

---

## Apresentação de si e gerenciamento de impressão em perfis colaborativos de memes no Instagram: o caso @mestradoarrombado<sup>1</sup>

Thiago de Assumpção F. BARBOSA<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

### RESUMO

Busca observar como perfis de redes sociais digitais, em particular aqueles que fazem curadoria de memes, elaboram o self enquanto um personagem, e fazem o gerenciamento das impressões nesses ambientes. O referencial se apoia na teoria dramaturgic e seus desdobramentos posteriores que levam em conta os espaços online e as dinâmicas que ali se conformam. O estudo analisa o perfil @mestradoarrombado, por meio de 8 publicações no Instagram que exemplificam o self ali construído e gerenciado. Argumentamos que este self leva em conta principalmente o uso das funcionalidades das plataformas e que suas impressões são gerenciadas com base num conjunto de atos de coerência expressiva, por um indivíduo curador ou detentor do perfil.

**PALAVRAS-CHAVE:** self; apresentação de si; gerenciamento de impressão; memes.

### INTRODUÇÃO

Quando John B. Thompson propõe a reflexão sobre a ascensão das interações mediadas, ao invés de apontar uma perspectiva midiacêntrica, ele intenta nos levar a pensar os meios de comunicação na relação com tipos de *ação e interação* que eles tornam possíveis (THOMPSON, 2018). E neste contexto ele nos indica o que nomeou *interação mediada online* ou, essas tais formas de ação e interação criadas pela comunicação mediada por computadores e que acontece em ambientes digitais e que, posteriormente, Constantino (2017, p. 152) refletirá enquanto novas formas culturais de vivenciar e compartilhar o mundo com a criação de novas atmosferas espaciais.

A compreensão sobre as particularidades desses ambientes digitais e os modos de ação que emergem nesses espaços marcam o ponto de partida deste artigo que, dentre outros objetivos, busca refletir como perfis em plataformas de redes sociais, particularmente aqueles que fazem curadoria de conteúdo e que são gerenciados individual ou coletivamente, elaboram o self enquanto um personagem ou *fake* e fazem o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pelo Pós-Com/UFBA | thiagob@ufba.br

gerenciamento das impressões nestes ambientes. A questão já aponta algumas premissas como a de que as redes sociais digitais permitem a criação de *selves*, muitas vezes dissociados do próprio indivíduo, ou que são compostos por um coletivo de pessoas apresentando muitas vezes um personagem ou um *fake*. Uma outra premissa que defendemos aqui é que mesmo se tratando de personagens e *fakes* na elaboração desse *self*, existem linhas de conduta baseadas em um projeto de *coerência expressiva* (SÁ e POLIVANOV, 2012) na condução desses perfis gerenciados tanto individual quanto coletivamente.

Alguns desses perfis elaborados a partir de personagens e *fakes* ganharam notoriedade na web, a exemplo de Irmã Zuleide<sup>3</sup>, uma evangélica opinando diariamente sobre os mais diversos temas do cotidiano a partir de uma visão religiosa e humorística, resumido por sua descrição na bio “*Sigo a Jesus e dou unfollow em Satanás! Amém?*”. Irmã Zuleide tem mais de 10 milhões de seguidores reunindo seus perfis no Facebook, Twitter e Instagram.

Destacamos também os perfis @ufbasincero<sup>4</sup> e @whiteproblemsufba<sup>5</sup> no Instagram. Ambos se utilizam dos memes de internet para interagir por meio de seus perfis elaborados em colaboração com seus seguidores. O primeiro aborda a vida da Universidade Federal da Bahia tomando como personagem central dos memes o atual reitor João Carlos Salles, apelidado carinhosamente de “papi” e construído como um “pai da zoeira”. O segundo perfil discute especialmente a partir de personagens ilustrados pela Barbie e seu namorado Ken, privilégios e *white problems*<sup>6</sup> vivenciados por alunos brancos da UFBA e apresentados sob forma de denúncia.

