura de imagens, textos e outros elementos é o que chamamos de comunicação multimodal e é um dos pontos que analisaremos em nossa metodologia da CMDA (HERRING, 2004;2012), pois acreditamos que a construção dos significados ditos e não ditos passa pela escolha e disposição desses recursos viabilizados por cada ferramenta.

A *#BODYPOSITIVE* também foi analisada pela perspectiva do ciberativismo e da potencialização e amplificação que o uso da *hashtag* consegue dar aos discursos, até então, minimizados na rede. Arandas (2018) é uma das autoras que explorou esse viés da *hashtag* com o trabalho “Por dentro da *hashtag Body positive*: ciberativismo e a emergência de uma nova visão do corpo nas redes sociais da internet”. Nele, a autora constata que:

O ciberativismo praticado nas redes sociais da internet em torno da visão social do corpo configura-se como um esforço de reversão lógica arraigada dos estereótipos e estigmas sociais que deslocam as identidades do princípio da diferença, enquanto promotora da diversidade, para colocá-la em termos hierarquizantes de valoração dos indivíduos e grupos. Portanto, as redes sociais como via dessa politização em torno do corpo, têm servido para levantar bandeiras como: “seja o que quiser, seja você”, “meu corpo, minhas regras”, “exercite o amor próprio”, “ame seu corpo”, “seja seu próprio padrão de beleza”, entre outras. (ARANDAS, 2018, p.10)

Parte significativa dessa nova visão tem como principal fonte o movimento *BoPo*, cujo lema principal é a não marginalização dos corpos fora dos padrões estéticos dominantes, conforme enfatiza a autora. Desta forma, uma nova ordem discursiva sobre o corpo vai sendo instaurada dentro das conversações estabelecidas em mídias sociais como o *Instagram*. Aqui, é relevante lembrar que os discursos não se dão apenas de forma textual, ao contrário, são complexos e se interligam em outras redes através de características essencialmente multimodais.

Esse movimento consiste em questionar as insígnias dos padrões do corpo por meio da exposição das suas próprias imagens e narrativas de experiências de auto aceitação nas redes sociais. A emergência do BoPo nas redes sociais não tem data nem autoria específica, mas Arandas (2018) cita algumas pessoas e acontecimentos que marcaram a ideia da positividade corporal, como a modelo Tess Holiday³⁷, modelo *plus size* americana que ficou conhecida por compartilhar sua rotina de mulher gorda, mãe e modelo que apesar de tentar desconstruir o padrão e buscar por uma relação de amor com o próprio corpo, expôs para seus seguidores discursos de ódio e intensa gordofobia que enfrentava dentro e fora das mídias sociais. Segundo Arandas (2018):

Iniciou-se também um movimento em torno da #EffYourBeautyStandards (traduzido por algo como “danem-se os seus padrões de beleza”), lançada por Tess em 2013 e que conta com o perfil no *Instagram* de mesmo nome. Por meio da *hashtag* e do perfil, as pessoas são incentivadas a postarem suas fotos tal qual como são, sem retoques e assumindo as suas identidades e diversidade de corpos. Essa e outras *hashtags* hoje derivam e representam o movimento, tais como: #BODYPOSITIVE, #bopo, #bodyacceptance #CelebreteMySize, #HonorMyCurves, #AllBodiesAreGoodBodies. (ARANDAS, 2018, p.13)

A Figura 22 ilustra a pesquisa por algumas das *hashtags* lançadas por Tess e recém mencionadas acima.

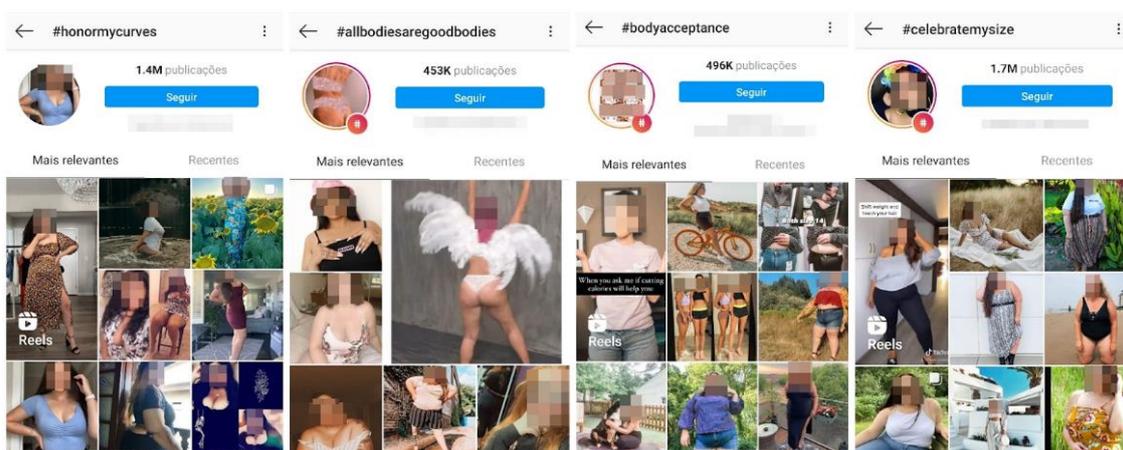


Figura 22: Exemplos de pesquisa no *Instagram* pelas *hashtags* #HonorMyCurves, #AllBodiesAreGoodBodies, #bodyacceptance e #CelebreteMySize

Fonte: *Instagram*

³⁷ Publicou o livro “*T e Not So Subtle Art of Being a Fat Girl: loving t e skin you’re in*”.

Percebe-se que apesar de ser marcadores discursivos criados em 2013, o uso e apropriação dos mesmos para compor e contextualizar discursos atuais é grande (essa captura foi feita no dia 11/08/2020). A proposição das *hashtags* foi apenas o estímulo que faltava para que usuários do mundo todo se conectassem entre si e invadissem as redes com questionamentos e reivindicações comuns.

O *Instagram*, desta forma, tem sido ressignificado pelas pessoas que não têm o corpo perfeito mas que, mesmo assim, manifestam seu desejo de expô-lo, como qualquer outro usuário naquela plataforma. No entanto, há muitos discursos que buscam minimizar o discurso que está sendo desconstruído pela postagem BoPo. Isso quer dizer que apesar de haver a movimentação de um ator que adquiriu confiança suficiente no ambiente social estabelecido pela sociabilidade entre membros de seu agrupamento a ponto de ir a público e mostrar seu corpo, assim como ele é, para os outros usuários, existe a negação desse empoderamento, a negação ao processo que está se tentando desconstruir. Uma das *hashtags* para isso é *#bodyshaming* e a Figura 23 traz exemplos que ilustram esse tipo explícito de violência.



Figura 23: Exemplo de *#bodyshaming* retirado do *Instagram*

Fonte: *Instagram*

É notório o quanto este aplicativo está sendo ressignificado pelas pessoas fora dos padrões e adeptas ao BoPo que o usam como espelho público dos seus processos de empoderamento, mas também são notáveis as inúmeras situações em que o corpo exposto passa a ser alvo dos outros usuários. Uma aceitação que está sendo buscada internamente e individualmente, mas que não é existente no que diz respeito ao coletivo.

Apenas em 2018 foi lançado o primeiro livro focado especificamente no movimento BoPo, escrito pela ativista e jornalista Alexandra Gurgel e chamado *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. Isso demonstra que a discussão ainda é recente no Brasil, abrindo espaço para que inúmeros ângulos sejam avaliados a partir da pesquisa acadêmica, afinal, esta é a forma contemporânea de discursivizar os corpos. E ela é *online*.

No livro, Gurgel (2018) identifica dois papéis dentro dos discursos BoPo. Para ela:

Quando se fala em *Body positive* é preciso entender os dois papéis que temos e que caminham juntos, mas que precisam ser explicados separadamente. Papel individual: você entende como a sociedade funciona, se perdoa por muita coisa, para de se odiar, aprende a se amar, se aceitar, entender que o seu corpo é maravilhoso da maneira como ele é. Você muda o olhar que tinha sobre si mesma. Aqui você entende, também, que pode ser que passe por problemas que são sociais, por exemplo: se você for uma mulher magra, tem muito mais acesso, direito e voz do que uma mulher gorda. Papel social: a partir da sua aceitação e de como você vê a sociedade, compreende que todos os corpos merecem acesso, você muda seu olhar em relação ao outro. (GURGEL, 2018, p.109)

É necessário levar em consideração as posições sociais e os privilégios decorrentes delas. Gurgel (2018) entende que se não há diferenciação entre esses dois papéis para não colocar-se, em pé de igualdade, o discurso de uma mulher magra sobre seu corpo usando a *#BODYPOSITIVE* e o de uma gorda que usa a mesma *hashtag*, mas que fala de uma posição diferenciada, neste caso, mais estigmatizada, por exemplo. Na esfera discursiva do BoPo brasileiro, também se conta com *hashtags* específicas e que estimulam, direta ou indiretamente, o indivíduo a manifestar-se sobre a representação de seu corpo. Aqui, destacam-se *hashtags* como *#corpolive*, *#corpãoquerido*, *#todagrandonna*, *#nãoopassecalor*, *#meucorpominhasregras*, *#corposreais*, *#todososcorpossaonormais*. Ilustramos algumas dessas *hashtags* na

Figura 24 e na sequência, na tab 2, apresentamos três discursivizações sobre o corpo a partir de *hashtags* alinhadas a *#BODYPOSITIVE* no Brasil.

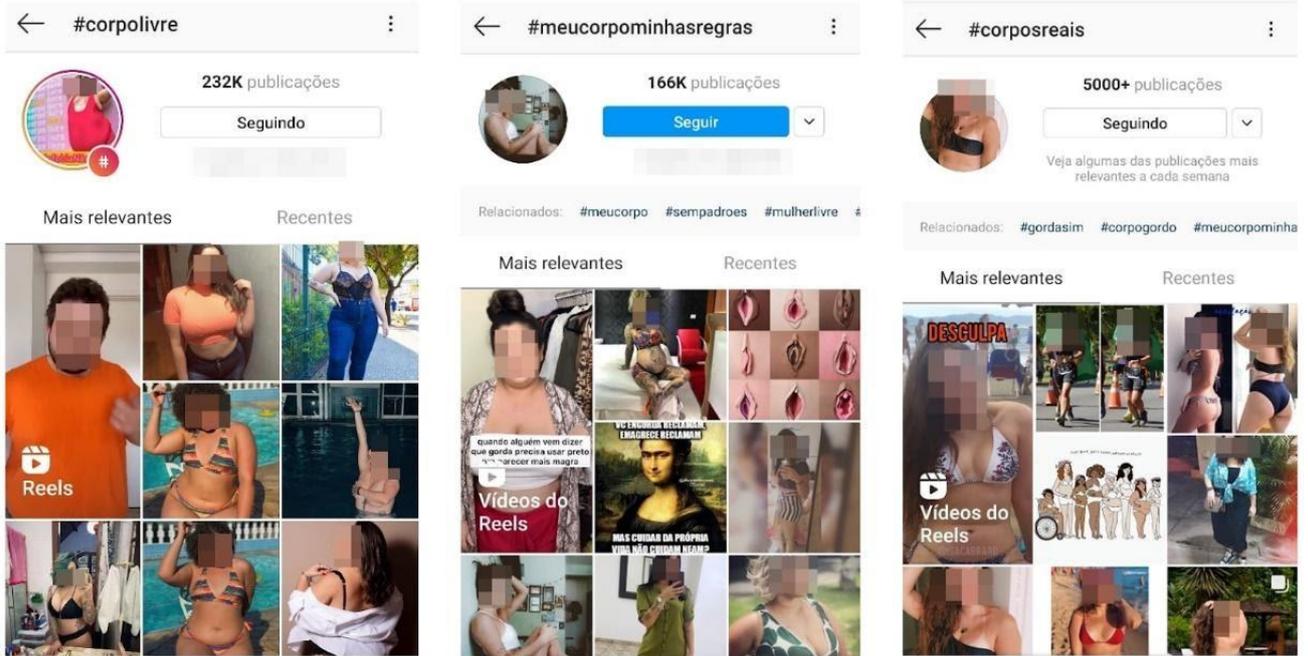


Figura 24: Exemplo de pesquisa no *Instagram* pelas *hashtags* *#corpolive*, *#meucorpominhasregras* e *#corposreais*

Fonte: *Instagram*



Tabela 2: Exemplos de postagens BoPo retiradas do *Instagram*.

Post 1	Post 2	Post 3
Legenda: “Querido corpo, desculpa por todas as vezes que te maltratei na	Legenda: “Por muito tempo eu sentia vergonha das minhas gordurinhas, das minhas	Legenda: “A minha barriga dobra, meu braço balança e minhas coxas encostam

<p>intenção de agradar o mundo ✨👉”</p>	<p>estrias e celulites. Sentia vergonha de usar uma blusa curtinha que mostrasse minha barriga, via publicações de outras meninas e queria ficar igual a elas. E hoje em dia me olho no espelho e falo “eu sou linda pra cri*”, ame cada detalhe do seu corpo, ame suas dobrinhas, suas celulite e suas estrias. ☐”</p>	<p>uma na outra. Você também deve ter alguma destas características. E está tudo bem! Nada disso precisa ser consertado, melhorado, mudado. Nossos corpos não falharam. Nós não falhamos. 🌀 Emagrecer ou ter o “corpo perfeito” não iria me livrar da depressão ou mudar a forma como eu percebia meu valor. Eu escolhi me arriscar por outro caminho: o caminho do amor-próprio, do autocuidado e da autocompaixão. Este caminho não anula completamente esses pensamentos negativos com relação aos nossos corpos. Mas ele nos permite enxergar o nosso valor! E quando nós temos certeza do nosso valor, minha amiga, não damos espaço para que esses pensamentos negativos cresçam dentro da gente. 🌀</p>
<p>Hashtags: #corpãoquerido #corpolivre</p>	<p>Hashtags: #corpolivre #meucorpomeutemplo #eumeamo</p>	<p>Hashtags: #levantamentodeautoestima #todososcorpossaonormais</p>

Fonte: *Instagram*

De uma forma geral, estas imagens e seus discursos estão na contramão do padrão de corpo vendido como ideal. Depois de contextualizar os discursos sobre os corpos no *Instagram* e introduzir a ideia central do BoPo, iremos, agora, detalhar a coleta de dados e seguiremos para a metodologia de Susan Herring (2004;2012), a CMDA.

6.2.1 Sistematização e Coleta de Dados da *hashtag* #BODYPOSITIVE

Para analisar a discursivização do corpo a partir da #BODYPOSITIVE, recorreremos a plataforma *CrowdTangle* para coletar os dados. A partir dele, criamos e salvamos uma pesquisa sobre a #BODYPOSITIVE no *Instagram*. Por se tratar da

qualificação da presente pesquisa, estipulamos um período de tempo que inicia no dia 25 de julho de 2020 e encerra em 08 de agosto do mesmo ano (Figura 25).

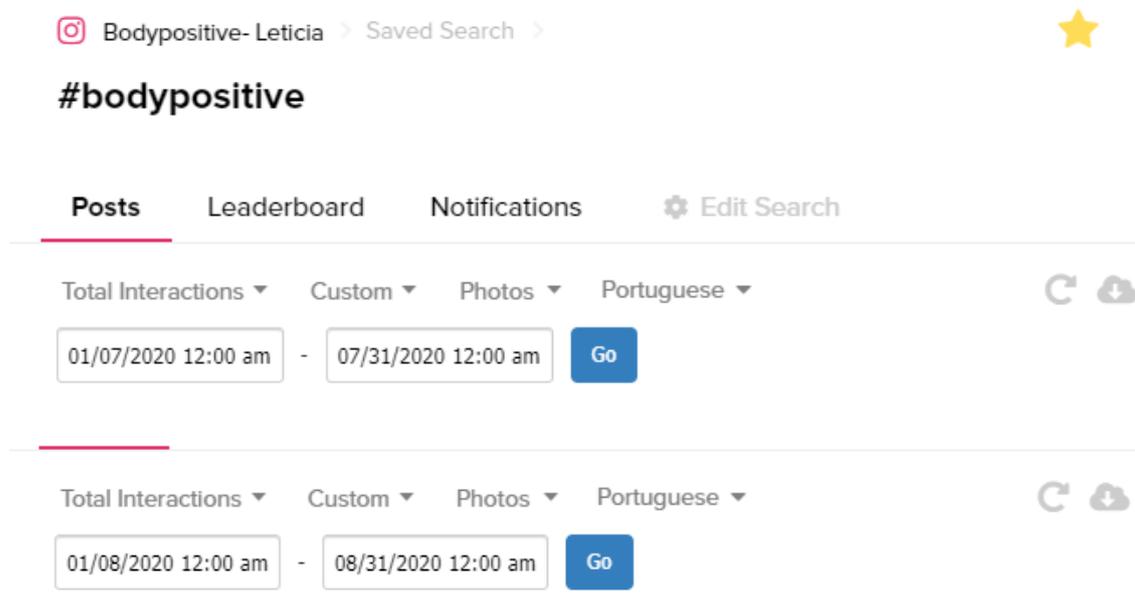


Figura 25: Print da pesquisa criada para #BODYPOSITIVE com filtros ativados

Fonte: <https://www.CrowdTangle.com/>

A coleta feita via *CrowdTangle* resultou em 805 publicações que utilizaram a *hashtag* #BODYPOSITIVE no *Instagram*. Com isso, elencamos o total de interações e, a partir daí, identificamos a que teve maior representatividade nesse mesmo volume de posts para servir como o piloto desta tese. Também refinamos a busca somente para o idioma português e publicações de fotos, excluindo, assim, a coleta de posts com vídeos, IGTV³⁸, etc. Nesse sentido, a ferramenta se mostrou de grande valia, já que, por se tratar de uma *hashtag* em inglês, há volume maior de publicações nesse idioma, o que dificultaria a realização desta pesquisa. Através dos filtros, então, foi viável a segmentação da *hashtag* desejada e no idioma de interesse.

Este foi um problema que se apresentou desde o início da proposta da tese. Como conseguir ter acesso aos posts que utilizaram #BODYPOSITIVE e que tiveram maior número de interações especificamente em português? Antes de optar pelo uso da plataforma *CrowdTangle*, pensamos, inclusive, em alterar a *hashtag* a ser

³⁸ https://business.instagram.com/a/igtv?locale=pt_BR (Acesso em 14/09/2020)

pesquisada, apelando para a versão traduzida do termo, #corpoperativo, e que também é amplamente usada no *Instagram*, embora não se compare ao marcador discursivo original.

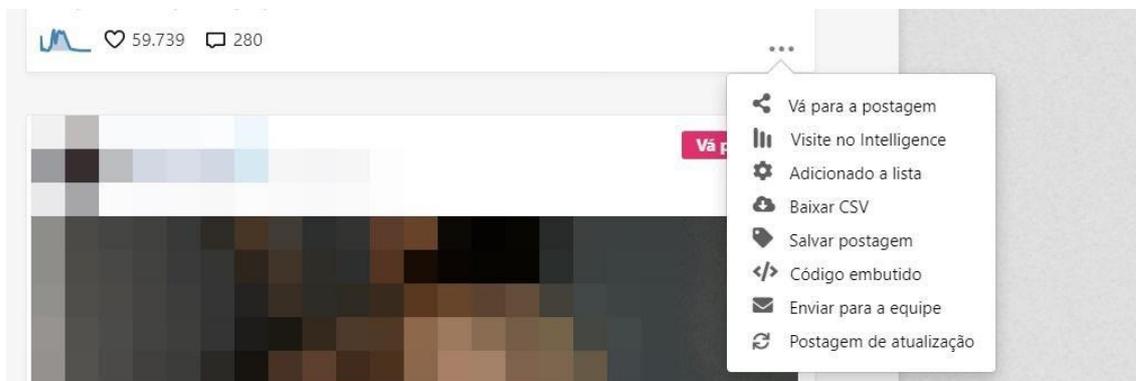


Figura 26: Print de opções disponíveis em cada publicação coletada por *CrowdTangle*

Fonte: <https://www.CrowdTangle.com/>

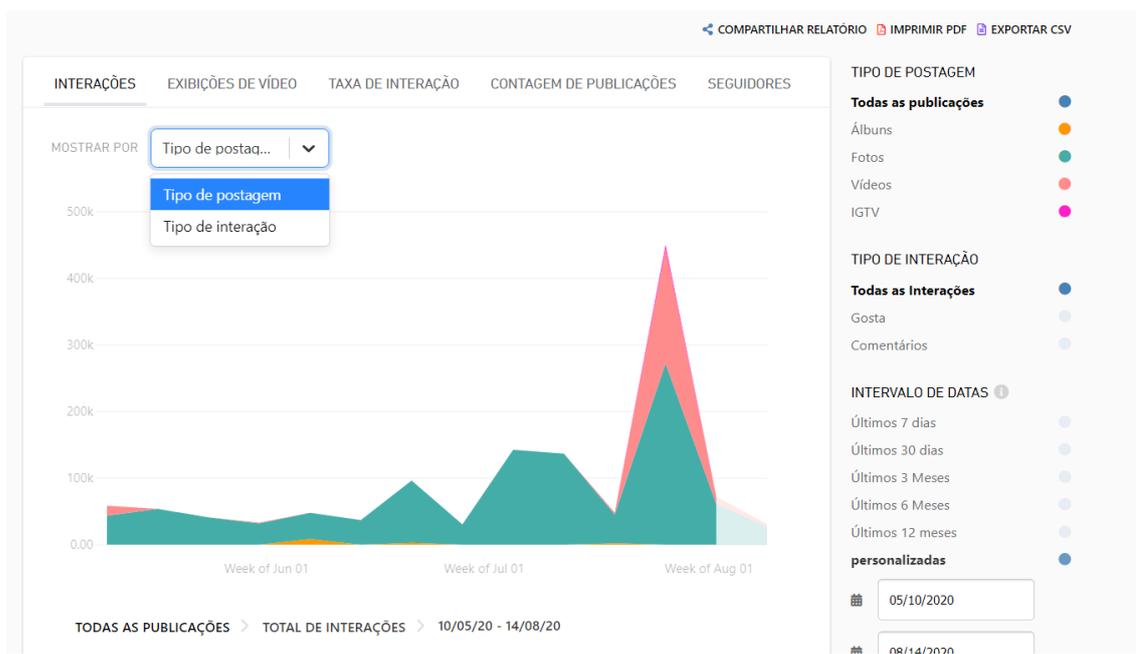


Figura 27: Print da tela que apresenta dados das interações das publicações coletadas por *CrowdTangle*

Fonte: <https://www.CrowdTangle.com/>

Entretanto, surgiu a possibilidade de recorrer ao *CrowdTangle*, o que facilitou e otimizou de forma relevante as informações a serem analisadas, as apresentando em interface razoavelmente intuitiva, que consegue mostrar as dimensões por gráficos, por exemplo. Foi através desses gráficos que descobrimos qual o post de maior

interatividade durante esse período estipulado e como foi a mudança nas interações ao longo do tempo. (Figuras 26 e 27)

6.2.2 Sobre o *CrowdTangle*

O *CrowdTangle* é uma ferramenta de insights públicos que auxilia o entendimento do que está acontecendo nas mídias sociais. De propriedade do Facebook, ele rastreia interações em conteúdo público de páginas e grupos do Facebook, perfis verificados, contas do *Instagram* e subreddits³⁹. A API⁴⁰ permite acessar diretamente todos os dados que estão sendo coletados, incluindo históricos inteiros de contas sociais, benchmarks⁴¹ competitivos e referências sociais. É um instrumento de grande relevância para monitorar-se o que está sendo compartilhado.

A ideia é que um maior entendimento compartilhado sobre como o conteúdo público se espalha molde a conversa *online* mais ampla e ajude a tornar as informações nas mídias sociais mais seguras, confiáveis e precisas (*CROWDTANGLE*, 2020). A ferramenta trabalha com várias frentes, como exibições ao vivo de fluxos de posts em tempo real, um serviço de inteligência que permite que os usuários comparem várias páginas ou contas, possibilita que uma organização, por exemplo, configure uma série de notificações personalizadas e ajustadas conforme interesses, objetivos, etc. Entretanto, para a presente tese, faremos uso do recurso de pesquisa do *CrowdTangle*.

Segundo a própria ferramenta, a pesquisa é a maneira mais fácil de descobrir conteúdo nas mídias sociais. Os usuários podem buscar por palavra-chave, URL, filtrar por plataforma social, país, idioma, *hashtag*, tipo de post, intervalo de tempo

³⁹ Um subreddit é definido como uma subseção criada pelo usuário ou subfórum do site Reddit principal. Você pode fazer um subreddit sobre qualquer tema. Assim, há subreddits que atendem a um público mais técnico – como usuários de softwares específicos, que conversam sobre bugs e novidades – e outros para fãs de grandes marcas famosas. Mais informações em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/09/o-que-e-e-como-funciona-o-reddit.html> (Acesso em 14/09/2020)

⁴⁰ A sigla API corresponde às palavras em inglês “Application Programming Interface”. No português “Interface de Programação de Aplicações”. Elas são uma forma de integrar sistemas, possibilitando benefícios como a segurança dos dados, facilidade no intercâmbio entre informações com diferentes linguagens de programação e a monetização de acessos.

⁴¹ Benchmark, no universo da computação, é a execução de programas de computador para comparar performance e desempenho de um objeto. Mais informações em: <https://canaltech.com.br/hardware/o-que-e-benchmark-26350/> (Acesso em 14/09/2020)

entre os posts, e outras funcionalidades. Na pesquisa, também é examinado todo o texto nas imagens, o que facilita muito o estudo de memes. Ele também fornece visualizações de como as palavras-chave evoluíram ao longo do tempo em determinada mídia social.

Finalmente, é válido ressaltar, também, que o banco de dados da *CrowdTangle* no *Instagram* conta com mais de 1,8 milhões de contas públicas, incluindo contas com mais de 75 mil seguidores e contas verificadas. Discutido isso, passaremos agora para a CMDA (HERRING, 2004;2012) e, na sequência, para a análise piloto para essa proposta.

6.2.3 Análise Do Discurso Mediado Por Computador (CMDA)

A Análise de Discurso Mediado por Computador (*Computer-Mediated Discourse Analysis* – CMDA) (HERRING, 2004) parte do princípio de que toda e qualquer palavra e expressão utilizada pelos indivíduos é dotada de um significado, instaurando-se além da construção léxica e gramatical. São discursos que nem sempre são atos conscientes de seus emissores e, segundo a autora, pode se constituir de maneira inconsciente e tomar forma, isto é, tornar-se visível em contextos diversos, como na reprodução de ideologias, sustentação de identidades, valores e conhecimentos.

Criada pela linguista norte americana Susan Herring (2004, p.1), “a orientação metodológica básica da CMDA é a análise de conteúdo focada em linguagem.”. A CMDA diferencia-se de outras análises do discurso, já que trata-se de uma observação descritiva e interpretativa (JOHNSON, 2010), uma proposta que reconhece o ambiente virtual como determinante para a estruturação de relações e novas conversações. Esse olhar especialmente voltado para o contexto virtual nos é de grande interesse, uma vez que o *Instagram* pode ser apropriado como um palco discursivo onde diversas vozes sobre diversos valores e corpos se entrecrocaram e dividem espaço.

A abordagem específica da CMDA descrita aqui é informada por uma perspectiva linguística. Ou seja, ela vê o comportamento *online* através de uma lente da linguagem, e suas interpretações são fundamentadas em observações sobre o uso da linguagem. O que define a CMDA, em seu núcleo, é a análise de logs de interação verbal (caracteres, palavras, expressões, mensagens, trocas, threads, arquivos, etc.). Em sentido mais amplo, qualquer análise do

comportamento *online* que seja fundamentada em observações empíricas e textuais é a análise de discurso mediada por computador. (HERRING, 2004, p.1-2)

Para Herring (2004, p.4), a CMDA, “como abordagem para pesquisar o comportamento *online* fornece um kit de ferramentas metodológicas e um conjunto de lentes teóricas através das quais se possa fazer observações e interpretar os resultados.” Isto quer dizer que a CMDA pode ser facilmente complementada ou usada com complemento para outras pesquisas, como entrevistas, observações etnográficas, da mesma forma que pode ser adaptada para envolver análises qualitativas e quantitativas, etc. Os pressupostos teóricos subjacentes ao CMDA são os da análise do discurso linguístico, amplamente interpretados. Em primeiro lugar, supõe-se que o discurso exhibe padrões recorrentes.

Padrões no discurso podem ser produzidos consciente ou inconscientemente; neste último caso, uma palestrante não está necessariamente ciente do que está fazendo e, portanto, a observação direta pode produzir generalizações mais confiáveis do que um auto-relato de seu comportamento. Um objetivo básico da análise do discurso é identificar padrões no discurso que estão comprovadamente presentes, mas que podem não ser imediatamente óbvios para o observador casual ou para os próprios participantes do discurso. Em segundo lugar, supõe-se que o discurso envolve escolhas de orador. (HERRING, 2004, p.4)

A essas duas suposições sobre o discurso, a autora ainda levanta uma terceira hipótese, a saber, “trata-se de uma investigação empírica de que maneiras, em que medida, e em que circunstâncias as tecnologias CMC moldam a comunicação que ocorre através delas.” (HERRING, 2004, p.4). Herring (2004) estipula quatro níveis da CMDA, são eles: a estrutura, o sentido, a organização da interação e o comportamento social. Abaixo, criamos uma tabela e dispusemos os elementos para facilitar a visualização e compreensão do leitor (tab 3).

Tabela 3: Quatro níveis da CMDA

Nível	Questões	Fenômeno	Métodos
Estrutura	Oralidade, formalidade, eficiência, expressividade, complexidade, características de gênero e etc.	Tipografia, ortografia, morfologia, sintaxe, esquema do discurso, convenções de formatação e etc.	Linguística estrutural e descritiva, Análise textual, Corpus linguístico, estilística etc.
Sentido	Qual é a intenção O que é comunicado O que é realizado	Sentido de palavras, atos de fala, locuções, trocas e etc.	Semântica e pragmática.
Interação	Interatividade, tempo, coerência, reparação, interação como construção e etc.	Turnos, sequenciamentos, trocas e etc.	Análise da Conversação e etnometodologia.
Comportamento Social	Dinâmica social, poder, influência, identidade, comunidade, diferenças culturais e etc.	Expressões linguísticas de status, negociação de conflito, gerenciamento da face, jogos, discurso e etc.	Sociolinguística interacional, Análise Crítica do Discurso, Etnografia da comunicação.

Fonte: Herring (2004)

Com a estrutura, primeiro nível da CMDA, a ideia é observar aspectos ortográficos, estruturais e demais elementos relacionados à formação de frases. Aqui entram características de gênero passíveis de identificar-se na CMC. Trata-se de como a estrutura do discurso é construída linguisticamente e textualmente. O sentido, segundo nível de análise, está amparado por conceitos da Semântica e da Pragmática, ou seja, é o espaço para discorrer sobre as intenções do que é comunicado e para quais significados e direções o discurso do ator em questão aponta. No que diz respeito à interação, o terceiro nível da CMDA, os aspectos conversacionais são levados em consideração, como a coerência, os turnos de fala e a forma com que determinada interação foi construída e disposta na rede. Também pode-se identificar a temporalidade de tais relações, isto é, o espaço de tempo no qual se desenrolam as conversações.

O quarto nível chama-se comportamento social e é o espaço onde deve-se observar as dinâmicas sociais atreladas aos indivíduos que se comunicam em determinado espaço. Este nível envolve a análise de influências *online*, mas também *offline*, como apropriações, ressignificação, reprodução de valores e estímulos do

contexto que podem servir como estímulo ao conflito entre os sujeitos. No ano de 2012, Herring publicou uma atualização da análise de discurso mediado por computador, acrescentando um quinto nível, a multimodalidade, que ilustramos com a tab 4.

Tabela 4: Introdução da comunicação multimodal como outro nível de análise da CMDA

Comunicação Multimodal	Efeitos do modo, coerência do cruzamento de modos, gerenciamento de endereçamento e referência, espalhamento de unidades de sentido gráficas, co-atividade de mídia e etc.	Escolha do modo, texto-na imagem, citações em imagens, animação, <i>deixis</i> e posição espacial e temporal, etc.	Semiótica social, análise de conteúdo visual e etc.
-------------------------------	--	--	---

Fonte: Herring (2012)

Entende-se por multimodal o uso conjunto de vários elementos na composição de um discurso. Aqui, podemos entender o *Instagram* como uma plataforma fundamentalmente multimodal, já que ela é construída em cima, especialmente, de imagens, mas também permite que se acrescente textos discursivos e, mais que isso, que se utilize a *hashtag* como marcador discursivo que irá direcionar e conectar a publicação a uma série de outras narrativas, de outros usuários, que não necessariamente estão alinhadas em seus valores, mas que formam uma teia de relações unidas por um ponto específico e comum, a *hashtag*. De fato, os componentes multimodais estão presentes em todas as etapas da CMC, cada vez é mais fácil introduzir um novo recurso ou elemento que ajudará a contextualizar e moldar o discurso de acordo com a intenção do sujeito emissor. Nesta tese, entendemos que a comunicação multimodal pode ser identificada, concomitantemente, em todos os outros níveis da CMDA. Por isso, na tentativa de não estender ou ser repetitivo, optamos por debruçar a análise do presente estudo nas quatro categorias inicialmente abordadas (HERRING, 2004) e indicar a presença – em maior ou menor grau – da multimodalidade toda vez que necessário. ou seja, demonstrar quando for vista a combinação de imagem, texto, componentes audiovisuais, *gifs*, *links* e etc.

Alguns estudos já utilizaram a CMDA (HERRING, 2004), inclusive, para entender o discurso político no Facebook. Eleições municipais serviram de base para

que o pesquisador, Felipe Soares (2016), ao analisar as páginas dos candidatos à prefeitura de Pelotas, aplicasse os cinco níveis da CMDA e os observasse sob à luz da argumentação e retórica. O aparato metodológico oferecido por Herring (2004;2012) foi apropriado com objetivo de avaliar as estratégias discursivas adotadas pelos candidatos em suas publicações no Facebook, além de aprofundar o público e a ideologia envolta em cada político. No que diz respeito à estrutura, a dissertação de Soares (2016) considera a mensagem ajustada ao meio pelo qual está sendo veiculada e que linguagem constitui as publicações. Toda adaptação para a produção do discurso é levada em conta na análise da estrutura.

No sentido, importa observar que tipo de mensagem é produzida pelos candidatos. Na interação, é visto como o sentido produzido pelas publicações é recebido pelos usuários do Facebook, tendo em vista a questão da adesão dos espíritos (PERELMAN, 1993), ou seja, de que maneira a mensagem é recebida pelos interlocutores. Para isso, são observados os comentários e compartilhamentos, como modo de identificar mensagens de suporte ou crítica ao sentido das publicações. Por fim, no comportamento social pretende-se observar o discurso político de maneira mais ampla. Para tal, os elementos construídos no sentido das publicações são retomados, assim como as interações e a relação destas com o sentido, para observar que tipo de construção de imagem (FIDALGO, 2010) é pretendida pelos candidatos, assim como observar o capital social mobilizado e gerado (LIN, 1999; RECUERO, 2010). (SOARES, 2016, p.81).

Sobre a esfera política no Facebook, se debruçou a pesquisa de Volcan (2014), que observou a legitimação do discurso humorístico pela página Notícias do Senado. O preconceito linguístico é outro trabalho que aplicou a metodologia da CMDA (HERRING,2004;2012), fazendo da estrutura um dos principais pilares a serem trabalhados. A estrutura também se mostra de grande importância para identificar aspectos informais contidos nos discursos. Moreno (2014), discute os gêneros digitais em Educação à Distância (EAD) a partir da avaliação da informalidade na escrita acadêmica nos chats. Aqui, então, a CMDA é aplicada para a análise de dois episódios específicos de interação via chat, coletados de um ambiente virtual de aprendizagem de uma universidade (Grupo Uninter) e obtidos por meio de busca simples em plataforma de pesquisa.

Buscando identificar padrões recorrentes capazes de indicar a dominação masculina através de postagens do Facebook, Viegas (2014) utiliza a CMDA (HERRING, 2004; 2012) para investigar o conteúdo dos comentários de usuários a determinada publicação e, assim, desvelar posicionamentos e o jogo de poder

simbólico ao qual homem e mulher se submetem na rede. “#Orgulho de ser Hétero” e “Metendo a Real” são páginas usadas afim de mostrar a legitimação e o reforço do papel superior do homem na rede e como se molda o comportamento em torno da fabricação de uma ordem social que se baseia numa visão na qual ela deve ficar em casa, cuidar dos filhos e cozinhar para o marido. Viegas (2014) analisou a estrutura conforme a disposição dos elementos e do conteúdo na página, assim como os significados em torno de imagens ou comunicações multimodais.

Também no Facebook, a CMDA foi aplicada como forma de averiguar qual o nível de empoderamento feminino se poderia constatar a partir das conversações estabelecidas no interior do Facebook. Aqui, a ideia era utilizar a metodologia de Herring (2004;2012) para identificar como a figura da Mulher Maravilha (SOBRAL E BAINI, 2020), cujo filme recém havia sido lançado nos cinemas, era absorvida e compartilhada entre os usuários. O comportamento social, assim como a interação, foram elementos fundamentais para a realização do trabalho. O poder e o jogo de autoridade entre os usuários que falavam sobre o assunto foram identificados por meio do comportamento social, quando havia claramente uma tentativa de influenciar outras pessoas a assistir ou não ao filme da Mulher Maravilha através dos comentários e compartilhamentos. Viu-se, ao final da análise, que apesar de haver rastros de empoderamento feminino nas postagens, a figura da super-heroína é constituída a partir de um modelo masculino e opressor.

O não-dito e as indiretas também foram trabalhados sob à luz da CMDA e da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) no Facebook no livro “Se a carapuça serviu... – a cultura das indiretas e a violência simbólica no Facebook” (SCHINESTCK, 2018). Neste caso a CMDA serviu para avaliar os implícitos na linguagem e como havia significado além das palavras. A estrutura, aqui, foi essencial, pois levou em conta toda a fabricação de postagens com reforço ou omissão de determinados elementos, como os *emojis*, por exemplo, e elaboração dos enunciados. Juntando os discursos não-ditos, a violência simbólica e aprofundando-os embasados na CMDA, surge um novo componente linguístico que passa a ser chamado de indireta (SCHINESTCK, 2018). Nesta pesquisa, foi necessário observar, de forma ampla, todos os níveis de análises propostos por Herring (2004;2012) e como eles formam uma trama de significados que, apesar de não estarem expostos e visíveis ao leitor, são passíveis de serem decifrados.

Como se pode perceber, há diversos estudos que aplicaram a CMDA utilizando o Facebook como pano de fundo. Também existem análises no *Twitter* e até mesmo em chats de educação à distância. No entanto, percebe-se, também, o quanto o *Instagram* precisa ser explorado e o quanto ainda carecemos de informações e subsídios que nos ajudem a compreender todo o sistema de conversação, exposição e discursivização de fenômenos nesta plataforma específica. A presente tese, na tentativa de aprofundar os conhecimentos sobre a CMC no *Instagram*, propõe uma contribuição. No entanto, é sempre válido ressaltar que não é uma totalidade da rede e esses processos não são definitivos e transparentes, e, assim como a internet, são dinâmicos, mutáveis e imprevisíveis.

A CMDA observa o discurso social, histórico e culturalmente instaurado especialmente nesse ambiente, o que torna o método de Herring (2004) relevante para este trabalho, uma vez que nos interessa observar de que maneira o corpo é discursivizado no *Instagram* a partir da *hashtag* #*BODYPOSITIVE* e, em que medida, é capaz de apresentar em suas entrelinhas, uma violência sutil e quase sempre imperceptível, a violência simbólica que se naturaliza nos indivíduos e se perpetua pela linguagem e relações sociais. Com os conceitos até aqui trabalhamos, passaremos, a seguir, para a análise piloto.

6.2.4 dos posts

Análise Piloto

7.



Figura 28: Postagem selecionada para análise piloto

Fonte: *Instagram*

Tabela 5: Sistematização dos dados da postagem analisada

Legenda	<p>Você já teve vergonha do formato ou tamanho dos seus seios?</p> <p>Essa foi uma das maiores inseguranças que eu já tive. Grande demais, com estrias, caído. Inseguranças que eu tive desde adolescente, desde a época que eu usava sutiã 46 (hoje uso 58).</p> <p>A aparência deles só vai ser aceita depois de uma redução? Depois da redução, próteses de silicone serão exigidas? E as cicatrizes da mamoplastia, como faze-las sumir? Os seios ficarão simétricos e redondos? O risco de uma anestesia geral compensa? O valor pago por tais cirúrgias vai sair de onde?</p> <p>Eu não posso viver refém de um padrão de beleza que me chama de vulgar e desleixada. Eu só quero viver em harmonia com a imagem que eu tenho hoje.</p>
Hashtags	#bodypositive #foradopadrao #corpolivres #seioslindos
Curtidas	13.465

Comentários	728
Data	30/07/2020

Fonte: *Instagram*

7.1 Estrutura

O modo como os elementos estão dispostos nas publicações do *Instagram* diferem de acordo com a plataforma utilizada para acessar esta mídia social. Isto é, ao visualizar um post pelo smartphone, o sujeito verá a mesma postagem, porém, organizada de forma diferente. Explicaremos melhor. O post em questão, quando analisado pelo smartphone, utiliza o espaço de forma mais compacta e resumida. A Figura 29 ilustra isso através da opção "...mais", onde o usuário, ao clicar, abre o texto completo. A informação não é dada por inteiro na postagem visualizada pela versão *mobile*⁴². São ajustes feitos para que o conteúdo caiba em uma tela, seja de *smartphones*, *tablets*, ou qualquer outra plataforma que não seja o computador. Trata-se de uma adaptação do material para que possa funcionar, ser distribuído e visualizado sem distorções, por exemplo, em qualquer dispositivo móvel.

O conteúdo visto por smartphone, por exemplo, é organizado de forma vertical. Assim, as informações são dispostas da seguinte maneira: na parte superior da tela, encontra-se o nome do usuário junto a uma miniatura de sua foto de perfil. Logo abaixo da identificação do autor da publicação, há a opção de utilizar o recurso de geolocalização⁴³, ou seja, a marcação de um determinado lugar através das coordenadas geográficas disponibilizadas pelos dados compartilhados pelo próprio usuário. Normalmente, essas demarcações dizem respeito a locais físicos como um café, uma loja, um ponto turístico, etc. Entretanto, tem sido comum deparar-se com postagens que, conforme mostramos na Figura 29, apropriam-se do espaço de

⁴² Plataforma mobile é feita apenas para se adaptar à tela de smartphones, criada de fato pensando nas telas destes dispositivos e em como as pessoas costumam de interagir com seu telefone celular. A plataforma mobile é basicamente um catálogo secundário, com infraestrutura independente, mas totalmente integrado à sua loja virtual. Mais informações em: <https://www.iset.com.br/blog/afinal-o-que-e-uma-plataforma-mobile/> (Acesso em 05/09/2020)

⁴³A geolocalização geralmente funciona com a identificação do IP (Internet Protocol), que é capaz de informar o país, a cidade e o horário atual de onde se está publicando. Também pode ser utilizada com dados a partir de um endereço MAC, RFID (identificação de radiofrequência), conexão sem-fio e coordenadas de um GPS. Vários smartphones utilizam o GPS integrado para enviar as informações de localização. Mais informações: <https://www.tecmundo.com.br/o-que-e/3659-o-que-e-geolocalizacao-.htm> (Acesso em: 05/09/2020)

geolocalização para delimitar um local inexistente, associado a algum sentimento ou estado de espírito, por exemplo.

No caso da Análise 1, o autor colocou “Silicone Já”, ao invés de indicar uma cidade ou um bairro, por exemplo. Discutiremos melhor os significados que envolvem esta demarcação no nível que abordaremos o sentido. O que queremos salientar, aqui, é que a função original da marcação de geolocalização não é utilizada. Ao contrário, é apropriada e empregada de maneira que funcione, ela mesmo, como complemento, ou um outro espaço de significação, “Silicone Já”. A ordem “já”, pode ser considerada um ato de fala a partir de Austin (2001), uma vez que está impondo a realização de uma ação.

Ao lado do nome do usuário, há a informação sobre seguir ou não seguir o perfil do autor da publicação. No caso da Figura 29, como não estávamos seguindo esta pessoa, o *Instagram* informou e disponibilizou um botão chamado “Seguir”, como vemos em azul. No entanto, se o usuário já for um seguidor daquele perfil, o botão será outro, com a informação “Seguindo”. Ao lado deste botão, ainda, observamos as reticências. Ao clicar ali, as reticências se expandem e aparecem as opções denunciar, compartilhar e copiar *link*, viabilizando novas opções. Abaixo das informações recém mencionadas, encontra-se a imagem do post.





Figura 29: Exemplo da postagem do *Instagram* visualizada pelo smartphone

Fonte: *Instagram*

Abaixo da imagem, existem outras funcionalidades, como o coração para “curtir”, o balão de fala para comentar e o aviãozinho de papel para compartilhar a publicação com outro usuário do *Instagram* de forma privada, por *direct*⁴⁴, iniciando uma nova conversa. Esses elementos servem para organizar e sistematizar as opções de interação com a publicação. Cada um se refere a um tipo de envolvimento do sujeito, como discutimos a partir de Recuero (2014) que estudou os botões do Facebook e adequamos às funcionalidades disponibilizadas pelo *Instagram*, foco desta tese. No lado direito, há uma espécie de bandeirinha, que serve para salvar o post. Mais abaixo ainda, são apresentadas as informações sobre as curtidas, cuja estrutura se difere especialmente da versão para computador.

Na verdade, na versão móvel, não é possível ter acesso a quantas curtidas teve a publicação em questão. Em contrapartida, ela apresenta o número total de comentários, o que não acontece na versão para computador, como ainda explicitaremos. A legenda da publicação aparece abaixo das curtidas e, abaixo dela,

⁴⁴ <https://about.instagram.com/pt-br/features/direct> (Acesso em 05/09/2020)

são elencados os comentários. Ao lado de cada comentário tem um pequeno coração, dando ao usuário, a possibilidade de curtir enunciados específicos de terceiros e não somente legitimar o material do autor do post, mas também dos que interagiram com ele. Finalmente, abaixo dos comentários está a data em que foi publicado o post e a opção de “ver tradução”, recurso útil especialmente para textos de outros idiomas. Esta é a estrutura da publicação quando acessada de um dispositivo móvel.

Já estrutura da publicação, quando acessada de um computador, é apresentada de forma distinta. A imagem, desta vez vista por uma tela maior, ganha destaque e ocupa todo o lado esquerdo. O lado direito, por sua vez, é destinado a apresentar as outras informações. A parte superior direita é composta pela mesma lógica. Primeiro o nome e foto de perfil em miniatura do autor do post, a indicação se o perfil é ou não seguido e as mesmas funções disponibilizadas pelas reticências, a saber, denunciar o conteúdo, compartilhar ou copiar o *link*. O mesmo acontece com a legenda e os botões de curtir, comentar, enviar por *direct* e salvar. Na verdade, a coluna que era organizada na vertical, na versão *mobile*, agora é fixada ao lado direito da imagem, destacando o conteúdo de forma horizontal. As duas versões divergem, no entanto, em dois dados: o número total de curtidas e o número total de comentários. Na versão para smartphone (Figura 29) é possível visualizar o total de comentários, mas não o total de curtidas. O contrário acontece quando a visualização é feita pelo computador (Figura 28), onde o dado que é fornecido é o número de curtidas e não o dos comentários. Feita a diferenciação entre os dois formatos possíveis para visualizar a postagem feita no *Instagram*, seguimos com a descrição estrutural.

A imagem é constituída pela fotografia de uma mulher vestindo uma camisa florida semiaberta, deixando o contorno dos seios em destaque, mas sem se expor por inteiro. Entre os dois peitos, a usuária tem uma tatuagem com o símbolo feminista. A mulher está com a mão no rosto, como se estivesse um pouco confusa e, ao fundo, percebe-se um espaço com diversas plantas, uma área iluminada, já que é possível reconhecer os raios de sol atuando sobre a imagem, a deixando mais clara. A imagem também é constituída por uma frase, escrita com letras minúsculas e com a cor rosa semelhante a uma das flores estampadas em sua camisa.

Avaliando o texto da legenda, podemos ver a preocupação da usuária com a organização do conteúdo em sua publicação, já que ela separa os parágrafos com um ponto (.). Usar um ponto quando se quer dar um espaço entre uma sequência e outra

de discursos é uma prática comum no *Instagram*, pois a ferramenta não distingue tais espaçamentos. Então, ou o texto fica em um bloco só, dificultando a própria leitura do que está escrito. Percebe-se que a autora se preocupou em oferecer uma estética capaz de auxiliar no entendimento da mensagem. Existem erros ortográficos, como o acento na palavra “cirurgias” que foi escrito “cirúrgias”, mas nenhum atrapalha a coerência e o entendimento do que está sendo transmitido. A autora conta situações que já vivenciou por conta do tamanho de seus seios, cria uma situação hipotética – a cirurgia plástica – e termina com afirmações positivas sobre o momento presente. Nos dois primeiros parágrafos, ela fala no passado (“teve”, “foi”, “tive”, “usava”), na sequência seguinte, situa o discurso num futuro hipotético (“vai ser aceita”, “serão exigidas”, “ficarão”) e o último parágrafo constrói a narrativa no momento atual (“posso viver”, “chama”, “quero viver”). Na legenda, também há uso de pronomes possessivos como “deles” e “seus”, empregadas ao falar sobre seus próprios seios e direcionando a pergunta para seus leitores, questionando o sentimento em relação a esta parte do corpo, especificamente.

No que diz respeito aos pronomes pessoais, há emprego de “eu”, “você” e “vocês”. Percebe-se que na legenda, o texto que relaciona “eu” e “você” é elaborado em um tom de amizade, um tom confessional que, ao mesmo tempo em que expõe suas fragilidades e preocupações, abre espaço para que outras conversas tenham início, seja com ela ou entre os outros usuários que se apropriam dos espaços de interação para construir relações. Entretanto, a frase que está junto com a imagem, fala que “vocês” ainda não estão prontos para essa conversa. O tom, aqui, aparenta estar mais defensivo e a autora *afirma* que “vocês” não estão prontos, ela não pergunta. Com essa imposição, é pertinente identificar a diferença e posições discursivas. Na legenda, a usuária parece falar com uma rede de apoio, um grupo de pessoas que compartilha de valores semelhantes e que com os quais estabelece-se uma proximidade, uma intimidade que não se enxerga na frase da imagem. Esta última, parece estar falando com pessoas que não aceitam o tamanho e o formato de seus seios e por isso não estão prontos para discutir o assunto. Trata-se do que Zappavigna (2013) entende como *ambient affiliation*, onde a *hashtag* *#BODYPOSITIVE* está servindo como um vetor que liga as narrativas em torno desta temática.

Antes de partirmos para o próximo nível de análise, é relevante indicar que a publicação é puramente multimodal. Ela combina imagem, textos, *links* e *hashtags*, ao mesmo tempo em que permite que se estabeleçam conversações novas a partir dos espaços de interação. As opções de compartilhamento também são características multimodais, uma vez que redirecionam e distribuem o conteúdo por meios alternativos e que só são possíveis pelas características da CMC que abordamos a partir de Boyd (2007).

7.2 Sentido

O sentido do post analisado parte do pressuposto (DUCROT, 1967) de uma conversa que acontecerá, mais cedo ou mais tarde, sobre os padrões dos seios da mulher atual. A autora do post, no entanto, deixa claro que “vocês” ainda não estão prontos para ter essa conversa. Esse “vocês”, como mencionamos no nível anterior, parece não se referir ao mesmo “você”, com quem ela “fala” na legenda. Abre-se espaço para pensar que são dois locutores diferentes. O que ela desabafa na legenda é empático, transparente e reflete a insegurança de muitas mulheres que sequer possuem uma rede para discutir esse tipo de estigmatização sofrida diariamente e, nesse caso, relacionado ao formato e tamanho dos seios. Ao revelar os saberes (FOUCAULT, 1998) e buscar identificar os poderes que estão enraizados e são perpetuados através do *habitus* (BOURDIEU, 1989) dominante, a autora do post se coloca como uma espécie de ponte. Nesse momento, a publicação passa a atuar de forma a agregar diferentes visões sobre os corpos fora do padrão normatizado, criando e fortalecendo laços com outros usuários que possuem interesses na discussão BoPo.

Por outro lado, o “vocês” com quem a autora conversa na frase da imagem, parece estar associado aos indivíduos que praticam tal estigmatização (GOFFMAN, 2012) dos corpos. Aqui, podemos identificar o corpo como um espaço de contestação de saberes que, no jogo das relações sociais, constituem (micro) poderes (FOUCAULT, 1998). Há dois valores em disputa: o daqueles que estão prontos para essa emancipação ou, pelo menos, para contribuir com o debate, a circulação e conscientização de corpos diferentes, da oposição à lógica arraigada (ARANDAS, 2018). Tal disputa simbólica sugere indícios para o enquadramento de uma indireta (SCHINESTSK, 2018), uma vez que o enunciado da imagem defende sua face ao

mesmo tempo em ameaça a representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2009) do outro. Percebe-se a incidência da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e da tentativa de minimizar as capacidades e qualificações do outro (TAUSSIG, 1993), situando o mal em determinado tipo de pessoa, conforme vimos a partir da ideia maniqueísta proposta por Minayo (1990), isto é, atribuindo ao outro toda a negatividade que ele mesmo – em sua cabeça – não possui. Cria-se, assim, um *outsider* (ELIAS, 2000) e estabelece-se sobre ele a discriminação e o exercício do poder e da violência simbólica, tudo isso a partir de uma pequena frase que diz que seios caídos são lindos e que “vocês” ainda não estão prontos para essa conversa. Ao determinar que o outro não está pronto para a conversa e, de certa forma, antecipar a conclusão da discussão, a autora do post está se colocando em posição superior, assumindo o posto de quem possui conhecimento e está apta para ter a conversa em questão. Quando abordarmos o nível do comportamento social, veremos o quanto esse ato, por si só, estabelece um jogo de forças e saberes (FOUCAULT, 1998) sobre a temática dos seios fora do padrão.

Assim, o enunciado da imagem parece se defender de todas as afirmações que a pessoa fez na legenda, reforçando os sentidos ali produzidos. Isto quer dizer que, se depois de ler a legenda, algum sujeito permanecer com uma visão discriminatória e agressiva em relação ao post, será resultado de sua falta de preparo e/ou incapacidade de atingir um nível de aprofundamento que a temática exige. O texto construído na legenda, por sua vez, caracteriza um relato de preocupações e inseguranças extremamente íntimas e pessoais, mas que foi exposto na rede, utilizando o *Instagram* como plataforma na qual encontrou apoio e da qual sentiu-se parte. Isso ilustra o pensamento de Ribeiro (2001) de que o ambiente digital tem servido como um espaço alternativo de sociabilidade e de grande importância para a formação de agrupamentos (MAFFESOLI, 2006) com pautas que até então estavam ofuscadas pelo padrão dominante.

Seios caídos não tinham espaço para debate, simplesmente porque a ordem era não possui-los. Desta forma, ao invés de falar sobre a aceitação deles, criavam-se saberes específicos (FOUCAULT, 1998), argumentos e conversações direcionadas a como atingir o formato do seio ideal, por exemplo. Aqui, lembramos do pensamento de Foucault (1998) sobre os discursos e dispositivos de poder que operam sobre os corpos e determinam o valor, direcionam a interpretação e estimulam

o atrito entre as diferentes forças que atuam no interior do sujeito. Ou seja, o sujeito que deseja apenas se sentir em harmonia com o corpo que possui se choca com os saberes de um corpo idealizado, dos seios perfeitos e que devem ser aceitos e reconhecidos. Como debatemos a partir do pensamento de Rodrigues (2008), são esses confrontos de olhares, na formação do discurso sobre os corpos, que constituem as relações de poder, mas também são esses conflitos que demonstram o potencial para a conscientização e normalização de outros corpos, que só acontecerá quando os indivíduos forem tensionados e tiverem seus valores postos em questão. Caso contrário, sem a circulação de novos corpos, da produção de novos saberes, a estrutura simbólica que envolve a percepção do corpo contemporâneo continuará a mesma, guiada por uma lógica desigual e nada diversificada.

Também falamos de uma desnaturalização dos corpos (LOURO, 2003) que precisa, urgentemente, ser feita pelos sujeitos. Essa postagem, por sua vez, age no sentido da desnaturalização, questionando os padrões impostos e tentando romper com a lógica historicamente aplicada em seu entendimento, em sua interpretação (FOUCAULT, 1998). Através das suposições feitas pela autora do post, temos o que Le Breton (2007, p.92) denominou como uma espécie de interface entre o social e o individual, entre a natureza e a cultura, entre o fisiológico e o simbólico”. A Análise 1, portanto, se dispõe como um canal que interliga diferentes discursivizações sobre os corpos BoPo, mesmo não deixando explícita sua adesão ao movimento (ZAPPAVIGNA, 2013). A *hashtag*, aqui, está exercendo uma contribuição com o papel social (GURGEL, 2018) de BoPo. É uma pauta discutida coletivamente, levando em conta os sentimentos e recortes da comunidade (MAFFESOLI, 2006) ali instaurada, formando a sociabilidade *online* que trabalhamos sob a visão de Ribeiro (2001).

A autora do post considera o tamanho, o formato, fala do significado das estrias e da necessidade – ou não – de fazer um procedimento para redução das mamas, mostrando a fragmentação do corpo contemporâneo, conforme vimos com Le Breton (2014). Os fatores biológico também é pensado quando ela considera os riscos de uma anestesia geral, por exemplo. Ao mesmo tempo, a historicidade de seu corpo, inscrito na cultura (FOUCAULT, 1998) atual, é demonstrada em sua legenda, especialmente quando a mulher pergunta se após uma redução de seios será exigido dela uma prótese de silicone e denuncia o padrão de beleza imposto. Há uma sobreposição de papéis, ou seja, um ideal de beleza, nesse caso se estabelece sobre corpos que não correspondem à ordem, tornando-os seus *outsiders* (ELIAS, 2000) e

ameaçando sua face (BROWN E LEVINSON, 1987) de forma negativa, uma vez que considera sua aparência como sinônimo de desleixo e vulgaridade, o que ilustra a determinação dos papéis sociais (GOFFMAN, 2012), que associa certos valores a pessoas específicas, enaltecendo ou minimizando sua face. Assim, o fora do padrão imposto é tido como desleixo, enquanto o contrário é sinônimo de boas práticas e cuidados com o corpo. São juízos de valores que se transformam em atos morais, como Zandwais (1990) apontou.

Parece haver uma expectativa prévia sobre os corpos e a eles estão atrelados suas significações pré-estabelecidas. Ducrot (1987), conforme vimos, argumenta que ao realizar seu discurso, o sujeito admite todos os seus pressupostos. O pressuposto de uma imagem de uma mulher com seios caídos, nesse caso, é uma pessoa sem cuidados pessoais, ou, como recém mencionamos, desleixada. Essa submissão ao padrão imposto fica clara no enunciado da legenda. Até mesmo a influência dos aspectos econômicos que envolvem tais ações são trazidas para o discurso. A Análise 1, portanto, traz à tona diversos saberes e poderes (FOUCAULT, 1997) nos quais os corpos são investidos de recursos diferentes, conforme sua posição no jogo de forças (BOURDIEU, 1989).