Ambos os perfis partem de contribuições dos seguidores – histórias de salas de aula, registros do reitor caminhando pela universidade ou comendo no restaurante universitário, demandas de determinada faculdade ou laboratório etc. – para manutenção do conteúdo nas redes e, conseqüentemente para construção de um *self* de natureza reflexiva e em permanente processo de edificação. Considerando os conceitos de apresentação de si e de gerenciamento de impressões, trabalhados por Goffman,

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/IrmaZuleideOficial/> - Perfil principal que reúne vídeos, seus tweets, reportagens, memes e posts motivacionais

<sup>4</sup> <https://www.instagram.com/ufbasincero/>

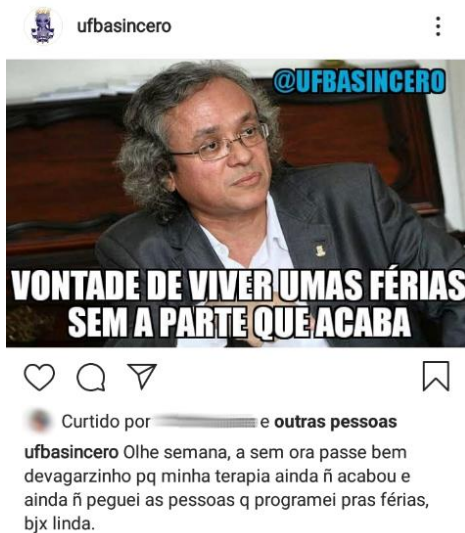
<sup>5</sup> <https://www.instagram.com/whiteproblemsufba/>

<sup>6</sup> Expressão pejorativa e/ou crítica para se referir a problemas julgados como fúteis vivenciados por pessoas brancas.

observamos a premissa da necessidade de uma *ordem expressiva* para o alcance e a manutenção das interações, ainda que em um perfil elaborado coletivamente:

Ao entrar numa situação em que recebe uma fachada para manter, essa pessoa assume a responsabilidade de vigiar fluxo de eventos que passa diante dela. Ela precisa garantir que uma ordem expressiva particular seja mantida - uma ordem que regula o fluxo de eventos, grandes ou pequenos, de forma que qual quer coisa que pareça ser expressada por eles será consistente com sua fachada. (GOFFMAN, 2011, p. 17)

Figura 1 – Postagem do perfil @ufbasincero publicada em 29/07/2019



Fonte: [instagram.com/ufbasincero](https://www.instagram.com/ufbasincero)

Figura 2 – Postagem do @whiteproblemsufba publicada em 08/10/2019



Fonte: [instagram.com/whiteproblemsufba](https://www.instagram.com/whiteproblemsufba)

Para este artigo tomamos, em destaque, o cientista social Erving Goffman e sua teoria dramaturgica (GOFFMANN, 1999) considerando sua contribuição para observação das interações e o aprofundamento em conceitos discutidos por ele como apresentação de si e gerenciamento de impressões. Esperamos com isso compreender como se dá essa construção do self e a forma como ele se apresenta em ambientes digitais de interação, sempre levando em conta as potencialidades existentes nas interações mediadas on-line. Para este olhar para os ambientes digitais recorreremos também aos estudos mais recentes que partiram da teoria proposta por Goffman para ampliar a discussão tais como o trabalho de Ribeiro (2016), Sassi e Gharbi (2015) entre outros.

A justificativa deste artigo está no interesse pela diversidade de experiências vivenciadas nos contextos digitais, especialmente a criação de perfis de personagens que não estão diretamente ligados ao *self* do criador, e de como exemplos como esses nos auxiliam a refletir, enquanto pesquisadores da comunicação, como se estabelecem essas

---

interações mediadas em ambientes digitais e as práticas de significação num campo de forças sociais, a comunicação.

Levando em conta nosso interesse particular de pesquisa em andamento que envolve os memes de internet e sua relação comunicativa e política no debate público, optamos por deter o olhar em um perfil que enfoca seu conteúdo na criação e publicação deste artefato digital. Consideramos também o seu uso no gerenciamento de impressão desse *self* em plataforma de rede social digital, o Instagram. A metodologia escolhida será a do estudo de caso, realizado a partir do perfil *@mestradoarrombado* no Instagram. Esta escolha se dá pela possibilidade de um estudo profundo e exaustivo do objeto, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento preservando e compreendendo seu caráter unitário (GIL, 2002). Ainda que não seja uma metodologia que nos permita conhecer as características gerais de uma população, intentamos reconhecer possíveis fatores que nos ajudem a refletir sobre as interações sociais mediadas por ambientes digitais, a partir deste exemplo.