De certa forma, a Análise 1 condensa uma parte relevante no que diz respeito às imagens refletidas pelos óculos, isto é, os discursos, através dos quais as pessoas percebem o corpo nessa época (COURTINE 2013) que vivemos, no século XXI. Nessas lentes, a discursivização do corpo é revestida de expectativas alheias que devem ser atendidas para obterem o “direito” de serem reconhecidas como pertencentes a seu agrupamento correspondente. Nessas comunidades (MAFFESOLI, 2006), os corpos são incentivados a buscarem um ideal de beleza quase inatingível, contribuindo para diversas áreas da sociedade hipermoderna (LIPOVETSKY, 2007) e hiperconectada, como a indústria de cosméticos, cirurgias plásticas, tratamentos psiquiátricos – pois não é nada fácil não corresponder ao idealizado, produtos, remédios e inúmeras “alternativas” que surgem a cada momento com a discursivização do corpo como um bem pessoal, um patrimônio a ser cuidado e investido, pois serve como o “cartão de visitas” (LE BRETON, 2014) aos olhos dos outros.

Ao final do texto, a usuária expõe seu desejo de viver em harmonia com sua imagem do jeito que é. Isso, de certa forma, acaba indo de encontro à marcação “Silicone Já!”, que aparece como escolha de sua localização. Pois, se a ideia é aceitar

os seios como são, qual seria a necessidade da imposição “Silicone Já!”, informada naquele espaço? A visibilidade da usuária na mídia social, junto ao seu próprio depoimento com inseguranças e vulnerabilidades até então escondidas na intimidade carrega a “fome de realidade” discutida por Sibilia (2016), e também traduz parte da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997).

Também é possível interpretar o sentido da Análise 1 a partir das *hashtags* utilizadas. Então, a ideia é adquirir uma relação positiva com o próprio corpo, mesmo que ele seja fora do padrão, pois os corpos são livres e os seios (caídos) lindos. Então, o conjunto de *hashtags*, quando lido como um todo, também expressa o significado essencial daquela publicação, ilustrando o que Ramos e Martins (2018) afirmaram quando entenderam os textos do *Instagram* como uma construção forjada na hipermídia. A disposição das *hashtags* #BODYPOSITIVE. #seioslindos e #foradopadrão, serviram como “ponto de encontro”. Isto quer dizer que o post tem o potencial de reunir diferentes usuários com interesse nesse assunto, seja sobre aceitação (#BODYPOSITIVE), pela demarcação de sua visão do que são seios lindos (#seioslindos), ou simplesmente por situar-se fora do padrão (#foradopadrão).

Finalmente, podemos entender que o sentido da publicação da Análise 1 é iniciar uma discussão sobre os seios fora do padrão e das consequências destas exigências sociais no domínio, determinação e estigmatização dos corpos que não se enquadram na expectativa disseminada (ARANDAS, 2018) e naturalizada (BOURDIEU, 1989) como a ideal, mas que, na verdade, representa a minoria das mulheres “reais”. O sentido aqui proposto é reforçado pelas interações, como apresentaremos no próximo nível da CMDA (HERRING, 2011)

7.3 Interação

O nível da interação, no que diz respeito a esta postagem, é bem interessante de analisar. Isto, porque a usuária autora do post, utiliza seu espaço e sua visibilidade para iniciar uma conversa com seus seguidores. Conforme o sentido que discutimos acima, muitas das interações estavam na mesma linha proposta pela usuária, continuando o assunto pelos mesmos contornos. O reforço do sentido através das interações podem ser observados na Figura 30. Os comentários reforçam os sentidos propostos pela autora do post, ao mesmo tempo em que demonstram o quão

importante essa iniciativa foi vista pelos demais usuários. Aqui, vemos uma publicação compartilhada com intuito de conectar saberes (FOUCAULT, 1998), experiências pessoais, angústias, além estabelecer contato com pessoas que possuem aflições (ZAPPAVIGNA, 2013) semelhantes, já que são parte de um mesmo sistema simbólico.

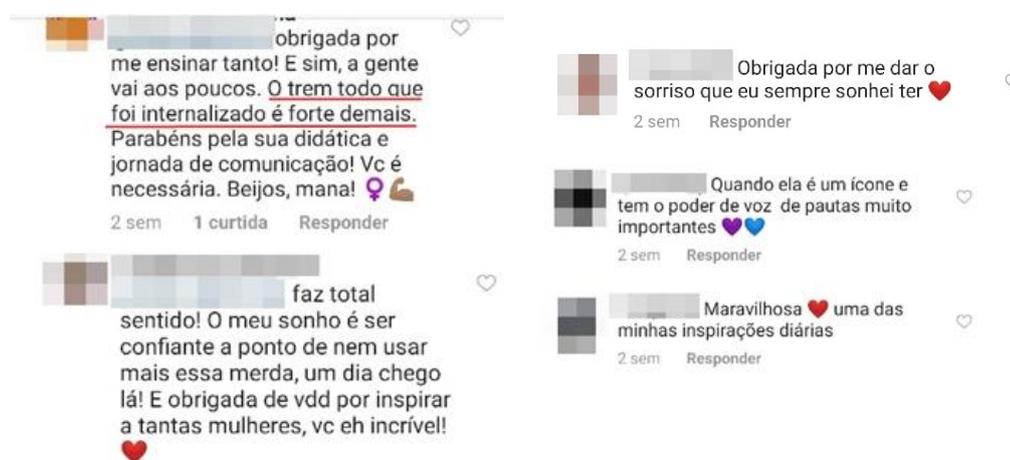


Figura 30: Amostra de comentários que reforçam o sentido da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A legitimação dessa ideia foi quase unânime, exceto por um único comentário que foi depreciativo, mas que rapidamente foi rechaçado e seu autor literalmente (contra) atacado por diferentes usuários, conforme ainda discutiremos. O fato é que parece haver uma movimentação no sentido de tomar consciência de algumas dessas subordinações e estigmatizações vivenciadas ao longo da história. Canais como esse, propiciado pela postagem da Análise 1, agem no sentido de esclarecer e debater sobre a historicidade que constitui o corpo contemporâneo, formando agrupamentos (MAFFESOLI, 2006) que são mantidos por interesses e não dependem da comunicação face a face para acontecerem, servindo como vetores de agregação social (LEMOS, 2010) e apoiando-se em uma experiência coletiva que compartilha o mesmo momento, atrelada ao mesmo *habitus* (BOURDIEU, 1989) e realidade social e cultural vigente. E isso é reconhecido e legitimado pelos usuários que interagem no post, ilustrado na Figura 31.

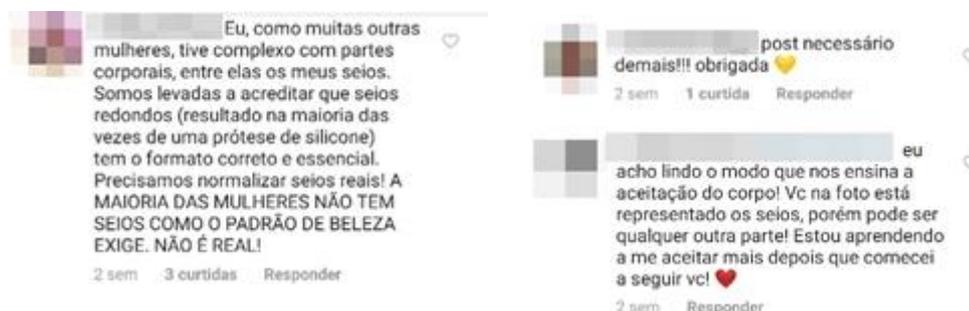


Figura 31: Amostra de comentários retirados da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O confronto de poderes e saberes (, 1998) sobre o corpo vem à tona e mostra como é possível associar essas temáticas e disseminar esses discursos em grande escala (BOYD, 2007), permitindo que as discursivizações sobre positividade corporal, tenham, a partir da *hashtag* #BODYPOSITIVE um ponto que conecta diferentes percepções com ênfase BoPo. Nesse sentido, segundo foi abordado a partir de Araújo (2017), a *hashtag* desempenha alguns papéis específicos no discurso e, na Análise 1, conseguimos enquadrar certas funções propostas pela autora. A primeira é o potencial de auxiliar na construção de identidades e representação *online* do self dos indivíduos que interagem nessa mídia social e, pontualmente falando, da publicação analisada. Inferimos isso a partir do uso de #BODYPOSITIVE, #corpolivres e #foradopadro, que além de dar suporte e vincular os sujeitos a determinado movimento ou valores, promovendo ambiente *affiliation* (ZAPPAVIGNA, 2013), sugere adesão aos saberes (FOUCAULT, 1998) deste movimento em especial. Isso, por sua vez, é configura o que Araújo (2017) indicou como um ato perlocutório e que já abordamos no capítulo dedicado a discutir os implícitos a partir da Semântica Pragmática de Ducrot (1987). Desta forma, ao utilizar determinado marcador, o indivíduo está se tornando parte da rede de significações que o envolvem.

É possível entender as *hashtags* desta publicação como elementos de contexto (RECUERO, 2012), mas embora todas atuem no mesmo sentido, a #seioslindos é a que tipifica melhor o conteúdo da mensagem analisada, já que tanto

#BODYPOSITIVE, *#foradopadrao* e *#corpolivres* dizem respeito, basicamente, ao mesmo macrocontexto (RECUERO, 2012), isto é, o da ordem de olhar o próprio corpo de forma positiva. Como Le Breton (2014) definiu, o corpo é fragmentado e é isso que vemos quando a autora do post utiliza *#seioslindos*. Isso quer dizer que essa *hashtag* é o que classifica, categoriza e diferencia o corpo discursivizado no post da Análise 1 dos demais, eliminando quaisquer outras partes, como pés, cabeça, braços, etc. Antes de ler a legenda, portanto, é possível se ter uma ideia de que tipo de BoPo aquele corpo está falando, ou, melhor dizendo, consegue-se, por meio das *hashtags*, obter indícios sobre quais os saberes (FOUCAULT, 1998) estão prioritariamente envolvidos e/ou são centrais em determinada publicação.

Percebe-se, com a Figura 31, o que discutimos sobre encontrar, nas mídias sociais, agrupamentos que causem sentimento de pertencimento e coloquem os usuários com pautas semelhantes em contato. A partir da apropriação das *hashtags* como marcadores discursivos (RECUERO, 2012), a construção e manutenção da sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) é facilitada. Desta forma, ao buscar por uma *hashtag* como *#BODYPOSITIVE*, o indivíduo irá se deparar com saberes de diferentes corpos discursivizados nesse sentido, de aceitação, amor e uma visão positiva sobre o próprio corpo que se possui. Aqui, é pertinente lembrar novamente do conceito de *ambient affiliation*, cunhado por Zappavigna (2013) e que discutimos também através da visão de Araújo (2017), pois ilustra a afiliação dos indivíduos a determinados temas na rede, fazendo das *hashtags* um marcador importante e que dá o suporte necessário para construção e manutenção de comunidades. Por meio delas, o sujeito vincula-se a conteúdos que considera relevante, deixando a função da *hashtag* somente como uma ferramenta de estruturação de informações e adentrando em uma esfera essencialmente discursiva e mais profunda, se relacionando com a própria identidade dos usuários na rede. De acordo com Zappavigna (2013), é como se a *hashtag* atuasse como um indicador linguístico que direciona usuários a suas tribos e agrupa valores.

Pelas interações, vemos o quanto o espaço aberto para discutir o assunto sobre os seios fora do padrão foi relevante para muitos usuários. De dúvidas a desabafos (Figura 32), o espaço de interação do post problematizou diferentes ângulos dos seios considerados fora do padrão. Boyd (2010) defende essa nova forma de comunicação e acredita que através dela, os atores sociais adquirem um espaço próprio para que

possam fazer sentido no mundo, moldando sua essência e se transformando, enquanto buscam incessantemente por um lugar de pertencimento da sociedade. Também entendemos o papel social que Gurgel (2018) fala sobre os corpos BoPo presente na Análise 1, uma vez que há uma preocupação coletiva sobre a relação com os seios e não somente um enunciado voltado para si mesma.

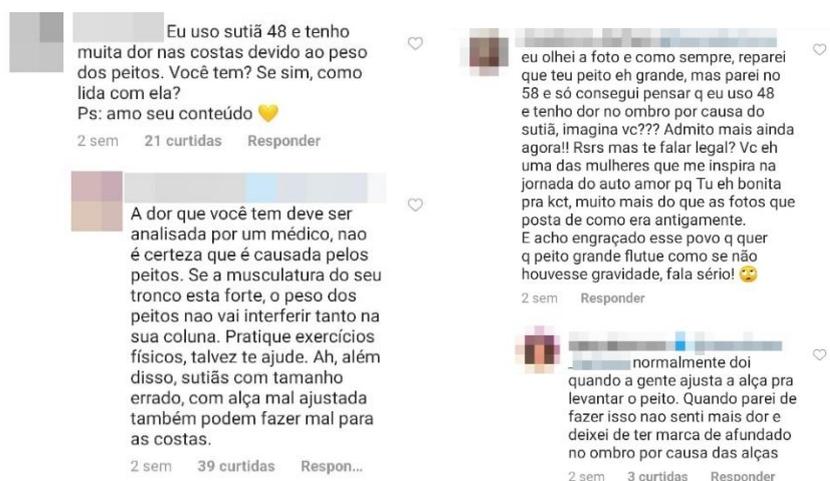


Figura 32: Amostra de conversações retiradas da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Lemos (2004) disse que no ciberespaço se originam interações e processos de colaboração entre os sujeitos, servindo como um vetor de agregação social, atuando através do compartilhamento de saberes e experiências sobre os corpos. Isso, por sua vez, é o que Maffesoli (2006) quer dizer quando afirma que o mundo que pertencemos é essencialmente simbólico e consiste no conjunto de referências que dividimos com os outros. Na Análise 1, a sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) criada e mantida entre os usuários nos espaços de interação do post é ativa e a *hashtag* acaba servindo, neste caso específico, como o vetor social (LEMOS, 2010) que conecta diversas narrativas, experiências e realidades singulares que até pouco tempo estavam guardadas no nível da intimidade, mas que agora fazem parte de um interesse de consumo coletivo (SIBILIA, 2016) dessas particularidades.

O conteúdo dos relatos encontrados nos comentários mostram como os usuários sentiram-se confortáveis para expor aos públicos em rede (BOYD, 2009),

seus saberes e suas filiações e aflições tão pessoais. O laço de confiança ali criado foi correspondido à altura, com informações pensadas e empregadas especificamente para esse contexto. A autora do post se mostrou aberta e valorizou a iniciativa, dando continuidade à troca de saberes (FOUCAULT, 1998) e fortalecendo a discussão em torno da pauta BoPo. Nesse sentido, a *hashtag* foi apropriada não somente de forma contextual, mas como uma ponte para que diferentes discursivizações sobre os seios caídos – que até pouco tempo estavam silenciadas, já que a ordem era não possuí-los. Essa característica que se preocupa com a evolução da percepção coletiva sobre os seios e a tentativa de reverter a lógica estigmatizada e vigente (ARANDAS, 2018) através das relações é um destaque dessa primeira análise.

A Figura 32 apresenta duas conversações relacionadas às dores ocasionadas pelo tamanho e peso dos seios. Nos dois casos, a autora do post analisado prontamente respondeu aos comentários. Percebe-se que há um cuidado em dar uma resposta completa e, ao mesmo tempo, isentar-se de qualquer tipo de responsabilização que poderia surgir devido aos saberes (FOUCAULT, 1998) que ela dissemina naquele espaço de interação. Inferimos isso a partir da ressalva que a autora fez ao dizer que a dor deveria ser examinada por um médico, colocando-se, assim, fora da especialidade e deixando claro que sua opinião ali era leiga. Tal comportamento pode ser pensado a partir de Brown e Levinson (1987), onde há uma tentativa de proteger a face e o papel social (GOFFMAN, 2012) de cada indivíduo ali envolvido. Desta forma, garante-se maior equilíbrio entre as forças e saberes aí discursivizados, conferindo a cada representação o seu devido valor e carga simbólica.

A primeira conversação apresentada na Figura 32 é referente às dúvidas de uma usuária sobre as dores nas costas decorrentes do peso dos seios. A pergunta foi feita pelos comentários e foi respondida pela autora do post no mesmo espaço, relacionando-se com a validação dos discursos que Recuero (2012) discutiu, promovendo ambiente *affiliation* (ZAPPAVIGNA, 2013) e dando manutenção à sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) ali constituída. Como já explicamos, é necessário que se entenda o enunciado para que se possa, efetivamente, legitimá-lo, ou seja, é uma troca que depende de todas as partes envolvidas. Assim, estabeleceu-se o nexos de motivações entre os participantes da conversação (BERGER E

LUCKMAN, 1985), instaurando uma identificação mútua e interagindo, construindo e interferindo diretamente na representação do outro e nos saberes ali reproduzidos.

Entretanto, não só de trocas saudáveis são feitas as trocas comunicacionais nesta mídia social. Também foi possível encontrar um comentário (Figura 33) que tentou enfraquecer o discurso da autora do post, caracterizando claramente uma ameaça à face dela, conforme discutimos a partir de Brown E Levinson (1987).



Figura 33: Amostra de interação que ameaça a face do usuário e retirada da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 34 mostra o desfecho desta situação, a força e a solidariedade que as comunidades, mesmo que virtuais, têm entre si.

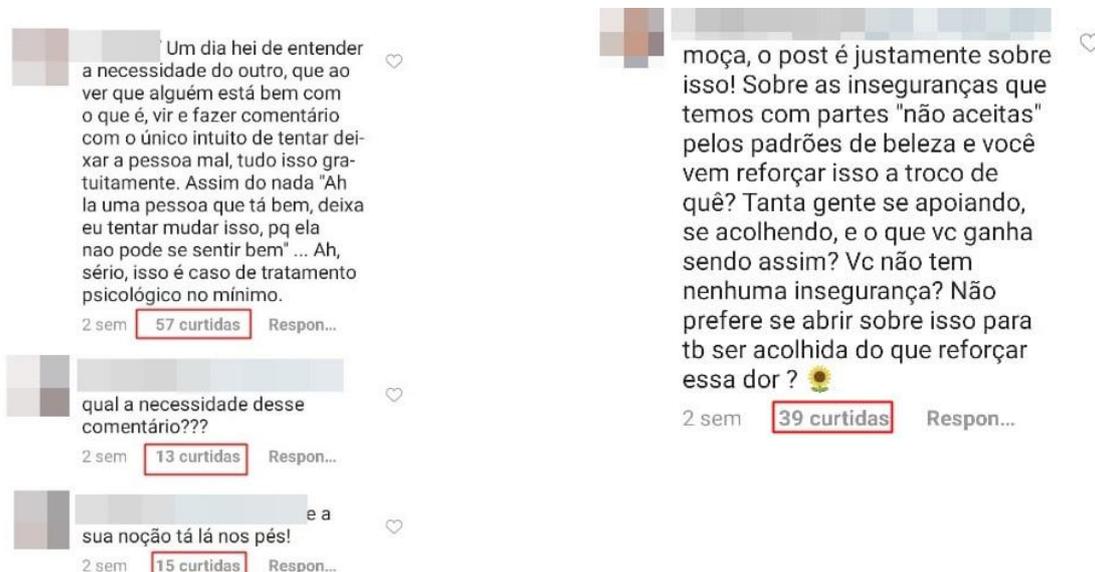


Figura 34: Amostra de interações que reagiram aos atos de ameaça à face retirados da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Em meio a tantas interações positivas, que agradeciam e enalteciam a necessidade de criar conversas desse

tipo, um comentário (Figura 33) aparece e ilustra o reforço do estereótipo, do *habitus* (BOURDIEU, 1989) e da discriminação com corpos “diferentes” do pregado como ideal. O confronto entre os discursos sobre esses corpos é mais uma vez instaurado e o jogo para estabelecer-se sobre um outsider (ELIAS, 2000) se evidencia. Entretanto, como já argumentamos acerca dos agrupamentos e da sociabilidade *online*, e também debatemos quando apresentamos os conceitos de atos de ameaça à face (BROWN & LEVINSON, 1987), todo ato de fala apresenta possibilidades de colaboração e conflito. Com base na publicação analisada, a Figura 33 seria um exemplo de ameaça à face e a Figura 34 ilustraria a cooperação e colaboração entre as identidades na rede. Percebe-se que não foi a autora do post que comentou algo em sua defesa, ao contrário, foram os seus seguidores que trataram de rechaçar o comentário da Figura 33 e reforçar a face positiva da usuária, estabelecendo-se, de certa forma, sobre o usuário do comentário da Figura 33. O poder das tribos (MAFFESOLI, 2006) que circulam nessas redes também se mostra aqui.

É válido ressaltar que as interações não se resumem apenas aos comentários. Sinalizamos tanto na Figura 33 quanto na Figura 34, o número de usuários que legitimou os comentários, mesmo não se posicionando diretamente sobre o assunto. Apesar de termos encontrado, até o momento da coleta, apenas um comentário negativo, esse mesmo comentário revela a opinião de outras 11 pessoas. A legitimação, portanto, é realizada também através dessas curtidas, mas de forma mais sutil. O mesmo acontece com os comentários da Figura 34, que também destacamos na imagem. O número de legitimações das interações ali expostas são maiores do que as 11 curtidas da Figura 34, o que reforça a ideia de comunidade, de uma rede de apoio que abordamos até aqui. Trata-se do espaço simbólico no qual as práticas sociais são adaptadas, conforme vimos com Boyd (2009), Recuero (2012) e Herring (2001) a um ambiente com características próprias e que, portanto, exigem negociação de contexto e dos elementos que envolvem essas conversações, de forma a conferir cada tipo de interação com um peso diferente (RECUERO, 2014) Isto quer dizer que o comentário tem uma carga simbólica maior, ao nosso ver, do que a legitimação do mesmo por meio da curtida. São contextos em que a relação entre os atores acaba modificada e a linguagem ressignificada para suprir as lacunas deixadas pela mediação do computador. Em uma conversação face a face, por exemplo, a legitimação dos comentários que

assinalamos acima, poderia ser feita somente com um balançar da cabeça pra cima e para baixo, concordando com o que está sendo dito. Na internet, por falta desse contexto off-line, dos gestos não verbais e etc, é necessário que essa concordância aconteça de outra forma, surgindo, assim, o coração ao lado de cada comentário que é passível de ser curtido e legitimado, contabilizando, abaixo, o número de usuários que curtiram aquela interação específica. É o que Boyd e Ellison (2007) discutem, também, quando dizem que os indivíduos precisam dominar as possibilidades existentes e, a partir do ambiente virtual, recriar elementos que consigam ser significantes o suficiente para comunicar a mensagem que deseja transmitir.

Ainda sobre a interação da Figura 34, podemos notar a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e a ocorrência de indiretas (SCHINESTOCK, 2018), já que os comentários apresentados do lado esquerdo estruturaram seus discursos de forma a desvalorizar e minimizar os atributos e qualificativos do outro (TAUSSIG, 1993), enquanto situa o mal em determinado tipo de pessoa (MINAYO, 1990), isto é, no autor do comentário da Figura 33. A indireta (SCHINESTOCK, 2018) se caracteriza no momento em que a face do sujeito da Figura 33 é agredida ao mesmo tempo em que outra é enaltecida de maneira positiva. Isto, conforme discutimos a partir dos componentes linguísticos e retóricos de Ducrot (1987), é o que eleva o enunciado a um terceiro nível de análise, ancorado na Pragmática Semântica do autor. Trata-se de um efeito de sentido construído pela linguagem e que é específico do ambiente *online*.

Na Figura 34, por sua vez, temos a determinação de estabelecidos e *outsiders* (ELIAS, 2000), já que o ambiente discursivo onde foi dito que os peitos da imagem estavam no umbigo é composto fundamentalmente por indivíduos que não possuem corpos considerados dentro do padrão. A agressão, de fato, acaba por atingir outros tantos usuários, já que depende da absorção do conteúdo como uma verdade de si mesmo. Assim, qualquer pessoa que possua os seios caídos, possivelmente poderá sentir-se atingida pelo comentário.

Também podemos indicar, no nível da interação, a presença do microcontexto, de acordo com a discussão que tivemos com os conceitos de Recuero (2012). Apresentamos isso na Figura 35.

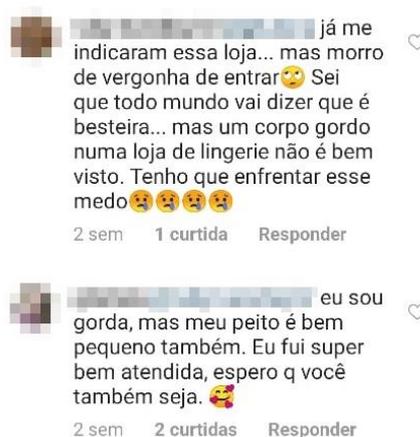


Figura 35: Amostra de interação com microcontexto retirada da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 35 apresenta uma conversação que se situa no macrocontexto (RECUERO, 2012) proposto na postagem, isto é, a discussão sobre as inseguranças sobre tamanho, formato e características que incomodam/preocupam as mulheres que estão fora do padrão. No entanto, dentro disso, vemos na Figura 35 uma conversação que se dá em nível micro, onde duas usuárias trocam dicas sobre determinada loja de lingerie, localizada em um determinado local, numa determinada cidade. Este contexto local, no entanto, só é compreensível para os que fazem parte dele. Uma pessoa de uma cidade ou até de outro país, ao se deparar com o nome da loja ou os comentários sobre ela, não estará situada e, portanto, não terá os recursos necessários para decifrar tal mensagem por completo. Além disso, é pertinente incluir, aqui, o nível da comunicação multimodal que trabalhamos com Herring (2012). Isto porque na interação da Figura 35, uma usuária marca o perfil de uma loja específica, caracterizando um novo módulo de comunicação, já que além da presença concomitante de imagem, textos e *hashtags*, o ato de marcar um perfil e a possibilidade de redirecionar qualquer usuário que clicar nele, é outro ponto característico da comunicação multimodal, atuando como um *hiperlink* e levando o sujeito para outro espaço de significação.

Finalmente, ainda sobre a interação, consideramos relevante indicar a presença de outras linhas discursivas que atuam sobre a mesma temática dos seios. Apesar de não ter sido um dos pontos levantados pela autora do post, no desenrolar dos comentários, percebe-se como a insegurança e até mesmo o surgimento de um

carinho com o próprio corpo até então desconhecido, se manifesta nos enunciados de mulheres que passam ou passaram pelo período de amamentação (Figura 36).

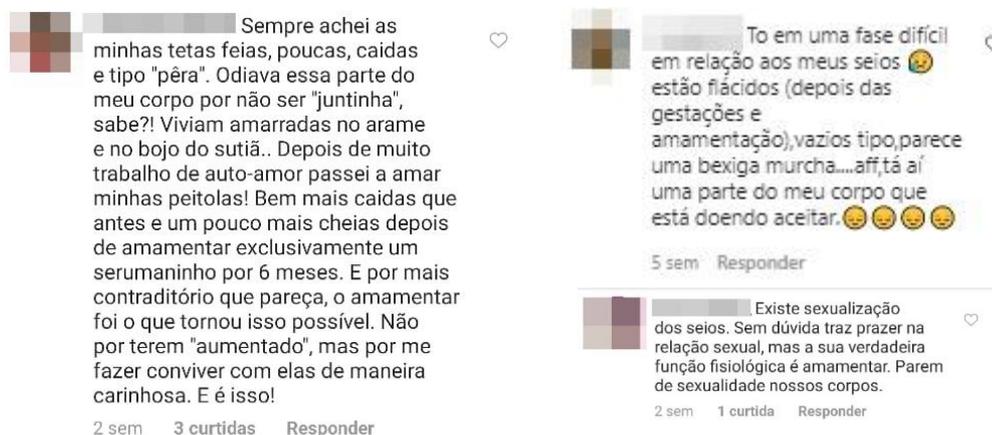


Figura 36: Amostra de interação retirada da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Do desabafo sobre a problemática com a auto imagem até a discussão sobre a sexualização dos seios, identificamos muitos comentários que levantaram esta pauta até então não mencionada. A autora do post, ao que tudo indica, não tem filhos. Porém, ao utilizar seu perfil no *Instagram* para expor suas vulnerabilidades e compartilhar seus saberes (FOUCAULT, 1998), ela abriu espaço para que sua comunidade se sentisse convidada a falar das suas próprias inquietações. Assim, os públicos em rede (BOYD, 2010) vão sendo construídos e as discursivizações acerca do próprio corpo, fragmentado, conforme discutimos em Le Breton (2014), tomando forma nesses espaços. Por fim, trazemos as colocações de Lemos (2000) e Hiller (2013) para encerrar esta categoria de análise. Ambos os autores afirmam que nesse espaço virtual, sobretudo no *Instagram* (, 2013), as pessoas são encorajadas a mostrarem suas identidades discursivas e contextualizá-las por meio das *hashtags*. Então, esta interconexão global (LEMOS, 2000) é o que modifica os espaços coletivos, apropriados pelos indivíduos e manifestados em seus discursos expressos nas interações.

7.4 Comportamento Social

No que diz respeito ao comportamento social, vemos a discursivização de vários corpos que claramente ilustram a ideia de Foucault (1998) de que o corpo carrega marcas do tempo, da cultura e da história, tornando o corpo do sujeito muito mais do que um aglomerado de órgãos (LE BRETON, 2006). As dominações e os exercícios de poder sobre os corpos são evidentes em conversações como a que apresentamos na Figura 37. Entretanto, é relevante ressaltar que são essas disputas de poderes que fazem com que os saberes (FOUCAULT, 1998) que circulam atuem no sentido de auxiliar na desconstrução (LOURO, 2005) dos padrões até então legitimados e vistos como naturais (BOURDIEU, 1989), mas que, em seu interior, mostram que fazem parte de um sistema de engrenagens muito maior, mais complexo e sutil, que funciona através de efeitos de sentidos que nem sempre estão explícitos na mensagem (DUCROT, 1987).