Este estudo, especificamente, está constituído de: pesquisa documental, análise de uma seleção de memes retirados do *feed* deste perfil coletados por conveniência compreendendo o período de 15/04 a 16/11/2019, além da análise de algumas interações através de comentários nas postagens e participações por meio de funcionalidade do *Instagram Stories*.

Na primeira parte apresentamos o referencial teórico sob o qual fundamentamos nossa análise. A seção seguinte é a apresentação do objeto de estudo deste artigo, o perfil *@mestradoarrombado*, seguida pela seção onde a analisamos, a partir de um conjunto de memes e uso de funcionalidades do Instagram, como se dá a apresentação deste *self* e o gerenciamento de impressão neste ambiente digital. Na conclusão apontamos destaques a partir da análise realizada, marcados principalmente pelo alto grau de colaboração coletiva na apresentação do *self* e um desafio relacionado ao gerenciamento de um possível *self* presente em outra região de fachada.

## **1 Perspectivas da interação social em ambientes digitais e a contribuição de Erving Goffman**

O esforço de pensar as interações sociais considerando o novo cenário que envolve a mediação através das tecnologias digitais não é novo. Outros estudos já veem mapeando as estratégias utilizadas pelos indivíduos a partir de cada nova plataforma ou site de rede

social digital ou dispositivo. O referencial teórico para a problematização das questões postas neste artigo tem origem nos estudos de William James (1890) e que conduziram à pesquisa sobre o *self* como algo em construção permanente (MEAD, 1973) e que essa construção se dá também por conta de sua natureza reflexiva (GIDDENS, 2002). Essa construção do *self* passa pelo que o indivíduo pensa de si - como acredita que seja, como gostaria de ser, como gostaria de ser observado pelos outros -, e o que pensa sobre os outros.

A possibilidade potencializada pelas redes sociais digitais de elaboração de perfis nos leva a recuperar o trabalho de Goffman que trata da teoria dramaturgica, que ainda que não tenha sido formulada levando em conta a diversidade trazida pela comunicação mediada por computadores (CMC), indica o seu esforço de *representar um modo de organizar atos sociais e fatos* (DECOSTER et al, 2006 *apud* SASSI; GHARBI, 2015). Segundo Bedin e Founier (2009 *apud* SASSI; GHARBI, 2015, p. 2), Goffman “tenta descrever, classificar e organizar os modos pelo quais indivíduos interagem e estabelecem relações na vida cotidiana”.

O autor compreende a vida social como um palco onde cada pessoa interpreta um personagem. A ocasião e a situação social interfeririam nas interações sociais e, reforçando a compreensão sobre os *acordos sociais* (CONSTANTINO, 2017) para cada ocasião ou situação social demanda do indivíduo um conjunto de estratégias para se articular com as distintas audiências, e trazendo para o contexto deste trabalho, para as distintas ambiências digitais. Esse conjunto de estratégias compõem a apresentação de si (*self presentation*). A definição da situação como gatilho do processo de compreensão da interação vivenciada é central na obra goffmaniana (RIBEIRO; AYRES, 2015) e aqui, nos ajuda a pensar como o *self* se apresentada por meio de um perfil no Instagram, por exemplo.

Goffman também propõe o conceito de regiões representacionais, ao fazer essa relação da vida como um palco, e indica a região de fachada ou cena – que é onde acontece a performance - e a região de fundo, que é onde a performance é suspensa e a audiência fica impossibilitada de ver (GOFFMAN, 1999). É na região de fundo, também, onde o indivíduo pode se preparar para a interação, e isso diz sobre gerenciamento de impressão. Esta prática está associada à presença de motivos individuais visando o alcance de objetivos específicos, estabelecendo padrões de comportamento esperados nas situações

---

sociais (linhas de conduta), sempre com o foco na manutenção da interação, preservando a impressão construída.