A Figura 37, por exemplo, demonstra a tomada de consciência de uma usuária em relação ao jogo de forças, dominação e poderes (ELIAS, 2000; FOUCAULT, 1998; BOURDIEU, 1989) no qual seu corpo é naturalmente um jogador. Como já discutimos, é uma troca simbólica que depende que um sujeito encontre-se em posição inferior e conceda, mesmo que sem intenção, a dominação de outro sobre si. Para que haja algum tipo de mudança, é fundamental que os indivíduos saibam o que querem transformar e quais os saberes (FOUCAULT, 1998) envolvidos nessa mudança. Nesse sentido, observando a Análise 1 da presente tese, vemos o comentário da Figura 37 como um corpo que está passando por esse momento de transição e que busca insumos para entender e reverter a hierarquização de valoração dos indivíduos e levanta bandeiras como a liberdade e aceitação do próprio corpo (ARANDAS, 2018). No entanto, é perceptível como o processo não se dá imediatamente, já que historicamente o corpo, diante das percepções de cada época, é inserido em uma dualidade do certo e errado, corpo bonito ou corpo feio, ideal ou não ideal, normal ou anormal como discutimos no capítulo correspondente a partir, especialmente, de Courtine (2013). Os usuários que interagiram na postagem da Análise 1, inclusive, se mostram cientes dessa necessária mutação de olhar.

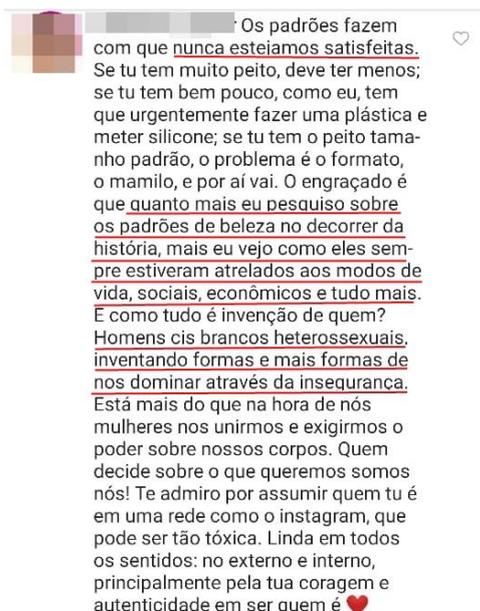


Figura 37: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Ao comentar sobre os padrões de beleza instaurados e socialmente aceitos como naturais no decorrer das épocas, a usuária argumenta sobre a busca por um ideal praticamente inalcançável e indica que faz pesquisas e busca informações sobre a temática, situando seu discurso no nível daquele que tem domínio de determinada área. Ao manifestar apoio ao post analisado, a usuária da Figura 37 acaba exercendo, ela mesma, um tipo de violência simbólica (BOURDIEU, 1989), denominando seus *outsiders* (ELIAS, 2000) e tentando estabelecer-se sobre eles. Lembramos de Minayo (1990), que fala que os indivíduos costumam atribuir o mal a certo tipo de pessoa, soando até mesmo como uma fantasia maniqueísta. Também citamos Taussig (1993) para retomarmos a ideia do comportamento discriminatório que minimiza e viola os qualificativos e os saberes de determinado grupo ou sujeito. Ou, ainda, nesse caso, verdadeiras comunidades (RIBEIRO, 2001) conectadas e afiliadas (ZAPPAVIGNA, 2013) aos valores de *#BODYPOSITIVE*. Nesse caso, ao refutar o padrão normatizado de corpos historicamente marcados e culturalmente disseminados (LE BRETON, 2011), a usuária acaba categorizando quem é considerado culpado, a saber, o homem branco, cis⁴⁵ e heterossexual. Ao reduzir todos os homens brancos, cis e heterossexuais, instaura-se o conflito de poderes e dominação. Aqui, vemos também um ato de colaboração e manutenção da face positiva (BROWN E LEVINSON, 1987)

⁴⁵ Relativo a ou que tem uma identidade de gênero idêntica àquela que foi atribuída à nascença, por oposição a transgênero (ex.: pessoas cisgênero)

da autora da publicação em análise e, ao fazer isso, acaba por ameaçar a face de outros usuários.

A Figura 37 mostra o quanto a usuária tem consciência do papel social (GOFFMAN, 2012) atribuído a determinados corpos na história. A partir de seu comportamento, é possível relacionar com a reação emancipatória sobre o corpo que discutimos a partir de Rodrigues (2008), mas sob a ótica de Foucault (1998). Nesse comentário, fica evidente que os saberes e os poderes (FOUCAULT, 1998) investidos sobre o corpo já foram questionados, problematizados e, agora, externalizados. Esse movimento em direção à desconstrução sobre o controle exercido sobre os corpos, segundo Rodrigues (2008) é o que também permite que se amplie os conhecimentos que o envolvem, possibilitando, desta forma, que haja uma resistência a esse controle. No mesmo sentido estão os comentários que apresentamos na Figura 38.

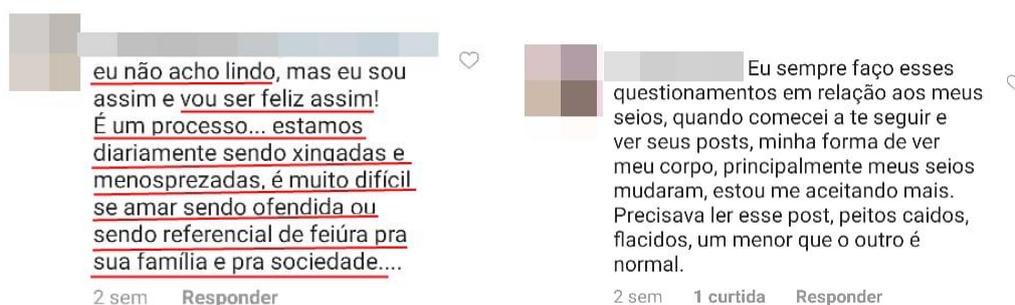


Figura 38: Amostra de comentários retirados da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O comportamento social identificado na Figura 38 vai ao encontro do que dissemos acima. São pessoas que se deram conta do poder sobre os corpos e sabem que essa desconstrução dos seios perfeitos, socialmente aceitos e etc., estão incutidas nos sujeitos desde o início dos tempos, se perpetuando e ganhando manutenção pelo *habitus* e pelo exercício da dominação simbólica (BOURDIEU, 1989). Elas sabem que esta “normalização” dos corpos não será feita de uma hora para outra, mas também reconhecem a importância do espaço de debate criado pela autora do post como forma de contribuir para o debate (ARANDAS, 2018) sobre esses saberes (FOUCAULT, 1998) que até então eram silenciados por não condizerem com o tipo de seios normatizados como ideais ao longo da história.

O primeiro comentário mostra o sentimento da usuária com relação ao seus seios. Ela confessa que não acha eles bonitos, porém, sabe que essa é sua realidade

e será feliz assim. Quando ela emprega “vou ser feliz assim”, se pressupõe, conforme trabalhamos com Ducrot (1987), que ela não é feliz neste momento. Conforme ela mesmo afirma, não é fácil constituir um amor por si mesma quando a sociedade e a própria família dizem o contrário. Lembramos que Rodrigues (2008) discute o tipo de olhar sobre esses corpos. Para o autor, a percepção que temos de nós mesmos não depende de apenas uma visão individual, ao contrário, ela é formada por diferentes olhares e interpretações que se confrontam no próprio sujeito e que constitui relações de poder que, por sua vez, estabelece saberes (FOUCAULT, 1998). Cabe salientar que o movimento BoPo prega uma relação de amor e positividade com os corpos à margem, o que, por sua vez, já indica a existência de uma espécie de imposição sobre o sentimento que se deve ter por aquele corpo fora do padrão normatizado. Isso é a relação de poderes através da imposição de saberes (FOUCAULT, 1998).

Além do viés coletivo da primeira interação apresentada, percebe-se, através dos rastros de seu discurso, que há a possibilidade de que ela seja alvo do exercício de micropoderes (FOUCAULT, 2001) em seu microcontexto (RECUERO, 2012). Isso porque ela fala em ser ofendida e um referencial de feiura para a sociedade e para a sua família. Levando em conta os efeitos de sentido trabalhados através de Ducrot (1987), especificamente o que dá conta da lei da exaustividade, pode-se pressupor que existe algum tipo de atrito e/ou mal estar diretamente relacionado ao ambiente familiar daquela usuária, pois, se não houvesse, não teria necessidade de incluir no discurso. A família, nessa situação enunciativa, já estaria incluída no comportamento da sociedade em relação ao seu corpo. O primeiro comentário também descreve a dificuldade de enfrentar os estigmas diariamente e como esse fluxo de saberes (FOUCAULT, 1998) que comportam a marginalização de certos corpos, podem interferir diretamente no processo de aceitação e criação de uma visão BoPo de seu próprio corpo.

O segundo comentário, por sua vez, mostra a legitimação que a autora do post recebe de seus seguidores, ou, pelo menos, dos usuários que fizeram parte dessa conversa específica. Trata-se de uma usuária aparentemente em um nível mais avançado de aceitação, cujo processo de amar o próprio seio já está acontecendo e que agradece o espaço dado pela autora do post para que esse tipo de discursivização aconteça no interior dessa mídia social. Aqui, também é legitimado o papel social (GOFFMAN, 2012) da autora do post como uma influência positiva e até mesmo determinante para que ocorra esse tipo de mudança de pensamento. A face positiva

da autora da publicação da Análise 1 é reforçada e valorizada em muitos dos comentários, mostrando o potencial que as conversações estabelecidas no interior de plataformas como o *Instagram* tem de ampliar o debate e construir novos espaços de significação e ressignificação dos corpos através dos saberes e poderes (FOUCAULT, 1998) instaurados através do discurso.

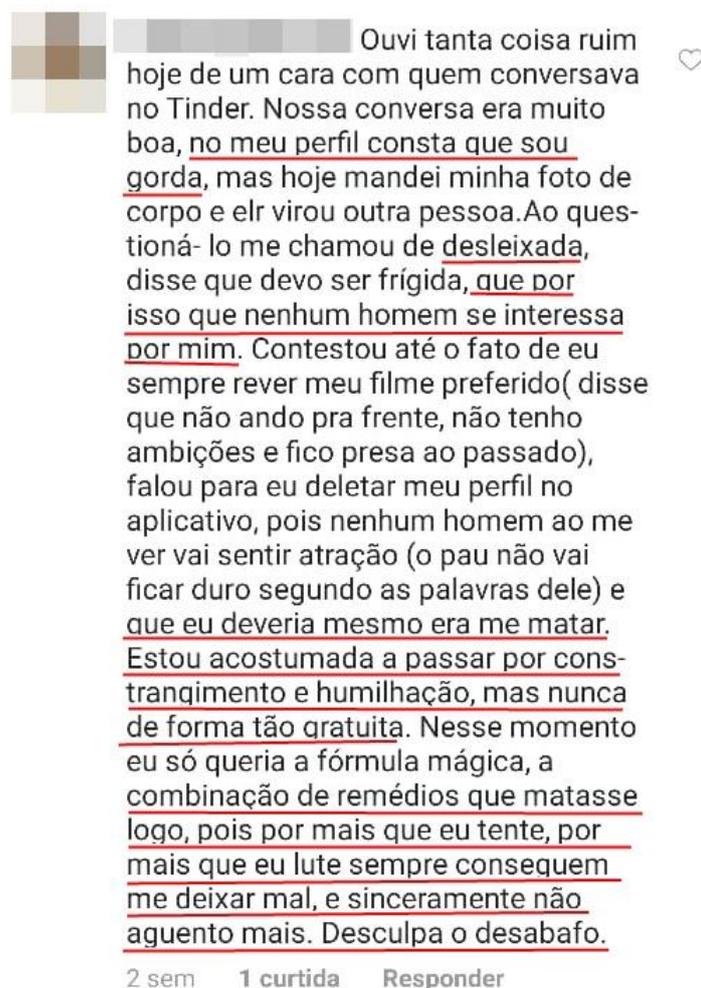


Figura 39: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A violência discursiva em relação ao corpo da usuária que conta sua experiência no comentário da Figura 39 é bem explícita. Trata-se da materialização de toda a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) que trabalhamos até agora. Isto quer dizer que o que foi dito para ela, de certa forma, é o conjunto de forças e saberes (FOUCAULT, 1998) que se estabeleceram sobre os corpos e as estigmatizações que os mesmos sofreram durante a história até o momento atual. Vivenciamos com as mídias sociais, um momento em que os mais diversos corpos são discursivizados e

dividem o mesmo espaço. Desta vez, a visibilidade não é apenas do corpo considerado ideal, ao contrário, trata da exposição de corpos que, por suas características físicas, eram até classificados como anormais (COURTINE, 2013) em certos períodos da história, como discutimos no capítulo sobre o corpo. A CMC (RECUERO, 2012) e as possibilidades de cada ferramenta, o *Instagram*, neste caso, abriram um canal para que os mais diversos corpos pudessem ser discursivizados, ouvidos e reconhecido (entre outras tantas coisas). Entretanto, o reconhecimento e a legitimação de corpos que agora estão expostos, nem sempre são feitos no sentido de desconstruir o padrão normatizado, normalizando todos os tipos corporais.

A lógica de dominação que discutimos sob a ótica de Bourdieu (1989) e Elias (2000) fica mais nítida com a Figura 39. Como já discutimos, é preciso que o dominado conceda ao dominador o direito de exercer poder sobre si. A violência simbólica (BOURDIEU, 1989) que se perpetua através do *habitus* de cada período histórico e cultural passa despercebida e é naturalizada por mais um indivíduo que sequer sabe o motivo de ter tanto ódio de si mesmo e de seu corpo. Há uma espécie de conformidade com as minimizações feitas sobre o corpo. A usuária fala que está “**acostumada**” a sofrer esse tipo de humilhação pelo seu corpo, mas nunca de forma tão gratuita. Aqui, fica clara a naturalização da violência simbólica (BOURDIEU, 1989) que é absorvida e internalizada de tal forma, que parece não existir outro tipo de pensamento. Ou seja, é como se a usuária da Figura 39, por ser gorda, merecesse – e por isso já está acostumada – ser diminuída por conta de seus atributos físicos (TAUSSIG, 1993). Entretanto, da maneira como é enunciado, é como se as outras humilhações vivenciadas pela usuária fossem dignas de ter ocorrido.

Novamente, o sentido da publicação analisada é reforçado, quando ambas as mulheres utilizam a mesma palavra para descrever sua relação com seus corpos: de desleixo. Uma pessoa que se cuida, então, não deve ter peitos caídos, com estrias ou qualquer outro elemento que destoe dos seios impostos como adequados. Essa violência, carregada e transmitida pela linguagem, mostra que tem o potencial de se tornar física e explícita, quando a usuária diz que gostaria de morrer. Isto é, a esfera discursiva que determina o valor de seu corpo e que é essencialmente simbólica, torna-se uma ameaça física, cuja dor é tão forte que justifica, inclusive, o ato de tirar sua própria vida. É como se, por não pertencer ao padrão exigido pela sociedade e pertencente ao *habitus* (BOURDIEU, 1989) do contexto em que vivemos, aquele corpo não tivesse o direito de existir e coexistir com outros corpos. Como se fosse

desprovido de qualquer serventia e, por isso, facilmente descartável (LE BRETON, 2006), especialmente quando se trata de uma sociedade individualista e efêmera (BAUMAN, 2007).

Na Figura 39, também é possível identificar o exercício de micropoderes (FOUCAULT, 1998) por parte do sujeito que proferiu à autora dos comentários, palavras duras e explicitamente agressivas, apenas porque ela é gorda. É o tipo de poder exercido pelas pessoas em suas relações cotidianas, como discutimos. O discurso da usuária reflete o cuidado de deixar claro, em sua descrição pessoal na rede social de relacionamentos, que é fora dos padrões. De certa forma, isso pode servir até mesmo como um mecanismo de defesa, já que é comum e como ela mesma disse, está “acostumada” a vivenciar situações na qual seu corpo é estigmatizado e inferiorizado (BOURDIEU, 1989; ELIAS, 2000; GOFFMAN, 2012). Assim, antes que precise passar por acontecimentos constrangedores e humilhantes, a usuária já avisa, de antemão, que não possui os requisitos do corpo perfeito. Essa espécie de “rótulo” colocado sobre o próprio corpo, indica o quanto está entranhada a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) à história e ao ser humano, de um modo tão natural e banalizado que sequer é questionado, já que é ofuscado por causas de violência mais explícitas. Nesse caso, as ofensas proferidas, o desejo de que ela morresse e etc., são os mecanismos explícitos que desviam a atenção para uma violência de ordem estrutural e essencialmente simbólica. Além de não aprofundar os olhares e a tomada de consciência por seu corpo, a autora dá manutenção, garantindo, assim, a perpetuação desse comportamento social, sem ao menos se dar conta disso. É o que mostramos na Figura 40 também.



Figura 40: Amostra de comentários retirados da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 40 mostra dois comentários parecidos falando sobre cirurgia plástica. Ambos reforçam a necessidade da auto aceitação e de olhar o corpo com mais carinho e etc. Entretanto, ambos também se mostram reféns da mesma técnica de dominação e disciplinarização dos corpos (FOUCAULT, 2001), embora não fique evidente. O primeiro comentário apresenta um enunciado que fala da importância de viver e se amar, sem tantas cobranças. Mas o mesmo comentário também revela que ela tinha pretensão de seguir para um procedimento cirúrgico, mas que só não o fez devido a proibição do médico por conta de sua alergia. Isto quer dizer, então, que se não fosse alérgica, provavelmente a usuária teria realizado a operação. Aqui vemos a lógica do subentendido de Ducrot (1987) revelando novos significados a partir da análise do componente linguístico e retórico, isto é, dos pressupostos e subentendidos.

Algo semelhante acontece no segundo comentário, onde a usuária manifesta o amor pelos próprios seios caídos, participando do movimento de desconstrução e normalização dos corpos daquela postagem e contribuindo para enfraquecer a lógica arraigada sobre os padrões corporais (ARANDAS, 2018). Porém, ao mesmo tempo, deixa claro o desejo de pagar por um procedimento na barriga. Assim, podemos pensar, pela mesma linha que recém apresentamos no primeiro comentário, que o corpo dessa usuária, por exemplo, não está completamente livre das marcas e exigências da história e da cultura. Apesar do amor aos seios, a necessidade que demonstra em transformar sua imagem vai ao encontro do pensamento de Oliveira e Mendes (2017), onde o corpo deixa de ser alvo de punições e suplícios para se tornar objetos disciplinados, reformados e corrigidos. É o corpo fragmentado que trabalhamos com Le Breton (2014), onde deixa-se de olhar uma unidade corporal para se deter a partes específicas, no caso desse comentário, aos seios e barriga, como forma de aperfeiçoar o seu “patrimônio”, seu cartão de visitas. Por outro lado, como discutimos a partir do pensamento de Rodrigues (2008) embasado em Foucault (1998), o corpo é espaço de contestação, onde há aceitação, resistência, negociações e transgressões. São corpos únicos, mas compartilhados com uma infinidade de outros corpos produzidos nesta época e cultura. Aqui, queremos ressaltar a influência da usuária autora da postagem analisada nesse processo de desconstrução de padrões (LOURO, 2003), estigmas e violências.

A Figura 41 demonstra como indivíduos que há pouco estavam – e certamente ainda estão, em alguma medida – em conflito interior têm feito o movimento contrário

a toda essa tentativa de “ordenação” de corpos (FOUCAULT, 2001) e padronização do biotipo ideal, revelando, inclusive, certo arrependimento, como mostramos.

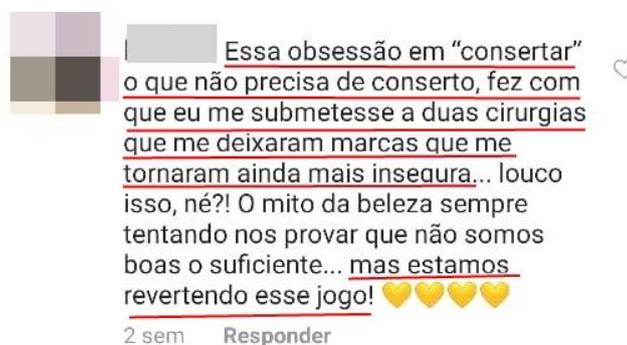


Figura 41: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O comentário da Figura 41 ilustra bem a situação que recém trouxemos à discussão. Trata-se de uma usuária que, na busca do corpo quase inalcançável, se submeteu a duas cirurgias que acabaram piorando a relação da pessoa com seu corpo. A insegurança, ao invés de diminuir, aumentou. Também demonstra a satisfação da usuária em observar que apesar de continuarmos imersos em mitos de beleza e padrões ideais, “estamos revertendo esse jogo”, conforme as palavras utilizadas por ela mesma. Aqui, pelo que podemos entender, a usuária, ao tentar adequar seu corpo ao padrão que considerava ideal, acabou piorando o sentimento em relação a si mesma, já que a mudança de percepção, segundo Gurgel (2018) também parte de um amadurecimento e conhecimento interior. Esse tipo de atitude, evidencia o quão as pessoas estão dispostas a ajustar suas representações para atingir uma posição considerada mais elevada (ELIAS, 2000) e destinada somente aos portadores desse corpo desejado.

Chamamos atenção para o uso do verbo “consertar” que, de acordo com o dicionário⁴⁶, significa “corrigir falhas ou defeitos. Reparar, fazer com que volte à maneira, ao estilo, à condição original, geralmente se refere ao que se encontra estragado, rasgado, etc. A relação de poder e o exercício da dominação na tentativa

⁴⁶<https://www.dicio.com.br/consertar/#:~:text=Significado%20de%20Consertar,habitual%2C%20ou%20aprimor%C3%A1%2Dlas>. (Aceso em 08/09/2020)

de domesticação dos corpos, conforme Foucault (2001), fica clara até mesmo pela escolha do verbo. É como se fosse um corpo fora do normal, estragado, que necessita de reparos. Isso, por si só, nos leva a pressupor, com base em Ducrot (1987), que há uma condição correta a qual se deve alcançar, caso contrário, não haveria necessidade de conserto. Este é o espaço de contestação do corpo, dando suporte para que diferentes lutas que afloram do exterior se travem no interior do sujeito. É uma relação entre corpo, discurso e poder que, conforme trabalhamos com Foucault (1998) faz com que o indivíduo encontre-se preso e atrelado nesse sistema de forças, através das quais vão sendo instaurados e legitimados determinados tipos de comportamentos fundamentados em limitações, opressões, etc. Parece haver uma dificuldade do próprio indivíduo se enxergar fora dos óculos que determinam a realidade social e cultural dessa época, isto é, do *habitus* (BOURDIEU, 1989) dominante.

Na Figura 42, apresentamos um enunciado no qual a usuária confessa nunca ter se questionado e/ou tentado aceitar seus seios do jeito que são. Com isso, enaltece a importância da autora do post em fomentar esse tipo de discussão que até então estavam atadas à sua natureza, que a fez vítima, como tantas outras, de situações de gordofobia, constrangimento e humilhação. Também evidencia como a naturalização de determinados saberes se transformam com a mesma rapidez e dinamismo das relações sociais e se manifestam como (micro) poderes (FOUCAULT, 1998; 2001), marcando o corpo como a arena de contestação e reprodução dessas práticas. Desta forma, diante da violência sistemática e insistente, a jovem tomou como verdade os estigmas de um corpo gordo como anormal, deformado, indesejado e indigno de compaixão e amor.

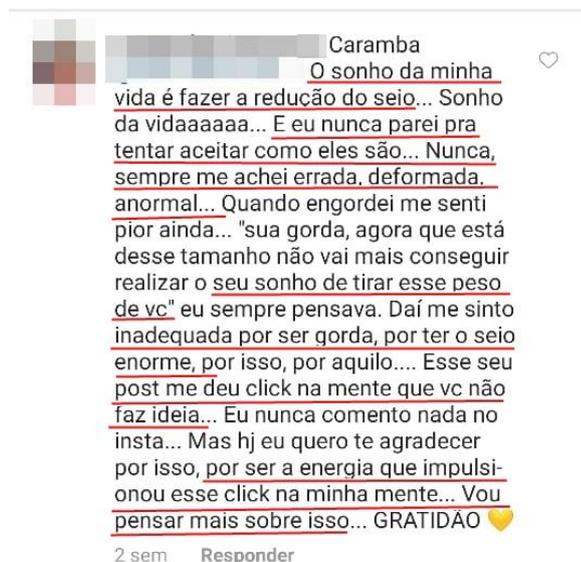


Figura 42: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 42 ilustra como a discursivização que era feita sobre os corpos em outras épocas, como o século XVIII, por exemplo, como discutimos a partir de Courtine (2013), com exemplos de saberes (FOUCAULT, 1998) que delimitavam, classificavam e separavam os corpos. Então vemos como, apesar das transformações ao longo dos tempos, o corpo ainda é coberto de signos explícitos ou mais encobertos, mas sempre denunciando os valores e comportamentos característico daquela sociedade naquele momento.

A importância da autora do post, e de outras tantas pessoas que alimentam discussões acerca do corpo fora do padrão e incentivam a desconstrução dos mesmos, é novamente validada na Figura 43, destacando, nesse exemplo, o papel da representatividade desses corpos em mídias sociais como o *Instagram*. De alguma forma, o contato com essa diversidade de corpos e seus fragmentos (LE BRETON, 2014), atuou de forma positiva para que o papel individual dos valores BoPo reverberassem e tivessem eco em pessoas que necessitavam desse tipo de “empoderamento” ou, como Arandas (2018) afirmou, politização dos corpos. Sentir-se representado, ao menos na presente análise, é um dos principais fatores que determinam a confiança no ambiente e na sociabilidade estabelecida entre os membros de comunidades aglomeradas por marcadores como as *hashtags*. É esse sentimento de pertença (MAFFESOLI, 2006) que dá sentido, legítima e ampara a representação *online* do self (BOYD E ELLISON, 2009) dos usuários envolvidos. Ou, para usar o termo empregado pelo usuário da Figura 42, “um click”, capaz de

despertar interesses e transformar comportamentos através de uma simples publicação.

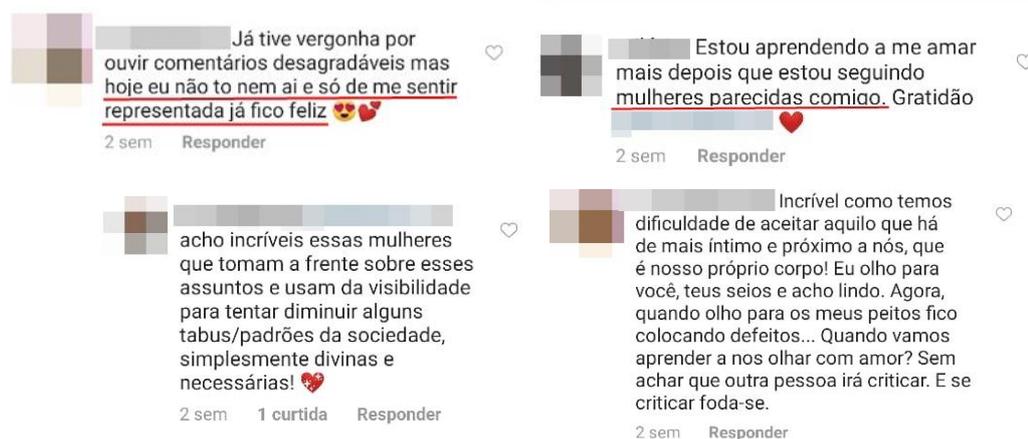


Figura 43: Amostra de comentários retirados da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Na Figura 43, também podemos identificar uma facilidade em aceitar melhor o papel social do BoPo do que o individual (GURGEL, 2018). Isso se verifica no último comentário, quando a usuária diz que acha o peito da autora do post lindo, mas que quando olha para a sua própria imagem no espelho, não consegue ter o mesmo sentimento de positividade em relação ao seu corpo.

Aqui também é válido ressaltar o ato de ameaça à face (BROWN E LEVINSON, 1987) e a intensa vigilância (JACOB, 2014) sobre os corpos representados nesses espaços. O comentário da Figura 44 é referente a um usuário que deixou de seguir um perfil que disseminava as ideias da positividade corporal e aceitação de todas as formas de corpos, e que, em determinado momento, passou a legitimar valores contrários a este. Percebe-se como a coerência entre o que é dito e o que é postado/mostrado é um comportamento frequente, traduzindo-se como elemento crucial na hora de seguir ou não um usuário na rede, ou, mais especificamente falando, do post que estamos analisando na presente tese.

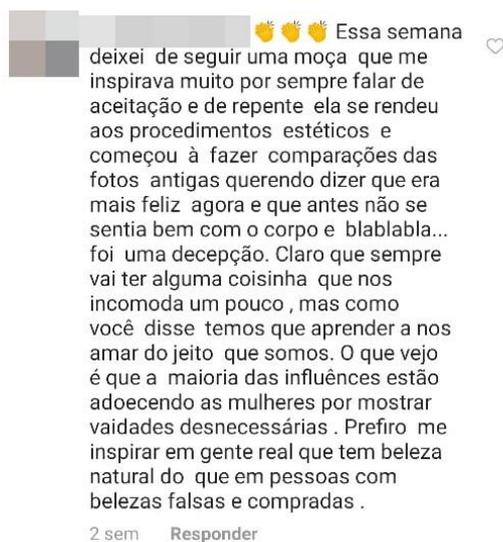


Figura 44: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: Instagram

Na interação, o sujeito ainda salienta que a mulher do perfil que deixou de seguir estava refém dos procedimentos estéticos. Esta pessoa, por sua vez, deixou de ser considerada uma influência positiva e teve sua face até mesmo ameaçada (BROWN E LEVINSON, 1987), tendo seu papel social (GOFFMAN, 2012) como influenciadora nessa desnaturalização (LOURO, 2003) e normalização do corpo posto em xeque e exposto para a rede. São comportamentos que constantemente avaliados pelos usuários dos quais dependem o futuro da legitimação (ou não) de sua representação *online* do *self* (BOYD E ELLISON, 2009). A discussão parece sair da superfície e questionamentos como o da Figura 45 são mais frequentes, e é o que constatamos a partir das 742 interações com o post da Análise 1.