De acordo com Sassi e Gharbi (2015, p. 5), um dos modos do gerenciamento de impressão reside na distinção da região de fachada e de fundo na sociedade. Ao que Ribeiro (2016, p. 88) complementa:

O processo de gerenciamento de aparências e da auto-apresentação nos ambientes digitais não segue apenas a expressão das motivações e estratégias particulares do usuário; ele também é sensível à influência situacional, propiciadas tanto pelas trocas de expectativas sociais decorrentes do contato de da dinâmica interacional estabelecida quanto pelas peculiaridades (limitações e potencialidades) específicas do ambiente em que os interlocutores estão inseridos.

Os cuidados com a apresentação de si e o gerenciamento de impressões teriam como finalidade a preservação da fachada, ou o *salvar a face* (GOFFMAN, 1980). Isto seria alcançado mediante a prática de atos que compõem uma coerência expressiva do *self*. Em se tratando de tempo para o *self-presentation* e, conseqüentemente, uma oportunidade de estabelecer previamente o conjunto de atos de coerência, Baym (2010 *apud* CONSTANTINO, 2017) traz os conceitos de conexões sincrônicas e assincrônicas. Enquanto a primeira, marcada pela simultaneidade de transmissão de mensagens, traz sentimento de proximidade e intimidade, a segunda dá tempo para uma apresentação de si mais estrategicamente elaborada já que o tempo não sincrônico - que fazemos relação com a permanência na região de fundo - dá chance de gerenciar as impressões de maneira a interagir apresentando uma versão editada e calculada que se converte em atos de coerência expressiva.

## 2. O perfil @mestradoarombado<sup>7</sup>

É notória a maneira como os memes foram incorporados às discussões sociais nos últimos anos. Seu uso está alinhado com anseios e vontades que se destacam nas trocas cotidianas contemporâneas: vontade de pertencer/estar em um grupo, vontade de entender/explicar o mundo e vontade de se expressar/falar pro mundo (CONSUMOTECA; GENTE, 2019). Os memes podem ser compreendidos também como formas de engajamento afetivo e político, entendendo afeto enquanto *uma variedade de maneiras pelas quais “sentimos” o mundo em nossa experiência, incluindo humores,*

---

<sup>7</sup> Esta pesquisa foi realizada no último trimestre de 2019. Em 03/05/2020 o perfil @mestradoarombado mudou o nome para @universocientista além de tornar a conta privada para seguidores. Em agosto/2020 o perfil ultrapassou a marca de 97 mil seguidores no Instagram.

*emoções, mapas de importância e do que nos preocupa, prazeres e desejos, paixões e sentimentos etc.* (GROSSBERG, 2018, p. 11). Em todos esses aspectos podemos identificar o potencial de estabelecer e manter interações sociais por meio deste item nativo do ambiente digital que se mostra cada vez mais incorporado ao nosso cotidiano<sup>8</sup>.

Abordaremos neste trabalho o perfil *@mestradoarrombado* que, na terceira semana de novembro de 2019 ultrapassou a marca 33 mil seguidores no Instagram e que pauta seu conteúdo na curadoria, criação e publicação de memes de internet - muitos deles calcados no humor - variando seu teor entre o motivacional, o crítico, o irônico e o sarcástico. Eles falam sobre a vida do pós-graduando envolvendo temas como: a relação com orientadores (Figura 3), aprovação de teses e dissertações, dilemas com bolsas de pesquisa, rotinas de estudo, privações de tempo e lazer, bem como conteúdo de crítica política em defesa da educação, entre outros assuntos.

Figura 3 - Postagem em 16/11/2019



Na dinâmica regular de postagens observa-se que para cada legenda postada no *@mestradoarrombado*, além de uma referência direta à publicação são incluídas pelo menos 20 *hashtags* relacionadas ao repertório de expressões dos pós-graduandos, como por exemplo, *#mestrado*, *#doutorado*, *#tese*, *#bolsista*, *#universidade* e um convite padronizado que diz: ‘Vamos compartilhar, meu filhinhos?’.

A forma como os memes promovem o engajamento a partir das postagens neste perfil recupera o que Grossberg (2010, p. 242) indicou como “pontos temporários de

<sup>8</sup> De acordo com a pesquisa *In meme we trust* (CONSUMOTECA;GENTE, 2019), 85% dos brasileiros costumam curtir memes na internet e 73% já souberam de uma notícia política através de um meme. Resumo da pesquisa disponível em: <http://gente.globosat.com.br/wp-content/uploads/2019/05/Scroll124> *In meme we trust.pdf* Acesso em: 05/11/2019

pertença”, ou lugares em que as pessoas poderiam parar ou se mover, criando identificação e afiliação. Afiliação essa reconhecida no modo como os seguidores interagem com o perfil considerando que muitos destes se reconhecem diretamente nos memes ali publicados e que dizem respeito às suas vidas enquanto pesquisadores. Isso diz também da habilidade de, por meio da interação mediada pelo ambiente digital, produzir afetos ativados pela possibilidade de fazer ‘graça da desgraça’ (BARBOSA, 2019) – uma das marcas do meme.

O perfil foi criado e é gerenciado por uma mestrandia brasileira que faz uma curadoria de memes disponíveis na internet - incluindo os que ela recebe por meio de suas redes -, além de fazer a criação da maior parte do material que é publicado. A informação da identidade da criadora não está disponível para o seu público e nisto reconhecemos o uso de uma das estratégias de interação mediada online que é do *anonimato gerenciado* (CHESTER; BRETHERTON, 2009).

O *self* apresentado no perfil busca ser um retrato generalista dos estudantes pós-graduandos, expressando tanto as experiências negativas quanto as positivas com a leveza do humor nos memes. Ou, conforme a criadora indica em um comentário, “o @mestradoarrombado é uma pós-graduanda lutando pela igualdade, onde todos merecem uma orientação de qualidade, que o orientador oriente de verdade, lutando por um espaço no mundo acadêmico mais justo”.

Observando o conjunto de estratégias utilizadas pelo perfil para articular sua interação com as audiências, identificamos linhas de conduta que se expressam tanto no conteúdo do que é postado e/ou repostado no *feed* e nos stories quanto na maneira como este *self* interage com seus seguidores através dos comentários e reações. Ainda que saibamos que este perfil se trata de um personagem – “o pesquisador Mestrado Arrombado” -, nós interagimos com este *self* apresentado assumindo as características dadas por ela como as modeladoras das trocas e interações promovidas naquele espaço.

### **3. O *self* ‘mestrado arrombado’ e o gerenciamento das impressões no Instagram**

Uma vez apresentado nosso objeto, passamos a refletir, a partir das pistas deixadas por meio das postagens e de seus comentários, de que maneira se dá a apresentação deste *self* no Instagram e como os seguidores reconhecem e correspondem à interação por meio dos acordos.



Quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita de seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles. Pede-lhes para acreditarem que o personagem que veem no momento possui os atributos que aparenta possuir, que o papel que representa terá as consequências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral, as coisas são o que parecem ser. (GOFFMAN, 1999, p. 25)

Nesta seção buscamos, a partir de oito memes retirados do perfil @mestradoarombado, exemplificar o modo como o *self* se apresenta e como faz o gerenciamento de sua impressão naquele ambiente. A seleção dos memes levou em conta as principais temáticas observadas ao longo da análise do perfil e que pautam o conteúdo de memes ali presentes, a saber: relação orientador(a) e estudante, organização financeira dos bolsistas, rotinas de estudo e trabalho, defesa da educação e outras questões políticas, perspectivas para os futuros mestres e doutores e, mais recentemente, conteúdo patrocinado ou de cunho comercial.