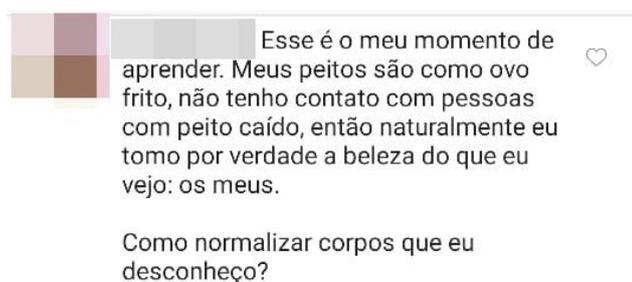


Figura 45: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: Instagram

A Figura 45 ilustra a discussão que fizemos sobre o ciberespaço estar se tornando um terreno para compreensão e construção de novos saberes (FOUCAULT, 2001) sobre os corpos, da legitimação das diferenças e ruptura de amarras historicamente presentes na vida social e que, agora, possuem um lugar alternativo para serem contestadas. É a peculiaridade de cada indivíduo sendo discursivizada (RODRIGUES, 2008) no interior dos espaços de conversação de mídias sociais como o *Instagram*. Vemos que a discursivização dos corpos nas mídias sociais tem dado condições para que diversos saberes sobre esses corpos coexistam em um mesmo ambiente.

Antes da internet, conforme abordamos no respectivo capítulo, os discursos sobre os corpos se resumiam aos dispositivos conhecidos de poder (FOUCAULT, 1998), como o conhecimento especializado e médico, por exemplo, que categoriza os corpos, estuda-os e tenta torna-los dóceis e, portanto, úteis e previsíveis (FOUCAULT, 1998) para o funcionamento da sociedade (conforme os interesses dos que detém esses saberes). Do mesmo modo ocorre com a indústria da beleza (LE BRETON, 2006), instituições e o próprio Estado.

A normalização dos corpos passa pela tomada de consciência do poder exercido sobre eles e através de quais mecanismos ele é controlado e domesticado (FOUCAULT, 1998). Espaços como o *Instagram*, como é o caso da plataforma da qual recortamos as duas análises desta tese, parecem funcionar de forma a facilitar a circulação dos diferentes discursos sobre os diferentes corpos, caminhando ao encontro do que Foucault (1998) chama de emancipação dos corpos e que ainda está longe de acontecer (se é que é possível alcançar tal estágio), mas que precisa ser reconhecida e estudada para que efetivamente possa acontecer em algum momento.

A seguir, apresentaremos a Análise 2 e a sistematização de dados, para discutir o emprego da *hashtag* #BODYPOSITIVE na discursivização do corpo nessas duas publicações no *Instagram*. Seguiremos a mesma estrutura de análise utilizada para a Análise 1. Ao final da Análise 2, iremos propor uma discussão através percepções dispostas em uma tabela com todos os níveis de análise da CMDA (HERRING, 2004; 2012).

8. ANÁLISE 2



Figura 46: Amostra do post com maior número de interações no mês de agosto

Fonte: Instagram

Tabela 6: Sistematização dos dados da Análise 2.

Legenda	“Ele ama cada detalhe meu, assim como eu ❤️.”
Hashtags	#amorproprio #BODYPOSITIVE #plussize #plus #curvygirl #stopbodyshaming #selflove #corpolive #paredeseodiar #freebody #fullofcurves #instacurves #honormycurves #allcurves #curve #love
Curtidas	29.743
Comentários	822
Data	11/08/2020

Fonte: Instagram

8.1 Estrutura

Assim como o post analisado no mês de julho, a presente publicação também apresenta uma preocupação com a estética e disposição do conteúdo. O espaço entre a legenda e as *hashtags* é separado por um emoji de bolinha preta. Isso, de certa forma, demonstra uma sofisticação a mais do que a primeira postagem analisada, que separou o texto usando o ponto final do teclado, empregando essa pontuação como divisor de cada bloco. Ambos possuem o mesmo objetivo, distribuir o conteúdo de forma que facilite a visualização do leitor.

Aqui, o uso das *hashtags* é consideravelmente maior do que na primeira postagem. Enquanto a primeira utilizou apenas quatro *hashtags*, essa publicação elenca 15 *hashtags*, além da *#BODYPOSITIVE*. Destas, 13 são marcadores no idioma inglês e duas se repetem em português, são elas: *#selflove/#amorproprio* e *#freebody/#corpolivres*, abrindo espaço para interpretarmos como uma tentativa de reforçar o discurso ali estabelecido, de tal forma que considerou relevante marcar em duas línguas.

As *hashtags*, por sua vez, desempenham uma função multimodal (HERRING, 2004). É possível notar que ao utilizar o sustenido antes da palavra, automaticamente ela fica azul, indicando a existência de um *link*, que irá redirecionar o usuário a outra tela, apenas com postagens que se também usaram a mesma *hashtag*. Isto quer dizer que em cada uma das 16 *hashtags* abre 16 novas telas, ou seja, irá remeter o usuário a 16 compilados de publicações que se filiaram, conforme discutimos a partir das ideias de Zappavigna (2013), diretamente aos valores de cada marcador. Assim, mesmo que *#selflove* e *#amorproprio* estejam relacionados aos mesmos significados, cada uma irá apresentar conteúdos diversos e referentes ao idioma em questão. Também é possível identificar os atos de fala e a performatividade do discurso pelas *hashtags*, ou seja, ao empregar o marcador “*#paredeseodiar*”, por exemplo, a autora está realizando, ali mesmo, o que está dizendo. Discutimos isso a partir dos atos de fala de Austin (2001).

Desta forma, as *hashtags* atuam independentemente do discurso da legenda, ao mesmo tempo em que servem como elementos contextualizadores (RECUERO, 2012) e que segmentam o post. Identificamos essa segmentação com o uso de *#plus* e *#plussize*. Ao utilizar *#plus*, a autora está se vinculando a uma área

muito ampla, que pode dizer respeito ao nome de uma loja, ou pode ser o marcador utilizado para um produto que oferece vitaminas e minerais, como um “*plus*” para a saúde de seu consumidor, também pode estar associado a um usuário que ganhou um aumento de salário inesperado, sendo um importante “*plus*” para sua renda. Enfim, #*plus* pode estar ligada a inúmeras e diferentes significações, ampliando o conteúdo e possivelmente fazendo com que ele chegue a pessoas que não se interessam, necessariamente, pelos saberes que envolvem o corpo positivo e que circulam no *Instagram*. Entretanto, ao colocar #*plussize*, a usuária consegue reduzir significativamente o público ao qual a mensagem está sendo direcionada, isto é, aos sujeitos que têm interesse na discussão sobre os corpos, seus tamanhos e formatos. Isso também se enquadra no que Recuero (2012) entendeu por micro e macrocontexto, pois a pessoa recortou, de uma temática maior (#*plus*), e foi mais específica ao delimitar o contexto “*plus*” que sua postagem pretende se inserir.

A multimodalidade (HERRING, 2004) também se caracteriza pelo uso conjunto de imagem, texto e dos recursos oferecidos pelo *Instagram* e fixados em todos os posts, como a opção de seguir, comentar, curtir, salvar, compartilhar e etc. É válido mencionar as características da CMC (BOYD, 2007), que permitem o funcionamento dos recursos recém mencionados. Isto é, só é possível compartilhar, salvar o conteúdo para acessar posteriormente porque a internet possui memória e permite que a informação seja buscada e recuperada, sem contar com a capacidade de replicação em alta escala. Outro fato que caracteriza a multimodalidade é a marcação tanto do perfil pessoal do namorado no *Instagram*, como o da marca da calcinha que a autora do post está usando.

A legenda é curta, porém, com muitos significados, conforme veremos no próximo item. Observando a estrutura gramatical, percebemos que, ao dizer “ele”, a autora do post faz uso do pronome pessoal reto, na terceira pessoa do singular. Ele é o sujeito. “Ama” é o verbo da frase, “cada” é um pronome demonstrativo e “meu” é referente ao pronome possessivo. “Assim como” é empregado como locução comparativa e “cada detalhe meu” é objeto direto. A imagem mostra uma mulher de costas, apenas de calcinha e abraçada no namorado. Eles estão se beijando ao mesmo tempo em que o homem, que está com o rosto virado para o espelho, com maior evidência na foto, aponta o celular para o espelho e registra o momento. Este registro, por sua vez, sugere intimidade, já que aparentemente está sendo feito dentro de um closet, com roupas, bolsas e outros objetos pertencentes a um ambiente

particular, mas que tem sido cada vez mais exposto nas redes sociais - traços da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997), que estão associados ao nível do sentido, como discutiremos a seguir.

8.2 Sentido

Enquanto o post da Análise 1 (Figura 28) mostrava uma usuária utilizando seu perfil no *Instagram* como um canal de discussão entre os indivíduos acerca dos saberes que envolvem os seios fora do padrão normatizado, o da Análise 2 parece se encerrar em si mesma. O discurso é construído em um sentido muito individual, narrando uma percepção própria sobre a relação de seu namorado com o seu corpo, o que difere da Análise 1, que se propunha a pensar os aspectos coletivos que envolvem a *hashtag*. Aqui, o discurso parece estar fazendo referência ao papel individual (GURGEL, 2018) do corpo sob a ótica BoPo. Trata-se de uma auto afirmação em vários sentidos.

Primeiramente, devemos pensar os efeitos de sentido criados nesse post como uma forma da autora legitimar e enaltecer sua própria representação *online* do self (BOYD E ELLISON, 2007), utilizando o namorado como principal valorizador e validador de seu discurso. Ao dizer “ele ama cada detalhe meu”, a usuária exerce poder (FOUCAULT, 1998) e se estabelece (ELIAS, 2000) sobre seu próprio parceiro, já que fala por ele, determina o sentimento do outro ao mesmo tempo em que está fazendo uso de sua imagem para este fim. É feita uma afirmação, uma imposição do sentimento. É como se a mulher tomasse para si a representação (BOYD E ELLISON, 2007) do namorado colaborasse e realizasse uma valorização da sua própria face (BROWN E LEVINSON, 1987) positiva, mas com o suporte da legitimação do companheiro, que está sendo feito através de seu discurso e também da imagem. Essa forma de apoderar-se dos saberes dos outros e categorizá-los é parte do jogo de poderes que trabalhamos sob a visão de Foucault (1998) e também evidencia a presença da violência simbólica (BOURDIEU, 1989), já que há um consentimento, mesmo que implícito, na execução desses poderes.

Em segundo lugar, podemos pensar a continuidade da legenda (“assim como eu”) como outra valorização da face (GOFFMAN, 2012) da autora do post, porém, agora, falando por si. Interessante notar que não fica claro se essa afirmação é feita no sentido de “**assim como eu amo cada detalhe meu**” ou “**assim como eu amo**

cada detalhe dele". Não se sabe ao certo, mas se pode inferir, a partir das *hashtags* presentes na publicação, que o foco não é a relação em si, que extrapola o quesito corporal, pois há amor em cada detalhe, e sim destacar o quanto aquele corpo ali discursivizado é amado, por ela e pelo outro. Argumentamos isso a partir dos marcadores **#amorproprio**, **#selflove**, **#curvygirl**, **#honormycurves**, que se relacionam diretamente com a autora, que se posiciona como protagonista estabelecendo-se sobre os coadjuvantes, o companheiro, e os demais usuários que interagiram na postagem, conforme veremos no próximo nível de análise. A **#amorproprio** foi, inclusive, a primeira *hashtag* colocada, o que ressalva a sua importância.

Analisando as demais *hashtags* em conjunto, entendemos a aplicação da positividade corporal. Ao lado de **#BODYPOSITIVE** está a **#plussize** e **#plus**, identificando que o corpo que está sendo discursivizado nesta publicação encontra-se marginalizado por possuir um tamanho maior de corpo do que o padrão normatizado. Esse corpo, também podemos concluir através das próximas *hashtags*, é classificado como "*curvy*", isto é, curvilíneo. Apesar de estar mais perto do biotipo considerado gordo, em nenhum momento ela se define como gorda, se afastando de um tipo e se auto categorizando como outro.

Apresentamos o corpo fragmentado (LE BRETON, 2014) do século XXI, onde é possível escolher partes específicas e destacá-las, seja através da imagem - que coloca as costas e as nádegas da autora em evidência - ou pelos valores associados (ZAPPAVIGNA, 2013) às *hashtags* utilizadas, que neste caso estão filiadas aos corpos com curvas. As curvas desse corpo, seguindo nossa interpretação pelas *hashtags*, não devem ser motivo de humilhação e violência, conforme sugere **#stopbodyshaming**, que além de ser conectado a um tipo específico de violência *online* (WILLARD, 2007), também configura um ato de fala que demonstra mais uma vez a performatividade (AUSTIN, 2001) do discurso contido na própria *hashtag* pelo uso do imperativo (stop). De alguma forma, pensando nos não-ditos (DUCROT, 1987), a disposição desta *hashtag* pode até mesmo ser entendida como uma tentativa prévia de proteger a face (BROWN E LEVINSON, 1979) e o papel social (GOFFMAN, 2012) sustentado pela usuária.

No caso de haver disputa de poderes e saberes sobre os corpos (FOUCAULT, 1998) discursivizados nessa plataforma, o que é comum acontecer devido ao instinto de dominação entre os indivíduos e o controle de seus corpos, e contando com a

possibilidade da autora não estar *online* no momento em que ocorre a ameaça à sua representação *online* do self (BOYD E ELLISON, 2007), a *hashtag* **#stopbodyshaming** já está exercendo sua função, conforme discutimos a partir dos atos de fala de Austin (2001). Observa-se que a *hashtag* já está dizendo “*stop*” antecipadamente a uma situação hipotética, embora muito possível de acontecer. Pensamos isso porque o post não possui ligação direta com esse tipo de violência, pelo contrário, ele atua no sentido de enaltecer e se aproxima muito mais da *hashtag* **#honormycurves** do que de body shaming, por exemplo.

Novamente o amor próprio é referenciado, desta vez em inglês (**#selflove**), reforçando o sentido do primeiro marcador usado, em português. Trata-se de um **#corpolivre**, que não deve ser odiado (**#paredeseodiar**) justamente por ser livre (**#freebody**), ressalta-se isso. As próximas *hashtags*, a saber, **#fullofcurves** (cheia de curvas), **#instacurves** (insta curvas), **#honormycurves** (honre minhas curvas), **#allcurves** (todas as curvas) e **#curve** (curva), são referentes às partes do corpo que se quer ressaltar, isto é, as curvas. Já dissemos em outro momento que a **#curvy** é comumente utilizada para descrever corpos que não se enquadram nem como magros e nem como gordos. Essa categorização do corpo é feita pelo próprio sujeito. O prefixo “insta” é utilizado em múltiplos assuntos, como **#instafood**, para marcar publicações específicas de comidas, ou **#instacats**, que agrupa os posts de gatos que circulam especificamente nessa mídia social. Já no que diz respeito a **#honormycurves**, isto é, honre minhas curvas, a autora novamente cria uma imposição. Neste caso, parece que a autora está se dirigindo a outra pessoa, “honre (você) minhas curvas”, novamente executando o ato de honrar durante o discurso (AUSTIN, 2001).

A última *hashtag* utilizada define o sentimento envolvido na publicação, **#love**, amor em inglês. Lembrando, novamente, que essa *hashtag* pode estar filiada a diversas narrativas que não necessariamente têm a ver com o corpo. Pode ser uma publicação de uma criança que recém nasceu e está em um lar repleto de amor, ou de um casal, ou a um viajante diante de um ponto turístico que amou, ou tantas outras possibilidades que são classificadas pelo mesmo sentimento. Outro aspecto sobre os marcados que discutimos através do pensamento de Araújo (2017), é a repetição de ideias através das *hashtags*, que acompanham palavras do mesmo campo semântico, também pode ser observada em relação aos valores de um corpo “*curvy*”, que é

reforçada em *#curvygirl*, *#fullofcurves*, *#instacurves*, *#honormycurves*, *#allcurves* e *#curve*.

Finalmente, é possível identificar muitos sentidos tanto pela legenda, quanto pela imagem, *hashtags* ou o conjunto de imagem, texto e *hashtags*. Parte-se de um pressuposto de que existe um corpo cheio de curvas que é visto com honra e positividade pela sua portadora e pelo seu companheiro. Um relacionamento almejado por qualquer pessoa, ser amado do jeito que se é, com o corpo que se tem. Entretanto, o discurso publicado neste post demonstra o jogo de poderes que está presente, mesmo que de forma implícita e sutil (BOURDIEU, 1989). A usuária parece se estabelecer sobre o parceiro, e isso se evidencia, inclusive, na imagem. O abraço, como se pode ver, a coloca como envolvendo o corpo do outro. Os braços estão por cima, enquanto o do namorado está por baixo. Podemos observar o sentido, também, se considerarmos apenas o conjunto de *hashtags*, uma vez que eles possuem, isoladamente, seus próprios significados, como já mencionamos.

A seguir, identificaremos outros elementos que sugerem relações de poder e dominação (BOURDIEU, 1989), resultando, conseqüentemente em violência simbólica. Veremos como esse sentido reverberou entre outros usuários e como a sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) pode ser impactada com o desfecho das interações que se originaram a partir desta publicação.

8.3 Interação

No que diz respeito ao nível da interação, percebemos algumas repetições de termos e saberes (FOUCAULT, 1998) que são capazes de auxiliar na construção da CMC (RECUERO, 2009) entre os sujeitos que compartilham o mesmo espaço discursivo, isto é, os comentários da referida publicação. Assim como na análise do primeiro post (Figura 28), a Análise 2 (Figura 46) referente ao post de maior interação no mês de agosto, é amplamente legitimada como uma inspiração para os usuários que interagiram com o conteúdo.

Das 822 interações avaliadas, 28 utilizaram a palavra “inspiração” para descrever o post, conforme mostramos na Figura 47. São comentários que enaltecem o corpo da autora do post e manifestaram admiração, agradecendo pela motivação transmitida pelo conteúdo, expressando o quão perfeito é o casal da Análise 2 e como eles servem de exemplo para os demais relacionamentos.



Figura 47: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Na interação que apresentamos na Figura 47, percebe-se o uso do verbo “encorajar”, o que nos leva a crer, com base nos atos performáticos de Austin (2001) e nos pressupostos e subentendidos de Ducrot (1987), que trata-se de um ato de fala que executa sua função de encorajar um sujeito que, devido aos elementos de seu discurso, revela medo, além da inspiração. Isso porque é preciso do medo para haver a coragem e publicar uma foto de um corpo fora do padrão normatizado é considerado, na visão de mundo desse usuário, uma atitude corajosa, já que a conversação é criada e mantida pelos públicos em rede que, de acordo com Boyd (2007), são formados por audiências invisíveis, como discutimos na parte teórica do presente trabalho. Desta forma, não há como prever e sequer ter certeza das reações que irão resultar de seu discurso, cabendo, portanto, uma espécie de defesa ou resposta, como mostramos no nível que trata do sentido a partir do uso de *#stopbodyshaming*. A interação da Figura 47 parece portar um sentimento semelhante, uma vez que se sente encorajada ao ver outra pessoa expondo seu próprio corpo fora do padrão instituído como ideal e relacionar saberes (FOUCAULT, 1998) positivos, que normalizam os corpos, mas não deixam de categorizá-los e reduzi-los a determinados atributos e qualidades (TAUSSIG, 1993), configurando uma violência simbólica (BOURDIEU, 1989).

Falando em categorizar corpos, é válido ressaltar que a autora do post, seguindo a fragmentação dos corpos propostas por Le Breton (2014), destaca suas curvas e situa seu corpo entre o magro e o gordo, como vimos. Entretanto, as interações legitimaram seu corpo como gordo e não como curvilíneo como ela categoriza com as *hashtags* *#curvy*, *#curvygirl*, *#honormycurves*, *#curve*, *#instacurves*, *#fullofcurves* *#allcurve*. Nesse momento, lembramos da sociabilidade que trabalhamos a partir de Maffesoli (2006), onde o autor defende que o indivíduo é o resultado do conjunto de referências que possui e compartilha com os demais. A legitimação da realidade depende da alteridade para se estabelecer e é isso que dá

sentido à constituição do sujeito em meio aos agrupamentos que deseja pertencer. Isto quer dizer que apesar da autora desejar pertencer ao grupo dos corpos curvilíneos, os usuários que interagiram com o post legitimaram seu corpo como um corpo gordo, embora em nenhum momento a autora da publicação tenha tocado nesse tipo de corpo. Dentre os comentários, cinco classificaram o corpo como gordo e apenas dois reiteraram a ideia de um corpo com curvas. Exemplificamos na Figura 48.

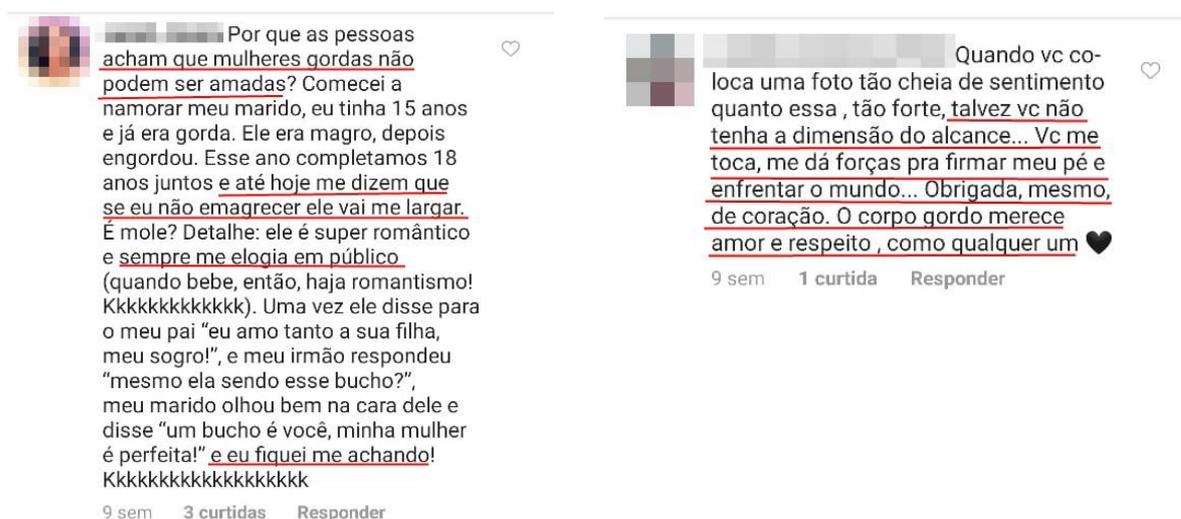


Figura 48: Amostra de comentários retirados da postagem analisada

Fonte: Instagram

A Figura 48 ilustra outros pontos que iremos discutir neste nível da interação, especialmente a visão de Rodrigues (2008), que argumenta que a percepção dos corpos não depende somente de um saber individual sobre o próprio corpo, mas corresponde a um olhar coletivo acerca de seu corpo. A constituição desse corpo, portanto, passa pelo crivo da interpretação dos outros, que poderá ou não, ir ao encontro de uma concepção particular sobre o mesmo. Neste exemplo, vemos em dois momentos o corpo gordo sendo reconhecido e não o curvilíneo.

Além disso, observamos outro padrão recorrente nas interações, a confiança no ambiente social construído nesse espaço ao ponto de deixar outros usuários confortáveis o suficiente para contar suas próprias histórias e experiências de vida. Temos, aqui, a incidência de dois olhares sobre o mesmo corpo, conforme apresentamos a partir das ideias de Gurgel (2018). São interpretações que se confrontam na formação do discurso sobre os corpos e que passam a configurar as

relações de poder (RODRIGUES, 2008). Tal enfrentamento de saberes e estabelecimento de poderes acontece de forma implícita e situa-se no não-dito (DUCROT, 1987) Até porque, explicitamente, nenhum dos comentários parece ameaçar a face (BROWN E LEVINSON, 1987) da autora do post. À primeira vista, são elogios, mas se aprofundarmos o pensamento, é possível identificar essa determinação de papéis (GOFFMAN, 2012) e confronto entre os discursos, que legitimam coisas diferentes.

O primeiro comentário da Figura 48 revela, também, outros padrões recorrentes no espaço de interação. Entretanto, são observações que fazem referência ao nível de análise do comportamento social e não, necessariamente, neste espaço sobre as interações. Mesmo assim, é relevante apontar a incidência de discursos que buscam respaldo em seus parceiros para legitimar uma situação semelhante à da vivida e postada pela autora da publicação. No caso deste comentário, a usuária relata acontecimentos de sua realidade e que reafirmam a ideia de que o corpo fora do padrão normatizado também é digno de ser amado. Percebe-se uma importância diferente no que diz respeito aos elogios do marido feitos em lugares públicos do que nos demais. Entendemos isso a partir da lei da exaustividade, também trabalhada à luz de Ducrot (1987) e de Austin (2001), onde se pressupõe que o enunciador dispõe, em seu discurso, os elementos que considera essenciais para a mensagem. Isso porque não haveria necessidade de explicitar os lugares públicos se todos os demais tivessem o mesmo valor. Assim, parece haver uma distinção de valores, isto é, o elogio feito publicamente, na frente dos outros, tem mais valor, para a usuária, do que um elogio feito em um jantar à luz de velas, onde estão apenas os dois, por exemplo.

No segundo comentário, percebe-se a preocupação do sujeito em deixar claro que mesmo tendo destacado o corpo gordo, ela acha que todos os tipos de corpos merecem amor e respeito. Há um cuidado, aqui, para que não haja sobreposição de corpos, pois assim como o corpo gordo tem sido estigmatizado ao longo da história, atualmente, movimentos como o BoPo impõem discursos que se estabelecem e tornam os corpos dentro do padrão normatizado os seus *outsiders* (ELIAS, 2000). Nesse sentido, é muito comum ver discursivizações sobre corpos que não estão enquadrados na norma e utilizam isso para estigmatizar os corpos que correspondem ao biotipo considerado ideal. São situações em que um ator ameaça a representação *online* do self (BOYD E ELLISON, 2009) de outro na tentativa de enaltecer a sua própria face positiva (GOFFMAN, 2012; BROWN E LEVINSON, 1987), configurando

o que chamamos de indireta (SCHINESTOCK, 2018). Falamos isso para mostrar que no segundo comentário da Figura 48, não há atrito entre as representações e, inclusive, é destacada essa intenção quando diz “o corpo gordo merece amor e respeito, **como qualquer um**”. Feito isso, preserva-se a face e colabora-se para que as trocas sejam melhor entendidas, já que são facilitadas e contextualizadas com essa ressalva.

Analisando a interação dos comentários da Figura 48, podemos perceber que não há um esforço de manter a sociabilidade (MAFFESOLI, 2006; LEMOS, 2002) *online*, encerrando-a com uma curtida no comentário. Apenas. Sem nenhuma manifestação de gratidão pela pessoa que foi interagiu com seu conteúdo. Isso contrasta com autora da Análise 1, que apresentava inicialmente uma ideia particular da autora do post sobre seus seios, ao mesmo tempo em que disponibilizava sua publicação como ponte para outros saberes (FOUCAULT, 1998) circularem, auxiliando na discursivização de diferentes corpos que até pouco tempo sequer eram discutidos e reconhecidos, a Análise 2 se desenrolava de forma distinta. A resposta da autora do post que estamos analisando (Figura 46) é quase padronizada, conforme veremos nas amostras que apresentamos na Figura 49 e Figura 50.

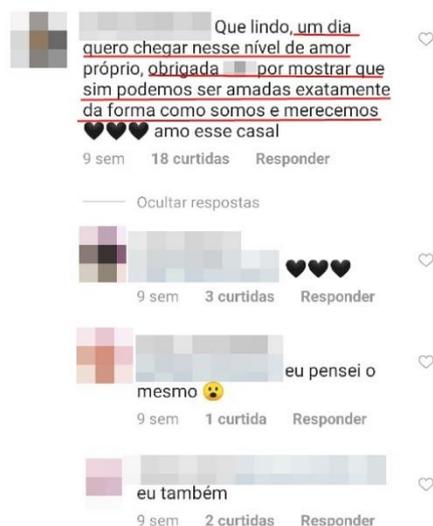


Figura 49: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*



Figura 50: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Na Figura 49 há um comentário com 18 curtidas, mostrando a diferença de envolvimento dos usuários naquela publicação. Isto quer dizer que mesmo que seja visível apenas um bloco de texto onde está situado o comentário, ele foi reforçado por outros 18 usuários, aumentando a relevância e legitimando os saberes e poderes (FOUCAULT, 1998) que ali foram defendidos (abordaremos melhor quando falarmos do comportamento social) por um único autor. O que interessa mostrar ainda no nível da interação, é que a Figura 49 apresenta um comentário relativamente extenso e que valoriza todos os qualificativos e atributos (TAUSSIG, 1990) representados naquela postagem. Apesar de mostrar envolvimento e proximidade com a autora do post, ao que parece, não há reciprocidade na troca. A sociabilidade que estava começando a se instaurar foi encerrada na resposta da autora ao comentário, a saber “♥ ♥ ♥”.

É pertinente observar, também, a carga simbólica atribuída àquela interação, isto é, ao invés de curtir o comentário, seguindo o exemplo de 18 usuários que “fizeram como suas, as palavras do sujeito que comentou”. Na verdade, os dois comentários que estão abaixo da resposta da autora do post, demonstram o desejo de se inserir e participar ativamente da troca ali estabelecida. Ao que parece, esses usuários consideraram necessário registrar, em forma de comentário, o quanto se identificaram com o comentário daquela pessoa e não somente reforçar seu conteúdo através da curtida. E isso acontece duas vezes: a primeira que comenta que pensou o mesmo e a segunda na resposta a esse comentário, dizendo “eu também”, ao invés de simplesmente curtir a resposta que dizia exatamente a mesma coisa. Então, pode-se ver, na Figura 49, dois tipos diferentes de envolvimento naquela conversação. Isso vai ao encontro do que discutimos a partir da ideia de Recuero (2014), que estudou os

botões do Facebook. Aqui, no entanto, nossa contribuição é pensar esses elementos dentro do *Instagram*, mídia social escolhida para embasar as análises dessa tese.