Reconhecida como a principal estratégia utilizada pelo perfil @mestradoarombado na apresentação de si e no gerenciamento de sua impressão no *Instagram* e no *Twitter*, o engajamento pela familiaridade é o elemento que alinhava todas as publicações, incluindo as respostas aos comentários. A persona de um pesquisador que vive em crise de ansiedade (*Figura 4*), lidando com o acúmulo de atividades (*Figura 5*) e falta de dinheiro (*Figura 6*) parece resumir um retrato do estudante de pós-graduação, ainda que recheado de clichês ou lançando ao superlativo as emoções.

Figura 4 - publicado em 07/09/2019



Figura 5 - publicado em 04/11/2019



Figura 6 - publicado em 15/04/2019



Figura 7 - publicado em 11/10/2019



Um exemplo disto está no meme (*Figura 7*) que, fazendo referência a um aluno agradecendo a sua banca avaliadora, é ilustrado pelo *frame* de uma participante do *reality show* Big Brother Brasil aos prantos enquanto é salva num paredão.

Uma outra estratégia que conversa com a possibilidade de uma condução coletiva de um *self* é a abertura que os seguidores têm de publicar dentro do perfil *@mestradoarrombado*. Isso se dá por meio da menção ao perfil, do uso da *hashtag* *#mestradoarrombado*, e da utilização da ferramenta ‘adicionar publicação ao seu *story*’ por parte da criadora. Um exemplo disto é o destaque<sup>9</sup> “Meus Filhinhos” em que são exibidas fotos, vídeos e animações dos seguidores “ninando” ou posando com suas dissertações e teses como se fossem bebês, bem como publicizando o registro de suas defesas.

Além da seção “Meus Filhinhos”, o perfil também utiliza a funcionalidade Destaques para outros conteúdos construídos de modo colaborativo com seus seguidores a exemplo das seções “Dicas” e “Arrombamentos”. A primeira traz sugestões diversas para o pesquisador como tradutores online de arquivos, aplicativos de transcrição de entrevista, identificador de plágio, muitas delas enviadas pelos seguidores em resposta a enquetes postadas no *story*.; Na segunda, os seguidores enviam fotos e vídeos de gambiarras ou soluções improvisadas como cofrinho de moedas para participação em congressos e eventos, tampo de fogão transformado em mesa de estudo, adaptação de

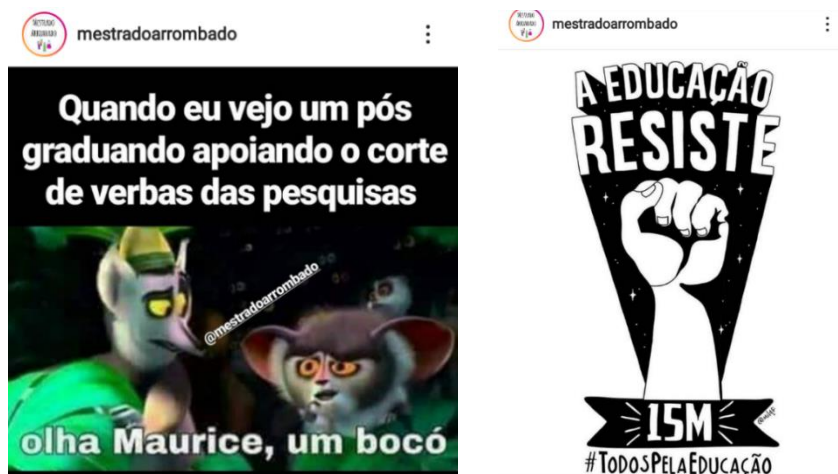
<sup>9</sup> Funcionalidade do *Instagram* que permite destacar stories no perfil por tempo indeterminado. Geralmente os destaques são agrupados por categorias.

teclados de desktop em notebooks, óculos com lanterna emendada, entre outras invenções.

É através da funcionalidade do *Instagram Stories* que a produção do conteúdo e, conseqüentemente, a apresentação desse *self* se dá de maneira coletivamente construída já que ali é onde se concentra a maior parte do material enviado pelos seguidores e postada como ações que, ainda que falem de pessoas reais, compõem o *self* @mestradoarrombado. Todas essas publicações são reveladas neste perfil sempre de acordo com os atos de coerência expressiva estabelecidos pela criadora e detentora da conta.