Já na Figura 50, apresentamos um comentário sobre a foto da publicação analisada e não sobre a autora do post propriamente dita. É uma interação mais rasa, sem muita significação ou elaborações de valores e saberes expostos em forma de discurso, como é a o comentário da Figura 49. Interessante observar que apesar da autora do post responder a praticamente todos os comentários feitos na publicação, há um distanciamento entre eles, não estabelece um laço, embora uma das partes esteja disposta a contribuir com a discussão ali iniciada. A maneira como a autora responde a um comentário que valoriza sua atuação e o espaço em seu perfil utilizado para tratar a pauta BoPo, ressaltando a importância daquela pessoa na teia de relações formada em torno de *hashtags* (ZAPPAVIGNA, 2013) que filiam os usuários em torno de valores e saberes específicos, é semelhante ao seu comentário para responder um elogio simples sobre a foto, ou, ainda, um usuário que interagiu na publicação apenas com “😊😊😊”. Trataremos mais disso quando abordarmos o comportamento social. Importante é deixar claro, aqui, que não há esforço algum para dar manutenção, criar laços ou simplesmente agradecer ao outro.

A *hashtag* #BODYPOSITIVE, nesse sentido, é usada para uma pauta única e que não é desviada pela autora, isto é, o corpo dela e a relação que ela própria e seu namorado têm deste corpo classificado como “*curvy*”. Mais uma vez, indicamos o contraste com a primeira análise, onde a *hashtag* serviu como ponto conector entre vários saberes e poderes (FOUCAULT, 1998) relacionados ao BoPo e que se estabeleceram e se desenrolaram no espaço de interação. Nesta segunda análise, o marcador é utilizado apenas como elemento de contexto, enriquecendo os significados ali impostos, mas sem dar espaço para que novos sejam introduzidos e agregados à publicação, abandonando a função e o potencial que pode enriquecer e, de fato, emancipar (FOUCAULT, 1997) os corpos ali discursivizados. Isso, de certa forma, mostra a individualidade do sujeito contemporâneo que se representa diante de uma sociedade líquida e superficial que Bauman (2007) trata em seus estudos. Assim, há um desejo predominante que é o de impor seu discurso sobre os demais, vetando a possibilidade da participação e colaboração que tem se mostrado característica nas CMC (RECUERO, 2009) que falam de corpos BoPo, isto é, da positividade corporal com que cada corpo deve ser visto. E isso, por si só, já mostra uma nova imposição, a saber, a tentativa de controlar o sentimento adequado para se

ter em relação ao próprio corpo, mesmo que esse corpo seja fruto de uma estrutura muito mais complexa, consolidada ao longo da história e legitimada de diferentes maneiras no imaginário do coletivo, e que geralmente não inclui os corpos gordos, por exemplo.



Figura 51: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Ainda no que diz respeito à interação, apresentamos, na Figura 51, mais um exemplo de multimodalidade. Ao comentar “@motivacao24h”, automaticamente a ferramenta transforma o comentário em um *link*, onde há a possibilidade de clicar e ser redirecionado a outro espaço, como já discutimos que também acontece com as *hashtags*. Esse comentário, no entanto, pode ser referente a um perfil e, sim, redirecionar o usuário que clicar para uma nova tela, ou pode ser, também, fruto de uma apropriação que apenas utilizou o marcador na tentativa de frisar que este é um perfil que motiva 24 horas. Entretanto, nada está dito.

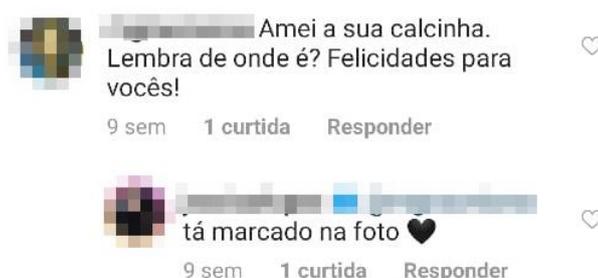


Figura 52: Amostra de conversação retirada da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Finalizamos a CMDA (HERRING, 2004) no nível da interação com a troca apresentada na Figura 52. O comentário fala da calcinha utilizada na foto publicada, manifestando apreço e questionando de qual marca seria. Novamente, como veremos no comportamento social, a autora do post se distanciou e, de certa forma, exerceu seu poder diante dessa interação. A multimodalidade está caracterizada aqui,

conforme ilustramos com a Figura 53, que mostra a publicação e, sobreposta à foto, duas marcações, uma referente ao perfil do namorado e, por isso, fixado na altura da cabeça do parceiro, *linkando* a imagem com o perfil do namorado e outra fixada na calcinha, que é a marcação do perfil da marca da calcinha.



Figura 53: Amostra de marcação em foto retirada da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A presença desses marcadores é identificada pelo ícone no canto inferior esquerdo da imagem, como indicamos na Figura 53. Inicialmente, a publicação do *Instagram* oculta os perfis marcados, deixando apenas a presença do ícone recém mencionado, tornando a estética da foto mais agradável e harmônica, uma vez que não mostra, de imediato, a sobreposição dos perfis à imagem. Novamente, é possível observar a multimodalidade presente, tanto pelo *link* que direciona o sujeito para a página/perfil que está marcado na foto, quanto pela combinação de imagem, texto e botões. Discutiremos o nível correspondente ao comportamento social a seguir.

8.4 Comportamento Social

Ao contrário da Análise 1, a segunda publicação analisada apresenta um discurso mais individualista e centrado em si mesmo. Mesmo que diferentes usuários tenham se afiliado aos saberes presentes nessa publicação, percebe-se que a autora do post não leva em consideração a circulação desses novos discursos, já que, como indicamos no nível anterior, suas interações com os demais usuários é restrita, podendo até mesmo identificar um tanto de frieza em suas respostas. Conforme discutimos sob o olhar de Foucault (1998), as trocas entre os sujeitos envolve um jogo

de micropoderes entre os indivíduos e seus saberes, o que acaba, conseqüentemente, criando fronteiras e viabilizando o confronto de poderes, legitimando como natural e facilitando a determinação de papéis entre os participantes da interação. Com a fronteira criada, os indivíduos passam a pertencer ao lado dos estabelecidos ou dos *outsiders* (ELIAS, 2000).

Nesse sentido, a autora do post utilizou seu espaço pessoal de representação – seu perfil – para impor sua identidade discursiva, que como Hiller (2013) argumentou, em mídias especialmente como o *Instagram*, as pessoas são encorajadas a criar e expor suas identidades discursivas. Um exemplo disso está na Figura 48 e Figura 49, onde os usuários fazem uso dos recursos de interação para legitimar e enaltecer o corpo e a influência positiva da autora do post. Para os comentários elaborados, cheios de significados e experiências pessoais de outros sujeitos da rede, parece não haver espaço. Na verdade, é como se apenas as percepções da autora devessem ser legitimadas, uma vez que sequer responde ou dá continuidade às tentativas de estabelecer uma sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) e compartilhar os saberes vinculados à positividade corporal. O comportamento da autora do post, então, não deixa margem para que coexistam naquele ambiente conversacional construído a partir de sua publicação. Portanto, não há legitimação nem negociações na conversação, simplesmente porque ela se encerra, mantendo a pauta original, isto é, o corpo cheio de curvas que é amado em cada detalhe, tanto pela própria portadora do corpo, quanto para o companheiro.

De uma maneira geral, os comportamentos identificados nessa análise mostram como este casal é visto como exemplo para os demais, servindo de inspiração para usuários que almejam o mesmo carinho e apoio em um relacionamento, tornando-se um casal perfeito, uma meta de relacionamento. O termo mais recorrente dentre todos os comentários é “inspiração”, que apareceu 28 vezes nos discursos das interações. Em segundo lugar, a perfeição do casal figura com 20 menções em suas variações de “casal perfeito” e “perfeição de casal”, atribuindo aos dois, o peso e a carga simbólica que somente quem possui o mais alto grau de excelência que se pode atingir em um escala de valores, conforme o significado da palavra no dicionário⁴⁷. O comentário da Figura 54 ilustra isto.

⁴⁷ <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=m8x4q> (Acesso em: 26/10/2020)

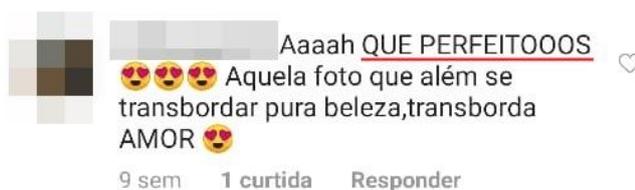


Figura 54: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O papel social (GOFFMAN, 2012) atribuído ao casal visto como perfeito carrega as expectativas dos outros sobre seu próprio relacionamento. Como mostramos na Figura 55, a valorização do relacionamento é tanta, que chegam a ser classificados como “consagrados”, isto é, investido de funções sagradas, que obteve o reconhecimento e a consideração da opinião pública, conforme indica seu significado no dicionário⁴⁸.



Figura 55: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Outro tipo de comportamento recorrente nos comentários foi a manifestação do desejo de possuir um relacionamento do mesmo tipo, mesmo que o “tipo” do casal considerado perfeito seja a materialização de suas representações *online* do self (BOYD E ELLISON, 2007), com recortes bem elaborados e pensados para determinado fim. Em uma postagem como essa, vinculada aos valores BoPo, é prudente esperar conteúdos que demonstrem os variados ângulos dessa mentalidade. Há uma antecipação do sujeito em relação ao que ele pensa ou espera encontrar em sua conversação com os outros. Nesse caso, almejar ou até mesmo invejar um relacionamento como o da Análise 2 é um sentimento provável de se manifestar, uma vez que os saberes (FOUCAULT, 1991) presentes no movimento BoPo falam justamente sobre aceitação. Percebemos a repetição de comentários que diziam ter uma “meta de relacionamento” conseguir um namorado e ter um relacionamento

⁴⁸ <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=consagrado> (Acesso em 26/10/2020)

parecido com o daquele casal. Dos 822 comentários, identificamos 19 dizendo que ainda iria encontrar alguém assim, que é uma meta de vida, de relacionamento, etc. Entretanto, como mostramos na Figura 56, a maneira com que o discurso é elaborado, deixa margem para interpretarmos um desejo de possuir um companheiro como a autora possui, mas deixa rastros de que essa meta dificilmente será alcançada.

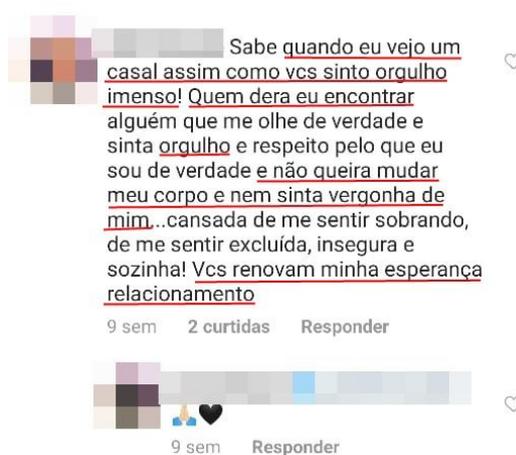


Figura 56: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Ao utilizar a expressão “quem dera⁴⁹”, o sujeito distancia-se do desejo, já que ele parece ser inalcançável, algo que se gostaria que fosse verdade. O comentário elogia de várias formas o casal e conta de seu desânimo para encontrar alguém assim. Pelo discurso, entendemos que são recorrentes as situações em que a usuária sentiu que alguém estava com vergonha de seu corpo, ou ser excluída, sozinha e insegura. Ao final do comentário, a usuária afirma que aquele casal retratado na Análise 2 é o que faz renovar sua esperança em relacionamentos amorosos. A mesma Figura 56, mostra o desfecho da conversa, onde a autora do post responde apenas com “💕❤️” a essa interação que soa, inclusive, como um desabafo.

Esse tipo de resposta é basicamente o que consta no espaço de interação. Na verdade, a autora do post curte todas as interações e responde a maior parte dela. No entanto, se compararmos com a Análise 1, onde a usuária não respondia todos os

⁴⁹ <https://www.dicionarioinformal.com.br/significado/quem%20dera/1448/> (Acesso em 30/10/2020)

comentários, mas quando respondia era de forma pessoal e empática, observa-se que na Análise 2 não há espaço para dar continuidade às trocas e estabelecer a sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001), aproximando os usuários a partir da *hashtag* - *#BODYPOSITIVE* – a que estão filiados (ZAPPAVIGNA, 2013) e se aproximando do que Foucault (1997) entendeu como a emancipação dos corpos, isto é, um estado em que o controle sobre os corpos que são constantemente vigiados eleva a discussão, uma vez que o indivíduo acaba se tornando mais consciente de seu corpo e das coisas que o mesmo é submetido (RODRIGUES, 2008). Isso não acontece na segunda análise, pois não é dada a chance para a conversação seguir em frente.

Consideramos até mesmo fria a maneira de interação e sociabilidade construída e mantida pelo post. A Figura 52, que abordamos no nível de análise anterior – interação -, também ilustra essa indiferença. Entre os comentários, havia um que elogiava a calcinha usada pela autora do post e questionava de que loja era, seguido de felicitações ao casal. Interessante observar que a autora responde que está marcado na foto, utilizando consideravelmente mais caracteres para escrever que estava indicado no post do que mencionar o perfil da marca, o que levaria menos tempo também. Porém, até aqui conseguimos enxergar os micropoderes de Foucault (1998), estabelecido sutilmente nas relações e entranhado na essência dos sujeitos. Ao não dizer a marca da calcinha, além de se afastar de sua seguidora, a autora do post se estabelece sobre ela, isto é, torna a usuária sua outsider (ELIAS, 2000), utilizando seu saber manifestado em forma de poder (FOUCAULT, 1998) naquele momento, fazendo com que a pessoa interessada em saber a marca tenha que ir até a foto, clicar na imagem para, assim, aparecer o nome da loja. Se não é um jogo de poderes, não faria diferença oferecer tal informação facilmente. Outra dinâmica de poder é encontrada na Figura 57.

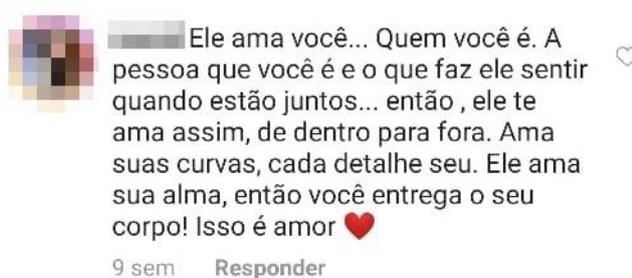


Figura 57: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Na Figura 57, vemos que um usuário determina o saber em torno da publicação, criando, sob a ótica de Foucault (1997), uma relação de forças e poderes. Ao afirmar que “ele ama você”, mais uma vez o lugar de fala do namorado da autora do post é apropriado, mas por uma terceira pessoa, que determina o tom e o sentido, sua percepção e sua categorização do que se passa com outro indivíduo. Trata-se de resumir o sujeito ao que foi dito, estipulando seus próprios significados para aquela publicação.

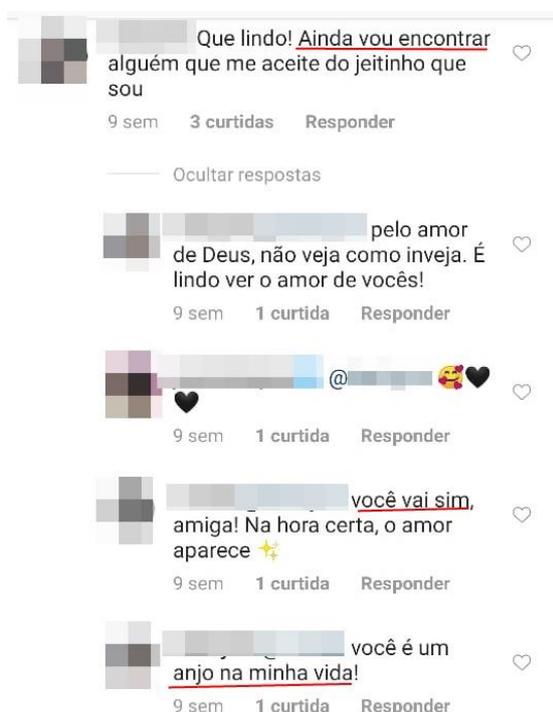


Figura 58: Amostra de conversação retirada da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O mesmo distanciamento pode ser visto na Figura 58, onde uma usuária manifesta seu apreço pelo casal e diz que ainda vai encontrar um amor assim, se diferenciando da Figura 56, onde o sujeito diz “quem dera eu encontrar alguém assim”. Novamente, a resposta da autora do post não vai além dos *emojis*. Entretanto, um terceiro usuário se insere a passa a fazer parte da conversação ali estabelecida. Esse sujeito reforça o primeiro comentário e, de certa forma, até oferece amparo, empatia e conforto, chamando a pessoa de amiga e dizendo que sim, o amor como esse que

ela deseja, chegara ao seu tempo. Essa resposta foi tão relevante que a usuária disse que ela era “um anjo” em sua vida. Somente essa expressão já demonstra o quão foi importante receber um retorno como aquele, mesmo que não seja vindo da autora do post, conforme a intenção inicial.

Indo ao encontro da discussão sobre as faces (GOFFMAN, 2012) e a cooperação e conflito entre elas (BROWN E LEVINSON, 1987), podemos identificar, ainda na Figura 58, a tentativa de reparar a representação a fim de não causar nenhum tipo de atrito ou conflito entre elas. Isso é visto no segundo comentário, onde a usuária se retrata e diz que sua fala não deve ser entendida como inveja, e sim como admiração. Essa é uma afirmação que busca “retocar” a primeira que, por algum motivo, foi entendida como uma possível ameaça e, portanto, precisou ser redirecionada ao significado pretendido, que não é o de querer o namorado da outra e sim conseguir encontrar, algum dia, alguém que a ame da mesma forma. Aqui, cabe lembrar que Zandwais (1990) afirma que nas relações, os sujeitos optam por omitir certas informações enquanto enaltecem outras. Nesse caso, o que se quis enaltecer foi que não há sentimento de inveja no comentário, protegendo ambas as faces.

Também chamou atenção o comportamento de usuários que marcavam seus companheiros ou simplesmente contavam suas histórias pessoais para demonstrar que também estavam em um relacionamento de admiração e respeito, assim como o da autora do post (Figura 59).

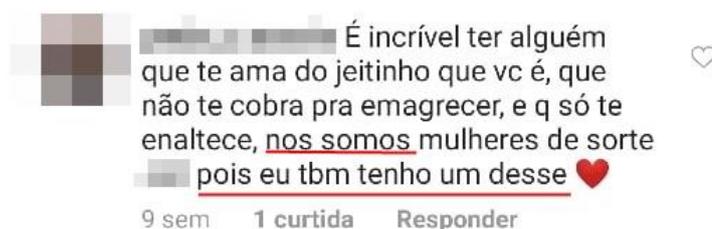


Figura 59: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 59 ilustra bem o ato de se inserir no discurso do outro. Ao dizer que “nós somos” mulheres de sorte, a usuária que interagiu consegue fazer com que os saberes (FOUCAULT, 1998) envolvidos no post também façam referência e legitimem a sua situação como igual, ou ao menos semelhante com a do casal. Interpretamos desta maneira, já que ela incorpora, inclusive, o tom de posse, quando diz que “tem

um desse” em casa. De alguma forma, seguindo o pensamento de Foucault (1998), esses saberes determinados no comentário também se colocam em uma posição de poder, pois, ao se incluir no discurso, a usuária se destaca dos demais, daqueles que almejam e sonham em ter um amor como aquele. Aqui, ela estabelece seu poder também, tornando os sujeitos que buscam um namorado como o delas, seus *outsiders* (ELIAS, 2000). O mesmo acontece com os comentários apresentados na Figura 60 e 61.

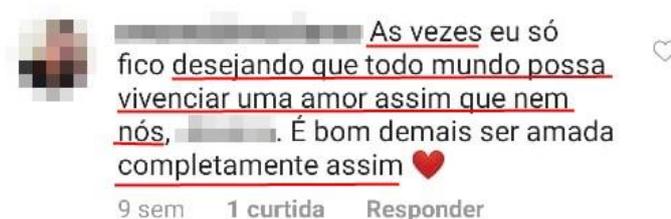


Figura 60: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

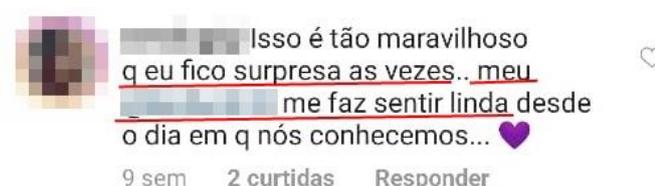


Figura 61: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 60 também utiliza a representação do parceiro para legitimar o saber (FOUCAULT, 1997) que ali circula, isto é, um relacionamento em que, mesmo estando fora do padrão normatizado, há amor e respeito. Interessante perceber que o comentário começa com “às vezes”, revelando um sentimento que não é constante e/ou perene, mas existe. Ao dizer que às vezes deseja que todos tenham um amor como o delas, fica pressuposto, de acordo com o que discutimos a partir de Ducrot (1987) sobre o componente linguístico – pressuposto – e o retórico – subentendido, que não é sempre que há a vontade de que todas as pessoas usufruam de um relacionamento como o seu. Ainda sob a perspectiva de Ducrot (1987), levando em conta a lei da exaustividade, onde só se deixa expresso, no enunciado, as informações que se considera essenciais para o entendimento da mensagem, podemos ver que

há intuito em frisar que não se trata de um casal parecido com o do post. Na verdade, se deixa claro que é um amor exatamente como eles, completamente e igualmente ao que foi postado.

Já na Figura 61, o que se evidencia é a legitimação do poder simbólico (BOURDIEU, 1989) pela própria usuária que interage. Isso, porque ela se diz “surpresa”, muitas vezes, pelo companheiro maravilhoso que possui. É isso que Bourdieu (1989) se refere quando diz que é um poder que existe porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe. Assim, apesar de ter uma relação maravilhosa, como ela mesmo caracteriza, também pode existir uma ponta de dúvida, implicitamente, que indica essa surpresa de ser amada apesar de seu corpo. É como se, por não pertencer ao considerado como “lindo” pelo olhar da sociedade normatizada, não merecesse um amor como o que tem, que ressalta a beleza e faz a mulher se sentir bonita e querida pelo seu parceiro.

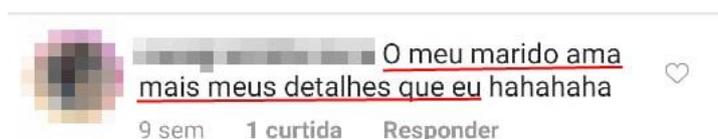


Figura 62: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 62 mostra um comportamento que se sobressai ao próprio discurso da postagem analisada. Enquanto a legenda da publicação diz que “ele ama cada detalhe meu, assim como eu”, o comentário se estabelece sobre esse no momento em que afirma que seu marido não só aceita seu corpo e gosta dele, mas que ama seus detalhes mais do que ela mesma.

No que diz respeito ao movimento BoPo, lembramos do que Arandas (2018) defendeu em torno da visão social do corpo, entendendo como um esforço, um contrafluxo que enfraquece a lógica arraigada dos estereótipos e estigmas, valorizando outros indivíduos e grupos. É o que a autora chama de politização do corpo, onde há pautas diversas levantadas e discutidas sob à luz da diferença, fortalecendo comportamentos e discursos que pregam um “corpo livre”, incentiva “seja você mesma” e até mesmo levantam a bandeira “meu corpo, minhas regras”, destacando o viés positivo com o qual se estimula que o corpo seja encarado.

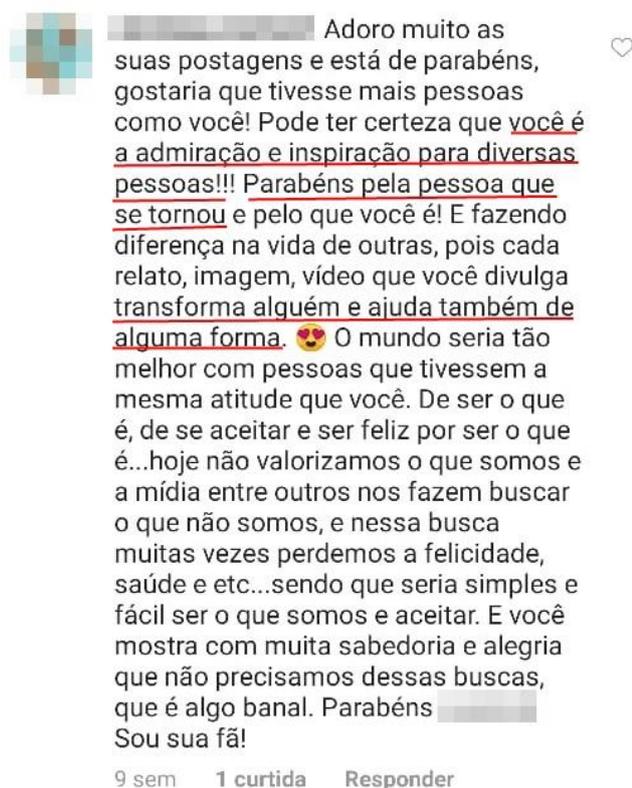


Figura 63: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

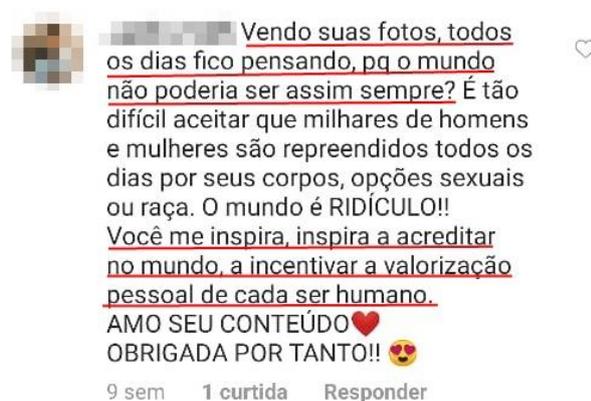


Figura 64: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A multimodalidade (HERRING, 2004) pode ser percebida, também, quando um usuário marca o outro e o “transporta” para outro espaço de interação na qual se espera legitimação (Figura 65). Mas isso não acontece em todos os casos, conforme mostramos na Figura 66.



Figura 65: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Na Figura 65, podemos ver uma correspondência no que diz respeito à legitimação do comentário. A usuária marca o parceiro e diz que o ama e recebe o retorno do namorado de forma colaborativa para aquele papel (GOFFMAN, 2012) que foi apresentado nas interações, no momento em que ele diz “amo tudo em você”. Já na Figura 66, a expectativa parece não ter sido atendida.

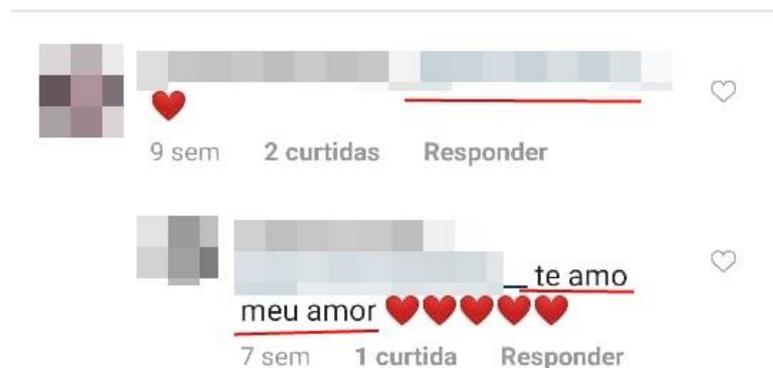


Figura 66: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Seguindo a ideia de que nem tudo está dito no discurso, podemos interpretar a Figura 66 como um retorno diferente do esperado pela usuária que comentou. Ao se inserir na conversa sobre relacionamento de aceitação do corpo como ele é, a mulher poderia estar esperando uma resposta semelhante à que mostramos na Figura 65, onde a informação foi “confirmada” pelo parceiro, que reafirmou o fato de amar

cada parte do corpo de sua namorada. Ao contrário, na Figura 66, um sujeito marca o outro e só coloca um emoji de coração ao lado. A resposta não foi negativa, isto é, houve a confirmação do amor entre eles, mas em nenhum momento se fez referência a este corpo, o que parece ter sido o objetivo do comentário inicialmente.

Há muitos usuários que fizeram questão de deixar exposto que também possuem um relacionamento com alguém. A Figura 67 é uma amostra interessante, uma vez que o comentário ali presente não agrega valor algum, apenas informa que existe um namorado. Esse tipo de comportamento é pertinente de ser pensado, pois por mais que se possa considerar a postagem da Análise 2 como um “gatilho”, qual seria a necessidade de escrever isso?



Figura 67: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Tiveram comentários, também, que manifestaram vontade de reproduzir uma foto parecida com a do post analisado, como a Figura 68 mostra.

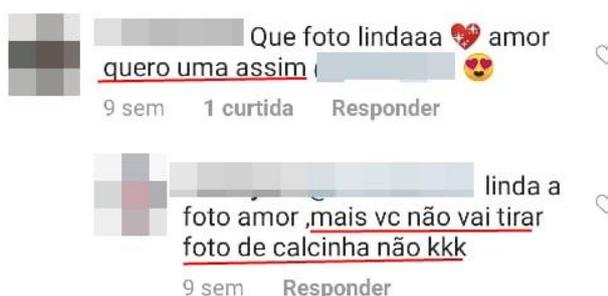


Figura 68: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A Figura 68 mostra uma conversa iniciada por um casal no espaço de interação – comentários – do segundo post analisado. Ao elogiar a composição da

foto, uma usuária marca o namorado – configurando, novamente, a multimodalidade – e diz que gostaria de fazer uma foto como aquela. O saber ali envolvido, conforme Foucault (1998), se transforma em poder e dominação (BOURDIEU, 1989) no momento em que o companheiro impõe que sua namorada não irá reproduzir uma imagem como a da postagem, apesar de mostrar apreço por ela. Há muitas histórias de vida e experiências narradas pelos usuários, constituindo um espaço importante de conversação, mesmo que ela só aconteça entre os seguidores que comentaram e não com a autora do post, que abriu o canal para que essa pauta fosse discutida.

Na Figura 69, podemos ver um caso em que se desenha exatamente o que Gurgel (2018) afirmou quando disse que na visão BoPo, existe duas percepções diferentes relacionadas à positividade corporal, a saber, a visão particular e a coletiva sobre essa estrutura essencialmente simbólica que é o corpo (LE BRETON, 2004). A primeira visão, a particular e individual para cada indivíduo, parece, a partir da análise das duas postagens da presente tese, serem mais complexas do que a percepção BoPo no nível social e coletivo. Isso porque há relatos de usuárias que acham bonito o corpo fora do padrão normatizado, mas não se amam do jeito que o movimento propõe, ainda têm vergonha e insegurança de mostrar-se até mesmo para o marido.

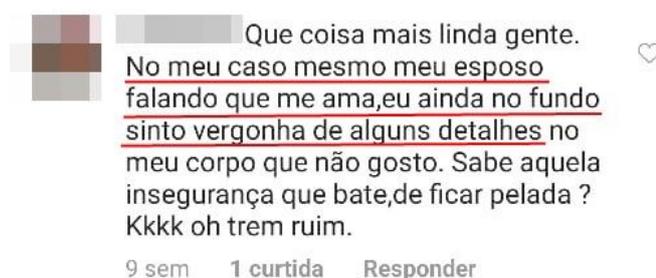


Figura 69: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

A insegurança narrada pela usuária da Figura 69, nada mais é do que a historicidade e da cultura desse corpo que, apesar de estar sendo discursivizado no século XXI, ainda traz consigo as marcas e os saberes (FOUCAULT, 1998) da vergonha do corpo fora do esperado, tornando-se o outsider (ELIAS, 2000) dos corpos que possuem os qualificativos normatizados como ideais. Esse comportamento

evidencia a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) que, através do *habitus* e do próprio exercício de poder, dominam o sujeito de tal maneira que ele sequer questiona sua submissão, o que garante sua eficiência. Isto quer dizer que apesar de estar afiliada aos valores de uma *hashtag* (ZAPPAVIGNA, 2013) que incentiva a circulação dos diferentes tipos de corpos que até então estavam silenciados, a usuária da Figura 69 dá manutenção ao jogo de poderes e saberes (FOUCAULT, 1989) em que o indivíduo é colocado diante de uma busca interminável pelo tipo ideal (LE BRETON, 2014), fazendo retoques e ajustando detalhes aos valores impostos tentando melhorar seu papel social. Nesse exemplo, mesmo possuindo legitimação do marido, o que para muitas pessoas já seria o suficiente, segundo os comentários vistos, a mulher não consegue se libertar da insegurança por inteiro e permanece subordinada, mesmo tendo provas do marido de que a questão corpora não é o mais importante.

Por isso, assim como Arandas (2018), consideramos fundamental o debate em torno da visão social do corpo e a movimentação para reverter a lógica consolidada e mantida através dos estigmas e estereótipos. Nesse sentido, ao fortalecer a *hashtag* #BODYPOSITIVE, a autora do post abriu espaço para que a conscientização de corpos historicamente vigiados e domesticados pudesse acontecer. Esse papel de “ponte”, por assim dizer, onde um usuário qualquer tem o potencial de executar através de uma *hashtag* específica, têm sido característico da conversação realizada por mídias sociais que funcionam com esse tipo de marcador, como o *Instagram*, no nosso caso, mas também o *Twitter*, por exemplo.

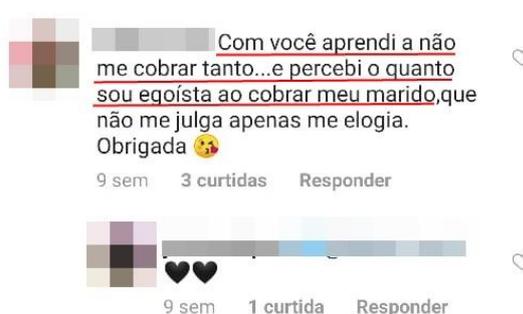


Figura 70: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Trouxemos a Figura 70 para ilustrar a força dessa sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) e a capacidade de um único post reverberar de forma positiva e ajudar, efetivamente as pessoas que têm acesso a ele. Nesse exemplo, a Análise 2 serviu para que uma pessoa questionasse seu corpo em um nível macro, associando-se aos valores do movimento em especial e apropriando-se dos valores por ele defendidos, mas também influenciou no seu microcontexto (RECUERO, 2012). Isso porque a partir do post da Análise 2, a usuária da Figura 70 posicionou-se ativamente e refletiu sobre a sua vida pessoal, seu relacionamento que pode estar sendo afetado por uma visão ainda contaminada – se é que um dia poderá vir a ser pura – dos padrões impostos pela sociedade em relação ao seu corpo. Assim, a *hashtag* serviu como importante vetor de agregação social (LEMOS, 2010), conectando outros saberes que visam justamente a desconstrução de um corpo ideal. A usuária conseguiu se dar conta, devido ao conteúdo presente na publicação e suas interações, que estava agindo de forma egoísta ao cobrar o companheiro que sempre aceitou e elogiou seu corpo. São pessoas comuns que passam a ter um valor e uma influência social significativa e contribuem para o processo, lento, urgente e necessário da transformação do olhar sobre o corpo contemporâneo e a forma de relacionar-se com ele.

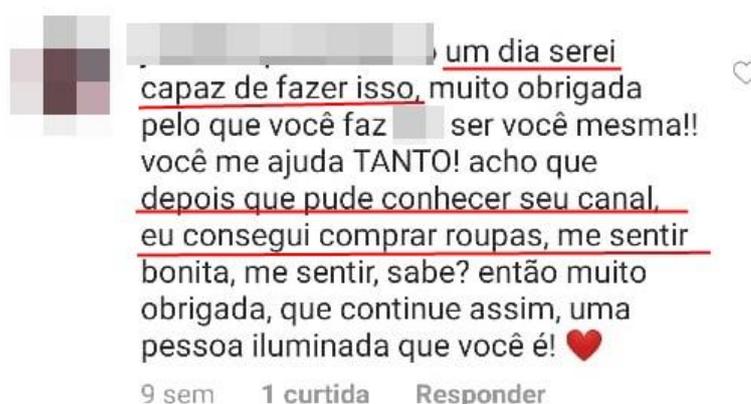


Figura 71: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Na Figura 71 há outro comentário que demonstra o papel social (GOFFMAN, 2012) desempenhado de forma eficaz através das publicações da autora do segundo

post analisado. Novamente, uma usuária sentiu confiança e conforto no ambiente social e contou sua experiência pessoal. No comentário, ela conta que foi depois de ter conhecido os canais da autora do post da Análise 2, que conseguiu comprar roupas e se sentir bonita. Até mesmo o merchandising⁵⁰ contribui para que saberes sobre diferentes corpos sejam produzidos, mostrando a aceitação, inclusão e valorização dos corpos que considerados fora do padrão e que muito tiveram – e ainda têm – dificuldades para encontrar roupas feitas para o seu tipo corporal. Tal comportamento, conseqüentemente, acaba valorizando esses corpos também, que se sentem menos à margem e mais confortáveis com sua própria existência, já que o coletivo, de alguma forma, reconhece e demonstra respeito a esses corpos.

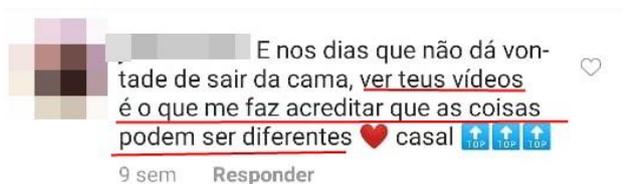


Figura 72: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

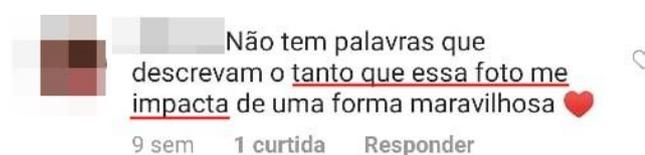


Figura 73: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O impacto, como mostramos na Figura 72 e 73, é explícito. Talvez por isso tenhamos considerado o tipo de interação estabelecida entre a autora do post e seus seguidores, um tanto fria e sem qualquer acolhimento às palavras que se mostraram tão agradecidas. Na Figura 74, ressaltamos o uso da palavra “apoio”, que foi empregada em 9 comentários. O conteúdo explícito do comentário é positivo, porém

⁵⁰ Merchandising é um conjunto de ações promocionais feitas para colocar o produto certo na hora certa e no lugar certo para atrair consumidores potencialmente interessados nele. É uma ferramenta de Marketing, formada pelo conjunto de técnicas responsáveis pela informação e apresentação destacada dos produtos no ponto de venda, de maneira tal que acelere sua rotatividade. Mais informações em: <https://neilpatel.com/br/blog/merchandising/> (Acesso em 31/10/2020)

ao falar em “apoio”, a usuária faz referência, mesmo que inconscientemente, a uma sustentação, algo que, segundo o dicionário⁵¹, dá suporte para que algo fique firme, sustentáculo. Desta forma, sob o olhar de Ducrot (1987), o não-dito que aqui pode ser entendido, é o de que um corpo BoPo necessita de amparo e auxílio para, de fato, ser legitimado a partir de alguma base. Nesse caso, a base seria a aceitação do namorado em relação ao seu corpo fora do padrão normatizado.

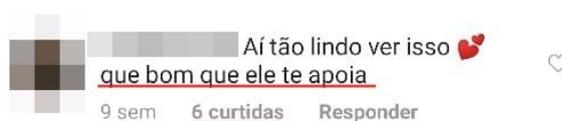


Figura 74: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Também chamamos atenção aos comentários que consideraram o casal como um exemplo, uma inspiração e um desejo de um relacionamento semelhante. Dos 822 comentários, 9 diziam que “**todo mundo merece** um amor assim”. Entretanto, mais uma variação desse sentimento foi encontrada a saber, “**eu mereço** um amor assim”, com 5. Exemplificamos esses discursos na Figura 75 e 76.



Figura 75: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

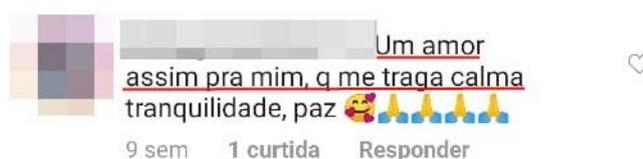


Figura 76: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

⁵¹ <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/apoio> (Acesso em 31/10/2020)

Na Figura 76, podemos identificar a individualidade do sujeito contemporâneo (BAUMAN, 2007) em suas relações. Nesse comentário, vemos como os benefícios e valores são adaptados para sua própria realidade, sem priorizar ou ao menos considerar o outro em sua relação, já que ela é efêmera e o que realmente permanece é o sujeito com ele mesmo. Além disso, trouxemos para a análise o exemplo da Figura 77 e 78 como forma de visualizar a sociedade do espetáculo trabalhada por Debord (1997), complementada pela concepção dramaturgical de Goffman (2012) sobre a representação de papéis sociais e enriquecida pela visão de Sibilía (2016), que argumenta sobre um comportamento chamado por ela de “fome de realidade”, que age de forma a incitar a curiosidade, o consumo e a vigilância das vidas alheias.

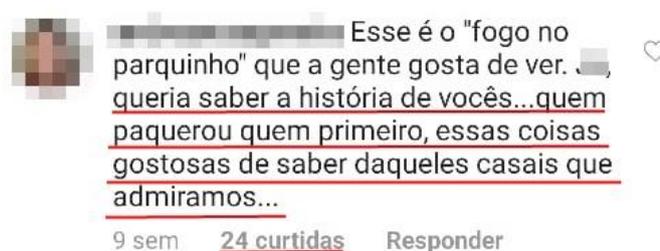


Figura 77: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*



Figura 78: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Observamos na Figura 77 e Figura 78, a cobiça pela intimidade do casal. Na Figura 77, o pedido é para que a história de amor entre os dois seja narrada com mais detalhes para que os seguidores possam acompanhar com mais proximidade a realidade que ali é publicada. Esse discurso é curtido por 24 pessoas, dando força ao enunciado, apesar de não haver envolvimento direto dos indivíduos que curtiram. Já no comentário da Figura 78, novamente identificamos a pretensão do sujeito de incluir-

se no discurso. O oposto também pode ser identificado nas conversações, conforme a Figura 79



Figura 79: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

O comentário apresentado na Figura 79, mostra uma situação em que a mensagem de que a autora do post é uma inspiração é validada, porém, para outras pessoas e não para o sujeito que interage. Nesse caso, “essa foto está servindo de inspiração para muitos”, e não para quem está comentando, de fato. O mesmo é visto na Figura 63, que já abordamos anteriormente.

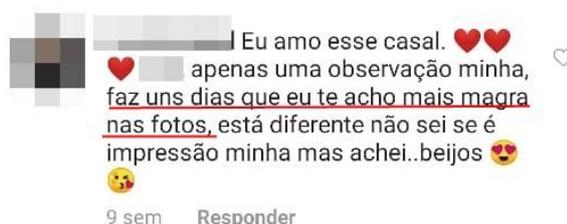


Figura 80: Amostra de comentário retirado da postagem analisada

Fonte: *Instagram*

Finalmente, a Figura 80 diz respeito à vigilância dos corpos. Na verdade, esse comentário mostra que a afirmação que Jacob (2014) faz sobre o controle sobre os corpos fitness, também se aplica para os corpos pertencentes ao BoPo, isto é, corpos que estão sempre estiveram à margem e silenciados, mas que agora encontram na CMC um meio de reproduzir, legitimar e enaltecer seu corpo de uma forma respeitosa e positiva. Esses corpos também são alvos e sofrem com o exercício do poder praticado pelos próprios usuários, que dominam os saberes (FOUCAULT, 1998) contido em determinada associação – BoPo, no caso da presente tese – e valores que são minuciosamente supervisionados pelos participantes de cada agrupamento.

Neste exemplo que trouxemos na Figura 80, observa-se a importância dada à correspondência da expectativa de corpo versus movimento afiliado (ZAPPAVIGNA, 2013). Assim, em uma publicação BoPo, não é esperado encontrar um corpo adequado ao padrão normatizado e sim o contrário. Então, há um acompanhamento entre os usuários de suas próprias representações e papéis desempenhados e que, caso não cumpram ou façam algum tipo de contradição entre os saberes e poderes investidos nesses corpos (FOUCAULT, 1998), podem ser criticados, desacreditados ou apenas ter seu “deslize” apontado, como o exemplo mostrou. Entretanto, como vimos na Análise 1, são detalhes que tem o potencial de interferir diretamente na credibilidade do usuário na sua rede.

9. ANÁLISE 1 E ANÁLISE 2: ENTENDENDO OS RESULTADOS

A partir do que foi exposto, criamos uma tabela a fim de facilitar a visualização de alguns padrões e/ou divergências encontradas nas duas publicações analisadas. Essa sistematização se mostra relevante, na medida em que prepara o leitor para a próxima sessão desta tese, que pretende propor uma percepção sobre a discursivização do corpo, a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e os não-ditos (DUCROT, 1987) que compõem duas publicações específicas que utilizaram a *#bodypositive* e foram recortadas por apresentarem maior número de interações no mês de julho e agosto de 2020, quando foi feita a coleta dos dados para a presente tese.

Tabela 7: Sistematização dos dados da CMDA das duas análises

	Análise 1	Análise 2
Estrutura	<ul style="list-style-type: none"> • Diferença versão mobile e versão desktop; • Organização do texto através do espaçamento com pontos entre parágrafos da legenda e separação de <i>hashtags</i>; • Preocupação estética com a disposição dos elementos da publicação; • Uso de <i>hashtags</i> como marcador de contexto e microcontexto; • Imposição no discurso; 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferença versão mobile e versão desktop; • Organização do texto através do espaçamento com pontos entre legenda e <i>hashtags</i>; • Preocupação estética com a disposição dos elementos da publicação; • Uso de <i>hashtags</i> como marcador de contexto e microcontexto; • Imposição no discurso; • Reforço de ideias através da repetição de <i>hashtags</i>;

<p>Sentido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fragmentação do corpo (seios); • Discursivização sobre seios caídos, inseguranças, expectativas, medos e anseios; • Exposição de vulnerabilidades pessoais; • Filiação ao ambiente discursivo e valores BoPo; • Enriquecimento da pauta BoPo através da CMC; • Viabilização do post como um canal de trocas de experiências e circulação de diferentes saberes e discursivizações sobre corpos à margem que estão conectados através da <i>hashtag</i> e a partir dela travam suas próprias batalhas de saberes e poderes; 	<ul style="list-style-type: none"> • Fragmentação do corpo (curvas); • Discursivização do corpo curvilíneo como digno de ser amado em cada detalhe por si e pelos outros; • Supervalorização da própria representação; • Filiação ao ambiente discursivo e valores BoPo; • Apropriação individualizada, sem pretensão de contribuir na pauta BoPo; • Uso do post apenas para validação pessoal e legitimações acerca de sua própria discursivização, sem espaço para trocas ou estabelecimento de laços;
	<ul style="list-style-type: none"> • Foco no papel social da <i>hashtag</i>; • Legitimação da autora do post como importante agente na distribuição de saberes e na visibilidade das pautas BoPo; 	<ul style="list-style-type: none"> • Foco no papel individual da <i>hashtag</i>; • <i>Hashtags</i> como atos de fala, não-ditos e performáticos;

<p>Interação</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reforço de discursos através do tipo de legitimação (ex: comentário, curtida do comentário; curtida do post) • Proximidade do agrupamento e interações personalizadas e pessoalizadas de acordo com o que é dito; • Não responde a todos os comentários, mas quando responde, gera intimidade e confiança entre os usuários; • Desfechos que não estavam previstos (ex: seios e amamentação), mas que são igualmente respeitados e amplificados pela autora do post e pelos participantes da conversação; 	<ul style="list-style-type: none"> • Legitimação da autora do post como importante agente na distribuição de saberes e na visibilidade das pautas BoPo; • Reforço de discursos através do tipo de legitimação (ex: comentário, curtida do comentário; curtida do post) • Distanciamento do agrupamento e interações padronizadas; • Responde a todos os comentários, mas com o mesmo tipo de conteúdo, geralmente composto de uma sequência de <i>emojis</i>; • Sem possibilidade de desfecho através de interação com a autora do post, mas viabilizado entre os próprios participantes da conversação;
-------------------------	--	---

<p>Comportamento Social</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aceitação, amor próprio, inseguranças, vergonhas, preocupações e os sentimentos em torno dos seios fora do padrão normatizado; • Reforço da violência simbólica através da legitimação e naturalização da dominação de uns corpos sobre os outros; • Minimização do próprio corpo e exposição de fragilidades e situações vividas cotidianamente; • Preocupação em esclarecer e oferecer insumos para a desnaturalização de corpos à margem; • Defesa de uma tentativa de dominação com outra agressão; • Articulação de usuários para proteger a autora do post e sua representação <i>online</i> do self; • Estabelecimento de uns sobre os outros através do discurso – estabelecidos e <i>outsiders</i>; • Confronto de poderes e saberes na tentativa de normalizar corpos estigmatizados histórica e culturalmente; • Valorização da autora do post como importante fonte de inspiração, 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforço da violência simbólica através da legitimação e naturalização da dominação de uns corpos sobre os outros; • Enaltecimento do próprio corpo e do amor que ela e o namorado têm de cada detalhe; • Não faz esforço para manter os laços os dar manutenção à sociabilidade <i>online</i>; • Sem agressões ao corpo da autora do post, apenas elogios; • Estabelecimento de uns sobre os outros através do discurso – estabelecidos e <i>outsiders</i>, especialmente o jogo de forças imposto pela autora do post; • Desejos de possuir um relacionamento igual ao do autora do post, uma meta de relacionamento; • Meritocracia de amores (ex: todo mundo merece/ eu mereço); • Valorização da autora do post como importante
------------------------------------	--	--

	<p>motivação e representatividade BoPo;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usuários que mostram facilidade em aceitar o corpo fora do padrão normatizado em seu papel social, mas dificuldade em olhar para o próprio corpo de forma positiva e amorosa; • Colaboração, conflito e ameaça de faces inseridas no microcontexto da conversação; • Vigilância de corpos; • Interesse pela intimidade; 	<p>fonte de inspiração, motivação e representatividade BoPo;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usuários que mostram facilidade em aceitar o corpo fora do padrão normatizado em seu papel social, mas dificuldade em olhar para o próprio corpo de forma positiva e amorosa; • Colaboração, conflito e ameaça de faces inseridas no microcontexto da conversação; • Vigilância de corpos; • Interesse pela intimidade; • Usuários se incluindo no discurso;
<p>Comunicação Multimodal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Composição com imagem, texto na imagem, uso de <i>hashtags</i>, marcação entre usuários e seus perfis no espaço de comentários; • Possibilidade de acessar cada <i>hashtag</i> separadamente e ser direcionado para outro espaço no qual estarão dispostas outras discursivizações que fizeram o emprego da mesma <i>hashtag</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Composição com imagem, legenda, uso de <i>hashtags</i>, marcação entre usuários e seus perfis no espaço de comentários e marcação do perfil do namorado que aparece na foto e da loja da marca da calcinha que está usando;

		<ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de acessar cada <i>hashtag</i> separadamente e ser direcionado para outro espaço no qual estarão dispostas outras discursivizações que fizeram o emprego da mesma <i>hashtag</i>.
--	--	---

A PARTIR DAQUI NÃO M

9.1 A Hashtag #BODYPOSITIVE e a Discursivização do Corpo no Instagram

hashtag#BODYPOSITIVEs#BODYPOSITIVE pode depender da publicação *Instagram* sobre a pré-forma como foi feita a construção e também cabem ao nível estrutural. A publicação das *hashtags* funcionando houvesse na mensagem também contribui para a possibilidade de *hashtags* para ajustar sua representação e não poluir o espaço da postagem. *hashtags* parecem carregar e recorrer a *Instagram*, o que não significa, necessariamente, que transmitam saberes semelhantes e/ou concordantes. usuário compõe um *#BODYPOSITIVE*, por exemplo, a *hashtags* saberes (FOUCAULT, 1998) da positividade corporal. a discursivização é mais profunda e ligada aos interesses dos corpos. Bo Poela que parentas salientamos a potencialidade de atuação dessa *hashtag* como *hashtags* chances de reverberar e se mostrando um intermediário que conecta ideias e agrupamentos específicos. *hashtags*, uma vez que a mesma informação é repetida em dois idiomas (inglês e português). *hashtags* à legitimação do *hashtag* para ordenar os efeitos de sentido (DUCROT, 1987; AUSTIN, 2001) escolhidos. Um exemplo disso é a inserção de *hashtags* “localização”. o e, por sua vez, correspondendo ao campo do subentendido (DUCROT, 1987). As no nível do sentido que *#BODYPOSITIVE* demonstra ter com o emprego de também pelas *hashtags* o poder exercido sobre eles, sendo arquétipo e modelo de corpo *#BODYPOSITIVE*. Parece haver uma coerção de investimento econômico, aponta chegar a *hashtags* a exposição. O discurso BoPo valida o que está à margem, mas que mesmo assim é positivo e deve ser validado como tal. *#BODYPOSITIVEonline#BODYPOSITIVE* ao contrário, ou melhor, o sentimento que ela imagina que o namorado tem sobre seu corpo.

dessas diferenças. aparentar *curvy* *hashtags* *#BODYPOSITIVE* *curvy* *#BODYPOSITIVE* Es ideais ias sssos sções á estipular um laço com as envolvido para validar essas novas discursivizações surgidas. Atraspõe um empenho para e alternativos, de seu espaço de representação. *emojis* tendem a já *online* e dos atos perlocutórios modelo estipulado como ideal e suas “imperfeições”, apresentando os conflitos dos

Lembramos e do lugar de onde está falando, vigente e não necessariamente para minimizar aqueles seios. So *hashtags* revela (SCHINESTSCK, 2018) *emojis* ou desfechos poderia ser com os. de a teste sobre ele. que a e qualificação O que sugerimos potencializações os que produzem efeitos de sentido. É simbólicos e determinado corpo estratégias investidas quer *online* *#BODYPOSITIVE* marginalizado. Sdo pode ser para a sua representação hipermoderno (LIPOVETSKY, 2011) na normatizado ou e se curvando a *outsiders* parece dar e mereciam um desses aparentemente Nos dois posts, visão capazes de revelar seu conta das coerções exercidas sobre ele. de a fãme o *habitus* (BOURDIEU, 1989) diram raama ânsia e a no, ou, ainda, as que não correspondem ao modelo idealizado, figurados sujeitos suas representações de si pode ser, o que aparece, *link* *hashtags* que, idade *hashtag*, assim como as estratégias e efeitos de sentido em torno dele. Os efeitos de sentido aqui envolvidos parecem ir além de uma tradução literal. Na verdade, o positivo é associado ao que está fora do padrão normatizado, mas que ainda é positivo. Na presente tese, observamos que ao *#BODYPOSITIVE* *bodynegative* *bodyoutsiders* *affiliation* *hashtag* *bodypositive* *bodynegative*, logo, correspondendo aos corpos ajustados à norma. dele estão atrelados Ambos *outsiders* a

O ato de classificar o corpo a partir do emprego de *hashtags* parece indicar a presença de uma violência simbólica (BOURDIEU, 1989) inerente desses marcadores, pois acabam por resumir toda complexidade da discursivização do corpo em poucos caracteres precedidos de uma *hashtag*. Se o corpo é uma superfície de inscrição dinâmica e em constante transformação (FOUCAULT, 1998), pois depende do *habitus* (BOURDIEU, 1989) dominante e dos valores de uma certa sociedade em determinada época (LE BRETON, 2004), como é possível reduzi-lo e limitá-lo a *#curvy*, por exemplo? Pois bem sabemos que além de curvilíneo, esse corpo que é discursivizado

possui muito mais significações e, mais importante ainda, está aberto e em constante (trans)formação, tendo a possibilidade de ser construído e ajustado a cada publicação, a cada interação, a cada filiação (ZAPPAVIGNA, 2013). Por isso, essa baliza que é realizada pelo uso da *hashtag* facilita a conversação e segmenta os infinitos movimentos e pontos de vista, atuando, ao mesmo tempo, de forma a generalizar os corpos superficialmente, negando-lhes toda sua pluralidade. Ao atribuir ao corpo um rótulo com o uso de uma *hashtag*, surge uma fronteira que o separa de outros corpos e essa fronteira, por sua vez, é caracterizada por uma violência simbólica (BOURDIEU, 1989) que situa os sujeitos em uma relação desigual, onde uns corpos são subordinados e outros subordinadores.

estar embasada em uma lógica de aceitação e positividade, parecem ser Assim, não há necessariamente uma desconstrução, mas uma nova imposição de papéis e expectativa sobre esses corpos.

A discursivização do corpo através do uso da *#BODYPOSITIVE* esconde na positividade a essência da violência simbólica (BOURDIEU, 1989), pois pressupõe a existência de outros corpos que carregam os sentidos que os primeiros não podem comportar. A atribuição de significações diferentes a essa dualidade BoPo e *body negative* não é clara e essa forma não-dita de que discursiviza os corpos de maneira positiva ou negativa é o que garante a perpetuação e disseminação dessas ideias nas trocas sociais de forma naturalizada e atuante independentemente da vontade ou consciência do sujeito (BOURDIEU, 1989). A desnaturalização (LOURO, 2003) e normalização desses corpos acontece ao mesmo tempo em que instaura uma nova diferença entre eles, desta vez regulada pelo sentimento que se deve ter em relação ao próprio corpo.

Então, o uso da *#BODYPOSITIVE* na discursivização dos corpos analisados, na verdade, não situa os corpos fora do padrão normatizado em um patamar de igualdade em relação aos outros corpos, mas acaba exercendo uma supervalorização dessa forma positiva, legitimando um papel de superioridade em relação aos demais. O BoPo, nesse caso, acaba não sendo tão “*positive*” assim, na medida em que atua para construir novas fronteiras e não para dissolvê-las entre os diversos saberes e poderes (FOUCAULT, 1998) sobre os corpos, resultando na clássica troca de papéis onde o sujeito oprimido se torna opressor. O controle dos corpos, então, não acaba com a tomada de consciência (FOUCAULT, 1998; RODRIGUES, 2008), pois eles não

são libertos, apenas reconhecidos e legitimados sob uma nova ordem de dominação travestida de positividade.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se um corpo não é apenas um corpo, como vimos ao longo desta tese, os discursos sobre ele tampouco se resumem ao que está dado. Neste estudo, analisamos como se dá a discursivização do corpo através do emprego da *hashtag* #BODYPOSITIVE no *Instagram*. Construimos nosso embasamento teórico em quatro capítulos e trouxemos à discussão autores com contribuições consideradas importantes e pertinentes para o entendimento da temática. Tratamos do corpo no primeiro capítulo, quando fizemos uma retomada dos diferentes discursos sobre os corpos ao longo da história. Trouxemos percepções de autores que enxergam o corpo como um produto histórico e cultural e vimos como as marcas do tempo se evidenciam também nas relações sociais, nos saberes construídos e reproduzidos de forma naturalizada. Os pensamentos de Foucault (1998) nos mostraram como o corpo funciona como uma superfície de inscrição e que, nele, ocorre um jogo de poderes e saberes que são instituídos através de discursos. Esses discursos, pela primeira vez na história, podem ser vistos e analisados em grande escala (RECUERO, 2015), pois se dão pelo suporte da CMC (BOYD, 2007; HERRING, 2001), que discutimos no segundo capítulo.

Depois de teorizar o corpo e suas nuances, trabalhamos conceitos sobre o ciberespaço, apresentando características e especificidades sobre esse ambiente, assim como a mídia social escolhida para a tese, o *Instagram*. Mostramos também a influência dos contextos (mico e macro) (RECUERO, 2012), assim como o espetáculo (GOFFMAN, 2012) capaz de ser montado pelos próprios sujeitos através dos recursos disponibilizados por cada ferramenta. São relacionamentos estabelecidos em rede e em meio à determinação mútua de papéis sociais que, por sua vez, interferem diretamente na face (BROWN E LEVINSON, 1969) e na representação *online* do self (BOYD E ELLISON, 2007). Desta forma, a sociabilidade *online* (RIBEIRO, 2001) vai sendo formada e o desejo de pertença é capaz de mobilizar usuários em torno de objetivos comuns (MAFFESOLI, 2006). No caso da presente tese, observamos as discursivizações que estavam filiadas (ZAPPAVIGNA, 2013) à #BODYPOSITIVE.

Terminamos o segundo capítulo com uma abordagem acerca das potencialidades das *hashtags* e seus usos, buscando explicar ao leitor como compreendemos o ambiente virtual como um todo e como as mídias sociais podem revelar um novo e importante espaço discursivo para os corpos.

No terceiro capítulo, trouxemos noções sobre a violência. Vimos como a violência tem formas explícitas de se manifestar, mas que também atua por vias mais sutil e implícitas. Norbert Elias (2000) respaldou a ideia de que os indivíduos criam fronteiras e atribuem valores – positivos e negativos – para cada lado, criando uma relação entre estabelecidos e *outsiders*. Seguimos o capítulo com os conceitos sobre a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e o encerramos distinguindo alguns tipos de violência em rede e indicando como é possível apreender a violência simbólica por meio da CMC. Aqui, a ideia foi atentar para a violência como parte de uma estrutura essencialmente simbólica e que reproduz formas de poder e dominação sobre os corpos e que agem de forma sutil, quase imperceptíveis, pois são resultado de uma naturalização que não depende do controle ou da intenção dos indivíduos e que encontra na CMC, uma maneira fácil e promissora de se disseminar.

O exercício do poder simbólico (BOURDIEU, 1989), como defendemos, ocorre por vias escorregadias e nem sempre de fácil de identificar. Isso, por sua vez, nos levou ao último capítulo teórico dessa tese, que dá conta dos não-ditos (DUCROT, 1987) e dos efeitos de sentido passíveis de serem construídos através dos discursos. Ducrot (1987) e sua Semântica Pragmática foi a principal referência dessa seção. Aqui, buscamos identificar dois tipos de implícitos que atuam no interior do indivíduo, o componente linguístico e o componente retórico. Distinguimos os dois níveis e sugerimos um terceiro, que chamamos de indireta, e que é situado no componente retórico, que dá conta dos subentendidos.

No capítulo seguinte, apresentamos os procedimentos metodológicos, assim como a plataforma utilizada para coleta dos dados e o método de Herring (2001;2004;2012) que visa analisar discursos mediados por computador (CMDA) e que foi escolhido para esse trabalho. Discutimos o objeto, *#BODYPOSITIVE*, e apresentamos as duas publicações analisadas. Diante disso, iniciamos nossas percepções sobre como se dá a discursivização do corpo de cada sujeito e como é possível se agrupar e se articular em torno de valores sobre um certo tipo corporal,

isto é, o que não condiz com a norma, mas que mesmo assim deve ser visto e reconhecido como positivo.

Os dados sugerem que, no caso específico das duas análises, que a forma positiva de perceber o próprio corpo é onde está ancorada a violência simbólica. Isso porque, primeiramente, se impõe um sentimento que se deve ter em relação ao corpo fora do padrão normatizado, configurando um jogo de poderes sobre esses corpos. Entretanto, vimos que não é fácil introduzir o hábito da positividade corporal, uma vez que são indivíduos historicamente situados à margem por não estarem de acordo com o ideal normatizado. Esse tipo de discurso foi encontrado nos dois posts. Também vimos em ambas análises, uma dificuldade maior dos usuários em aceitar o próprio corpo do que reconhecer o do outro. Identificamos os papéis BoPo (GURGEL, 2018) e sugerimos mais um: o papel legitimador.

O papel legitimador, ao contrário do papel individual e social, é diretamente ligado ao outro e à visão dele. Isso quer dizer que independentemente do entendimento que se tem do próprio corpo, é preciso do outro para validar ou não essa representação. Observar o papel legitimador em novas análises se faz relevante, pois demonstra o quão presente é a interpretação alheia na constituição de cada sujeito com seu corpo. Como discutimos, o que eu sou é o resultado do conjunto de percepções que tenho de mim e que compartilho com os outros e que, igualmente, são o que me definem.

Nas duas análises, verificamos a *hashtag* como um vetor de agregação social (LEMOS, 2010) e que comporta seus próprios sentidos e que, apesar de estar assentada em princípios de aceitação e positividade, carrega, em si mesma, seu subentendido. Isto quer dizer que a existência de um *body positive*, pressupõe um *body negative* e é aqui que os poderes se chocam. A partir dessa *hashtag*, portanto, é possível observar o estabelecimento do corpo positivo sobre o corpo negativo. O primeiro, diz respeito aos corpos fora do padrão normatizado, enquanto o segundo faz daqueles corpos que se aproximam do tipo ideal, os seus *outsiders* (ELIAS, 2000). Esse jogo de dominação é implícito e este é um dos fatores que garante sua perpetuação, já que, conforme Zandwais (1990), somente o que é dito pode ser contradito.

Outro tipo de violência simbólica (BOURDIEU, 1989) é constatado ao considerar a *hashtag* como um marcador que acaba por reduzir o sujeito ao que está atribuído nela. São poucos caracteres capazes de atuar sobre o discurso, podendo reforçar ou desconstruir o que está dito. Aqui, revela uma performatividade (AUSTIN, 2001) própria da *hashtag* que é permanente e não depende do sujeito para exercer seus próprios efeitos de sentido. O que queremos dizer é que, mesmo que afirme uma coisa na legenda, por exemplo, o emprego de determinada *hashtag* tem a capacidade de fazer sentido sozinho e, isoladamente, atrelar novos valores e efeitos de sentidos que podem reforçar ou negar tudo o que a legenda diz. O corpo não é só um corpo, a *hashtag* não é só uma *hashtag* e o que está dito não se resume ao que se faz visível.

As constatações dessa tese não devem ser generalizadas, pois são referentes a uma análise limitada e, portanto, com resultados específicos e restritos. No entanto, acreditamos ser possível inspirar novas pesquisas que ajudem a aprofundar e cercar melhor a temática BoPo, os não-ditos e a violência simbólica que circulam em mídias sociais como o *Instagram* e compõem a percepção que os usuários têm do seu corpo e do corpo do outro. É pertinente considerar as *hashtags* como marcadores que carregam pressupostos (DUCROT, 1989) que são aceitos ao serem empregados e que revelam comportamentos importantes da sociedade contemporânea nessas plataformas. Conforme Sousa e Paixão (2015), nessas mídias podemos ver articulações feitas pelos usuários que sugerem novas formas de conduta e relacionamentos determinados pelo *habitus* (BOURDIEU, 1989) da época e as características de cada sociedade e/ou agrupamento.

Ao iniciar essa pesquisa, acreditávamos que iríamos verificar essa *hashtag* como um ponto de união de várias discursivizações sobre corpos que não se enquadram no ideal normatizado e que, por meio de seu uso, facilitariam a circulação de saberes e daria espaço para que corpos desviantes da norma também se encontrassem e formassem suas próprias redes de apoio. Isso, de fato, aconteceu. Reconhecemos o papel que a *hashtag* #BODYPOSITIVE tem de interligar as histórias desses múltiplos corpos na rede. Entretanto, o que acabamos por detectar, nesses dois posts, foi que a tomada de consciência dos indivíduos no que diz respeito ao controle e a violência exercidos sobre seus corpos (FOUCAULT, 1998; RODRIGUES, 2008), na verdade, não auxiliou na desnaturalização (LOURO, 2003) e normalização deles. Ao contrário, ao invés de situar no mesmo nível todos os corpos, de forma igualitária, já que houve um entendimento da historicidade do corpo, da vigilância e

dominação sofridas por eles ao longo das épocas, o que se constatou foi a presença de novos *outsiders* (ELIAS, 2000).

A *#BODYPOSITIVE* carrega seu subentendido *body negative*. Isso quer dizer que ao utilizá-la na composição de uma publicação, o usuário está validando essa ideia que, por ser sutil e não-dita, muitas vezes não é percebida ou levada em consideração. Pode ser que a intenção das duas postagens analisadas fosse inteiramente positiva, de enaltecer a aceitação dos corpos à margem, como defende o movimento BoPo, questionar e mostrar como são passíveis de serem amados. O que ocorre, no entanto, é a manutenção de uma relação desigual entre os corpos, pois, como já afirmamos anteriormente, se todos os corpos fossem respeitados e compreendidos de forma semelhante, não haveria motivos para se regular, inclusive, o sentimento que se deve ter em relação a eles. Os corpos BoPo, segundo os dados que analisamos, supervalorizam essa positividade e instauram uma nova diferença. Desta vez, os corpos que eram excluídos passam a ser incluídos e reconhecidos de forma positiva, enquanto os outros, que correspondem ao tipo ideal, se tornam os excluídos, ou seja, os *outsiders* (ELIAS, 2000). Será preciso outros estudos para compreender melhor essa questão, mas os dados mostraram que pode haver um novo tipo de relação de poder e dominação entre os indivíduos através do uso dessa *hashtag*. A representação dos corpos na CMC, portanto, se dá na sobreposição de uns corpos sobre os outros, todos frutos da mesma estrutura simbólica que rege os indivíduos hipermodernos (LIPOVETSKY, 2011).

Os dados indicaram, também, que ao definir um corpo com determinada *hashtag*, o usuário viola suas próprias qualidades e atributos, resumindo os recursos simbólicos (TAUSSIG, 1993) ao que foi delimitado no marcador. Percebemos a fragmentação (LE BRETON, 2014) do corpo com esses usos também e acreditamos que ao mesmo tempo que a *hashtag* ajuda a conectar diferentes discursos sobre corpos que até então não tinham muito espaço para se representarem, também reduz o indivíduo ao marcador. Assim, ao categorizar o corpo com determinada *hashtag*, é atribuído a ele todos os valores ditos e não-ditos, caracterizando a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) e dando manutenção para uma relação desigual entre os indivíduos.

Diante de um universo de possibilidades e imersos em um ambiente dinâmico e incerto, os usuários do *Instagram* mostraram como utilizam os elementos disponibilizados pela plataforma para construir discursos sobre seus corpos,

reconhecer e legitimizar – ou não – o papel do corpo alheio. Essa discursivização se faz presente desde a estrutura, quando a função de marcação geográfica é apropriada para reforçar o discurso da legenda, até o comportamento social que vai sendo moldado e negociado a cada conversação (RECUERO, 2012) e a combinação de vários módulos de comunicação (HERRING, 2001; 2004; 2012) que são mobilizados a fim de expressar ou enaltecer uma ideia. Com isso, podemos identificar as filiações (ZAPPAVIGNA, 2013) e a forma como as trocas são articuladas de tal forma que incidem diretamente na sociabilidade. A discursivização do corpo acontece em todos os níveis da CMDA, o que indica a capacidade que os usuários têm de construir sentidos no contexto que estão inseridos e com os instrumentos oferecidos. O produto dessa elaboração, isto é, cada escolha feita para discursivizar o corpo, é o que nos dá pistas para entender como o corpo pode ser representado nessas mídias sociais que participam, cada vez mais, do dia a dia do sujeito do século XXI.

Finalmente, os dados que analisamos na presente tese sugerem que a discursivização do corpo pela *#BODYPOSITIVE* porta em sua essência uma carga de violência simbólica, já que situa o corpo em uma lógica dual de positivo e negativo, viabilizando, portanto, que se criem relações desiguais entre os usuários. A positividade ajudou a camuflar esse jogo de poder, pois ao contrário do que esperávamos encontrar, os corpos das postagens analisadas falavam de corpos livres, mas edificavam outras formas de poder. Formas essas que supervalorizam o corpo à margem e estigmatizam os outros, os tratando como negativos, porém sob a ótica da aceitação e da diversidade de corpos. Um corpo não é só um corpo, assim como sua discursivização também não se resume ao que está dito e a violência é parte de uma estrutura fundamentalmente simbólica que atua independentemente da consciência do indivíduo. A CMC, por sua vez, é dinâmica e precisa ser negociada em vários contextos e de acordo com a singularidade de cada usuário envolvido, aumentando a complexidade de um ambiente que é enigmático e peculiar por natureza. Até a *hashtag*, que aparenta ter uma função tão objetiva na organização e indexação de ideias, carrega diversos significados que ultrapassam e operam em níveis implícitos. Acreditamos que observar o que está nas entrelinhas, portanto, faz parte do processo de entender o indivíduo em rede suas percepções sobre seu corpo e o dos outros. É preciso olhar para os discursos sobre o corpo de maneira que vá além do sentido literal, juntando rastros e pistas referentes, também, à produção e

disseminação de efeitos de sentido empregadas para representar esses corpos conectados através da *hashtag*.

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANDAS, Luciana. **Por dentro da *hashtag* *Body Positive*: ciberativismo e a emergência de uma nova visão do corpo nas redes sociais da internet.** In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 42º, 2018, Caxambu. Anais [...]. Caxambu: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS, 2018, p. 1-24. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/42-encontro-anual-da-anpocs/spg-5/spg24-3/11587-por-dentro-da-hashtag-body-positive-ciberativismo-e-a-emergencia-de-uma-nova-visao-do-corpo-nas-redes-sociais-da-internet?path=42-encontro-anual-da-anpocs/spg-5/spg24-3>. (Acesso em: 14/09/2020)

ARAUJO, Christiane. **As funções sociais e discursivas da# *hashtag* em seus diversos contextos de uso.** 2017. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/32216/1/2017_ChristianeTegethofMottadeAraujo.pdf (Acesso em: 15/09/2020)

ARRUDA, Isabela. **A construção do ativismo em rede e o papel das *hashtags*.** 2019. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/webby/up/971/o/isabela_lefol.pdf (Acesso em 14/09/2020)

AUSTIN, John Langshaw. **Quando dizer é fazer: palavras e ação.** 1990 p. 145-180.

BAINI, M. C.; SOBRAL, A. **Feminismo e discurso de gênero em redes sociais: empoderamento feminino?.** REVES - Revista Relações Sociais, v. 3, n. 3, p. 0052-0068, 20 jun. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/reves/article/view/9534> (Acesso em: 14/09/2020)

BARBOSA, M. R; MATOS, P.M; COSTA, M. E. **Um Olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje.** Psicologia e Sociedade; 23(1) p. 24-34, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v23n1/a04v23n1> > (Acesso em: 14/09/2020)

BARON, N. **Language of the Internet.** Chapter 5. In: Ali Farghali, ed. The Stanford Handbook for Language Engineers. Stanford: CSLI Publications, pp. 59-127, 2002.

BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1992

BAUMAN, Z. **A sociedade individualizada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007
 _____ . **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOYD, danah. **Social Network Sites: Public, Private, or What?**. Knowledge Tree, 13, mai. 2007. Disponível em <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf> (Acesso em 13/09/2020)

BOYD, danah; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, p. 210-230, out. 2007. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (Acesso em 13/09/2020)

BROWN, Penelope, and Stephen C. LEVINSON. **Politeness: Some universals in language usage**. Vol. 4. Cambridge University Press, 1987.

BUCKELS, Erin E.; TRAPNELL, Paul D.; PAULHUS, Delroy L. **Trolls just want to have fun**. *Personality and Individual Differences*, v. 67, p. 97-102, 2014. Disponível em: <https://scottbarrykaufman.com/wpcontent/uploads/2014/02/trolls-just-want-to-have-fun.pdf> (Acesso em 12/09/2020)

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Serviço de Educação e Bolsas, 2003.
 _____ . **A sociedade em rede**. 17. ed. rev. e atual São Paulo: Paz e Terra, 2016.
 _____ . **Communication Power**. Oxford e New York: Oxford University Press, 2009.

COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004. 244p.

COSTA-MOURA, Fernanda. **Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos**. Rio de Janeiro: Ágora, v. 17, n. spe, p. 141-158, 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982014000300012&lng=en&enrm=iso. (Acesso em 14/09/2020)

DAHLBERG, Linda L.; KRUG, Etienne G. **Violência: um problema global de saúde pública**. *Ciência E Saúde Coletiva*, v. 11, p. 1163-1178, 2006.

DANTAS, Monica Lucia Gomes; NETO, André de Faria Pereira. **O discurso homofóbico nas redes sociais da internet: Uma análise no Facebook “Rio sem Homofobia-Grupo Público”**. *Cadernos do Tempo Presente*, n. 19, 2015. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tempo/article/view/3896>

(Acesso em: 15/09/2020)

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Tradução de Estale dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. 237p.

DE MOURA, Tatiana Maria. **Racismo nas redes sociais perpetuação do imaginário social de inferiorização do negro na sociedade brasileira**. Emblemas, v. 12, n. 2, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/emblemas/article/download/39488/22482/> (Acesso em 12/09/2020)

DOMENACH, J. **La violencia. In: Unesco. La violencia y sus causas**. Paris: Unesco; 1981.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Cidade: Pontes Editores, 1987.

_____. **Princípios de semântica lingüística: (dizer e não dizer)**. Ed. Cultrix, 1977.

_____. **Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage**. Editions du seuil, 1972.

_____. Esboço de uma teoria polifônica da enunciação.

DUCROT, O; CAREL, M. 2001. **Argumentation interne et argumentation externe au lexique: des propriétés différentes**. In : *Langages*, 142 (Les discours intérieurs au lexique, sob a direção de A. H. Ibrahim) p. 10-21. Paris: Larousse.

ELIAS, N.; SCOTSON, J. **Os estabelecidos e os Outsiders. Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**, Rio de Janeiro, Zahar, 2000.

FARHAT, Damian Guimarães Konopczyk Maluf. **As diferentes concepções de corpo ao longo da história e nos dias atuais e a influência da mídia nos modelos de corpo de hoje**. 2008. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/118970> (Acesso em: 12/09/2020)

FONSECA, Angela Couto Machado. **Poder e corpo em Foucault: qual corpo?** NOMOS: Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC, Fortaleza, v.35, n.1, 2015, p.15-33. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/21678> (Acesso em 14/09/2020)

FONSECA, Marilda da. **Um corpo é um corpo: discursos e narrativas do movimento Body Positive**. 2018. 63 f. Trabalho de conclusão de curso. (Graduação em Psicologia) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/24018> (Acesso em: 14/09/2020)

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

- _____. **A ordem do discurso**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1998.
- _____. **A arqueologia do saber**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- _____. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1998.
- _____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1994
- _____. Aula de 22 de janeiro de 1975. FOUCAULT, Michel. **Os anormais**. São Paulo: Martins Fontes, p. 69-100, 2001.
- _____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007.

FRAGOSO, Suely. **De Interações e Interatividade**. In: Encontro Anual Da Associação Nacional Dos Programas De Pós-Graduação Em Comunicação, 10., 2001, Brasília. **Anais...** Brasília, DF: UnB, 2001. Disponível em: <<http://www.miniwebcursos.com.br/artigos/PDF/interatividade.pdf> (Acesso em 09/11/2020)

FUCHS, Catherine; REZENDE, Letícia M. **As problemáticas enunciativas: esboço de uma apresentação histórica e crítica**. ALFA: Revista de Linguística, v. 29, 1985. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/3759> (Acesso em: 12/09/2020)

GOLDENBERG, Mirian. **O corpo como valor**. In: THEML, Neyde; BUSTAMANTE, Regina Maria da Cunha; LESSA, Fábio de Souza. (Org.). **Olhares do corpo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

GONÇALVES, Matheus. **Cultura da humilhação: O ressurgimento da vergonha em tempos digitais**. 2016. 67 f. Trabalho de Conclusão (Graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora. Faculdade de Comunicação Social. Curso de Jornalismo. Juiz de Fora, 2016. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2016/06/Cultura-da-Humilha%C3%A7%C3%A3o.pdf> (Acesso em 12/09/2020)

GRENFELL, Michael. **Pierre Bourdieu: conceitos fundamentais**. Editora Vozes Limitada, 2018.

HERRING, Susan C. **Computer-mediated discourse**. In SCHIFFRIN, D. TANNEN, D. HAMILTON, H. (Org.). **The Handbook of Discourse Analysis** (p. 612-634). Oxford: Blackwell Publishers, 2001. Disponível em: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmd.pdf> (Acesso em 14/09/2020)

_____. **Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior**. In: BARAB, Sasha A.; KLING, Rob; GRAY, James H. **Designing for Virtual Communities in the Service of Learning**. Nova York: Cambridge University Press, 2004 (p. 338-376). Disponível em <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmda.pdf> (Acesso em 14/09/2020)

GOFFMAN, E. **A representação do Eu na Vida Cotidiana**: tradução de Maria Célia Santos Raposo. 19. ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

_____. ***Interaction Ritual: Essays on Face-To-Face Behavior.*** Pantheon Books, New York, 1967. (2012)

GURGEL, Alexandra. **Pare de se odiar. Porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário.** 1ª edição., , Rio de Janeiro: Best Seller, 2018

HILLER, Marcos. **Um olhar reflexivo sobre o “reality show fitness” no aplicativo móvel digital *Instagram*.** VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, 2013. Disponível em: http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_7_Redes_Sociais_na_Internet_e_Sociabilidade_online/25705arq26904800852.pdf (Acesso em 14/09/2020)

JACOB, Helena. **Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social *Instagram*.** Revista *Communicare*, v. 14, n. 1, p. 88-105, 2014. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/08/Redes-sociais-mulheres-e-corpo.pdf> (Acesso em 14/09/2020)

JOHNSON, T. **Pesquisa social mediada por computador: questões, metodologia e técnicas qualitativas.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

JONES, S. ***Understanding community in the information age.*** In S. Jones (ed.), *Cybersociety: Computer-mediated Communication and Community.* Thousand Oaks, CA: Sage, 1995 Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/raquelre cuerolivrocasper.pdf>

LE BRETON, David. **A Sociologia do Corpo.** 2006. Editora Vozes: 2a ed. Petrópolis, RJ.

_____. **Adeus ao corpo.** Papirus Editora, 2016

_____. **Antropologia do corpo e modernidade.** Editora Vozes: Petrópolis, RJ, 2011.

LE MOS, André. **A Arte da Vida: Diários Pessoais e Webcams na Internet.** Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Sociedade Tecnológica no X Encontro da Compós, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/37b5da563c6bc5ec6f2697de38bffd84.pdf> (Acesso em 14/09/2020)

_____. **Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

LI, Q. ***A cross-cultural comparison of adolescents’ experience related to cyberbullying.*** Educational Research. Vol. 50 (2008)

_____. ***Cyberbullying in schools: A research of gender differences.*** School Psychology International. Vol. 27 (2006)

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada.** Lisboa: Edições 70, 2010.

_____. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo**

artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da decepção**. Manole, 2007
 _____ . **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Editora Companhia das Letras, 2009.

LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane. **Corpo, gênero e sexualidade: discussões, gênero e sexualidade: discussões**. Estudos feministas, v. 13, n. 1, p. 179-199, 2005

LUZ, Andréa Francisca da et al. **O Instagramer e seu discurso multissemiótico na rede social Instagram**. 2015. Disponível em: <http://natal.uern.br/periodicos/index.php/DDL/article/view/1021> (Acesso em: 12/09/2020)

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo**. São Paulo: Florence Universitária, 2006.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MINAYO, M. C. S. (Coord.) **Bibliografia Comentada da Produção Científica Brasileira sobre Violência e Saúde**. Rio de Janeiro: Panorama Ensp, 1990

MODENA, Maura Regina. **Conceitos e formas de violência**. Caxias do Sul: Educs, 2016.

MORENO, B. 2014 **Gêneros Digitais em EAD: Informalidade na Escrita Acadêmica em Chats**. 2014. Monografia. Disponível em: <http://www.abed.org.br/hotsite/20-ciaed/pt/anais/pdf/63.pdf> (Acesso em 12/09/2020)

OLIVEIRA G.; MENDES M. **Corpo, discurso e poder: análise discursiva do Tips4life e Blog da Mimis**. Revista Temática, Ano XIII, n. 08. Agosto/2017. NAMID/UFPB - Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/35726> (Acesso em 14/09/2020)

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012. Disponível em: <http://www.bdm.unb.br/handle/10483/3243> (Acesso em: 15/09/2020)

RAMOS, P., E MARTINS, A. 2018. **Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade**. Texto Digital, 14(2), 117-133. doi:<https://doi.org/10.5007/1807-9288.2018v14n2p117> (Acesso em 13/09/2020)

REBS, Rebeca Recuero; ERNST, Aracy. **Haters e o discurso de ódio: entendendo a violência em sites de redes sociais**., v. 6, n. 2, p. 24-44, 2017. Disponível em: <http://periodicos.uern.br/index.php/dialogodasletras/article/view/2676> (Acesso

em 12/09/2020)

RÉCANATI, François. **La transparence et l'énonciation, pour introduire a la pragmatique**. Paris: Seuil, 1979

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina:2009
 _____ . **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012
 _____ . **Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook**. Verso e Reverso 28.68 (2014): 117-127. Disponível em:
<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/7323>
 (Acesso em 14/09/2020)

RECUERO, Raquel, and Pricilla SOARES. **Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da Fanpage "Diva Depressão"**. Galaxia 13 (2013): 239-254. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1982-25532013000300019Escript=sci_arttext> (Acesso em 14/09/2020)

SCHINESTOCK, Letícia Ribeiro **"Se a carapuça serviu...": a cultura das indiretas e a violência simbólica no Facebook**. - 1. ed. - Curitiba: Appris, 2018. 275 p. ; 21 cm (Linguagem).

_____ **O estigma do corpo manifestado em memes do Facebook**. Disponível em:
 <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0599-1.pdf>>
 (Acesso em: 14/09/2020)

SIBILIA, Paula. 2016 **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova. Fronteira.

SILVA, Micael Machado. **Análise da violência discursiva contra a mulher no twitter: estudo dos casos de Anitta, Dilma Rousseff e Ludmilla**. 2018 Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/midiars/files/2018/07/Intercom-Micael-Machado-da-Silva.pdf> (Acesso em: 14/09/2020)

SILVA, João Miguel Pereira da et al. **Estratégias comunicacionais no Instagram: Um estudo de caso sobre práticas dos influencers portugueses**. 2017. Tese de Doutorado. Disponível em:
<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/15586> (Acesso em: 14/09/2020)

SILVEIRA, Juliana da. **Rumor(es) e Humor(es) na circulação de hashtags do discurso político ordinário no Twitter**. 2015. 200 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Letras, Pós-graduação em Letras, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015.

SILVEIRA, Fernando de Almeida. **Michel Foucault e a construção discursiva do corpo do sujeito moderno e sua relação com a psicologia**. Psicol. estud., Maringá , v. 13, n. 4, p. 733-742, Dec. 2008 . Disponível em:
 <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttextEpid=S1413-73722008000400011EIng=enEnrm=iso> (Acesso em: 14/09/2020). .

- SILVEIRA, Vanessa Rozan da et al. **Corpos e beleza no Instagram: estetização em busca de likes**. 2017. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/handle/handle/20216> (Acesso em: 14/09/2020)
- SILVA, A. **Bullying: mentes perigosas nas escolas**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.
- SLONJE, R.; SMITH, P. K. **Cyberbullying: Another main type of bullying?** Scandinavian Journal of Psychology, v.49, p.147-154. 2008.
- SOBRAL, Adail. **Do dialogismo ao gênero: as bases do pensamento do círculo de Bakhtin**. Mercado de Letras, 2009.
- SOARES, Felipe Bonow. **Discurso político no Facebook: análise das páginas dos candidatos à Prefeitura de Pelotas em 2016**. 2016. Disponível em: https://wp.ufpel.edu.br/ppgl/files/2018/11/Discurso-Pol%C3%ADtico-no-Facebook_An%C3%A1lise-das-P%C3%A1ginas-dos-Candidatos-%C3%A0-Prefeitura-de-Pelotas-em-2016-Felipe-Bonow-Soares.pdf (Acesso em 14/09/2020)
- SOARES, Pricilla. **O discurso da violência sistêmico-simbólica e sua replicação nos memes de humor da fanpage Diva Depressão**. 2013. 144 p. Diss. Dissertação (Mestrado em Letras)–Programa de Pós-Graduação, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, 2013. Disponível em: <<http://googl/FIrnDz>>. (Acesso em: 14/09/2020)
- SOUSA, Kátia Menezes; PAIXÃO, Humberto Pires. **Dispositivos de poder/saber em Michel Foucault: biopolítica, corpo e subjetividade**. São Paulo: Intermeios, 2015.
- STOLARSKI, Graciele et al. **Blogueiros fitness no Instagram: o corpo e o merchandising editorial de suplementos alimentares**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v. 12, n. 4, 2018.
- TAVARES, L. H. M. **Informações implícitas nos atos de fala da personagem “iago” do filme “othello”**. 2008 Prolíngua, 1(1). Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/prolingua/article/view/13384> (Acesso em : 15/09/2020)
- TAUSSIG, M. **Mimesis and alterity**. New York, Routledge, 1993
- VIEGAS, P. **A dominação masculina nos sites de rede social**. 2014 Disponível em: <www.portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-0669-1.pdf> (Acesso em 13/09/2020)
- VOLCAN, Taiane de Oliveira. **O papel do humor no discurso político: Uma análise dos perfis Dilma Bolada e Dilma Rousseff no Facebook**. 2014. 128f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, 2014.(Acesso em:

14/09/2020)

ZANDWAIS, Ana. **Estratégias de leitura: como decodificar sentidos não-literais na linguagem verbal**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto (1990).

ZAPPAVIGNA, M. **Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter**. *New Media E Society*, vol. 13, 5: págs. 788-806, 2011.

_____. **Discourse of Twitter and Social Media. How we use language to create affiliation on the web**. Sidney: Bloomsbury, 2012.

_____. **Enacting identity in microblogging through ambient affiliation**. *Discourse E Communication* 2014, Vol. 8 (2), págs. 209-228, 2013

WELLMAN, Barry. Blackwell **Encyclopedia of Sociology**. Malden, MA. 2007. Blackwell Publishing Ltd.

WILLARD, N. **Cyberbullying and Cyberthreats. Effectively managing internet use risks in schools**, 2006 Disponível em:

<<http://new.csriu.org/cyberbully/docs/cbctpresentation.pdf>> (Acesso em: 11/09/2020)