Ainda que não indique diretamente sua orientação política e que isto também se expresse na falta de menção a representantes da política brasileira ao longo das postagens, o *self* articula sua participação política por meio do uso dos memes que emergem de questões relevantes no cenário nacional, em específico aquelas que se colocam no debate da educação. Essa articulação efetuada por meio dos memes (*Figura 8*) e compreendida como parte da organização do campo político, ao enfatizar ações desenvolvidas no vértice da vida cotidiana (GROSSBERG, 2010), é exemplificada em diversas postagens ao longo do mês de maio/2019. Este período foi marcado por um intenso embate entre o Estado (representado especialmente pelo Ministério da Educação e seus líderes) e os movimentos em defesa da universidade pública, a partir de decisões que envolviam corte/contingenciamento de verbas para pesquisa, e críticas não fundamentadas sobre as rotinas dentro das universidades.

Figura 8: Postagens de 17 e 15/05/2019



Devido ao sucesso entre os seguidores, em agosto de 2019 foi aberta no *Instagram* a Loja Mestrado Arrombado<sup>10</sup>, um perfil comercial derivado do @mestradoarrombado e que vende canecas e camisetas (*Figura 9*), tendo como público-alvo os estudantes pós-graduandos que já acompanham o perfil principal. Os produtos fazem referência ao *Sci-Hub*<sup>11</sup> e a diversos memes, estampados nos produtos a exemplo da camiseta ‘*Bela, recatada e da pesquisa*’<sup>12</sup>. O perfil @mestradoarrombado também incluiu essas postagens comerciais em seu *feed* e nos *stories*, bem como se abriu para parcerias e divulgações.

Figura 9 - publicado em 23/10/2019



Observa-se neste movimento uma ampliação do conjunto de atos deste *self*, uma vez que agora este personagem também conversa com seus seguidores - convertidos em clientes, permitindo que, em alguns momentos através da negociação comercial a audiência interaja com a autora do perfil diretamente. Isso pode ser entendido como um acesso à região de fundo daquele *self* ou de uma nova região de fachada que não estava dada no conjunto de atos de coerência expressiva que identificavam o personagem *Mestrado Arrombado*. No ato da transação comercial, informações como gênero, tom de voz, nome real, dados pessoais, informações bancárias se tornam acessíveis a essa audiência. Essa abertura para a exposição, ainda que discreta, de um “verdadeiro *self*” é identificada como parte do processo de *self-disclosure* (JOURARD; MASAKOW, 1958) e reconhecida como uma ação importante *para que se firme uma relação de confiança* (CONSTANTINO, 2017, p. 153).

<sup>10</sup> <https://www.instagram.com/mestradoarrombadostore/>

<sup>11</sup> Famoso site de compartilhamento de material científico (artigos e livros) reconhecido por violar direitos autorais e burlar pagamento de editoras e revistas científicas internacionais, sendo utilizado por muitos pós-graduandos no Brasil.

<sup>12</sup> <https://www.instagram.com/p/B3NrGuaAhC1/>

---

Vale considerar que, ainda que tenham sido apresentadas tantas situações que expressam o controle, o ato da apresentação de si é composto por processos automáticos – autônomos, com baixo esforço cognitivo, fora da consciência e/ou involuntariamente - e processos cognitivamente controlados (SCHLENKER, 2003). Esta condição coloca o indivíduo – considerando especificamente aqueles que fazem o gerenciamento de impressão de personagens nos sites de redes sociais digitais – num estado de permanente ajuste de seus acordos com seus interagentes com o objetivo de salvar a face e de interagir com sua audiência do modo como ela espera que este *self* está habituado a se revelar. Por meio de atos involuntários o indivíduo pode trazer para a região de fachada ações que não condizem com o *self* do personagem e isto gerar um estranhamento.

### **Considerações Finais**

Este trabalho buscou refletir sobre a criação de novas formas de ação e interação proporcionadas pelo uso das tecnologias digitais que configuram grande parte das interações mediadas online, indicadas por Thompson (2018) e, como essa relação de muitos para muitos oferece possibilidades para elaboração e gerenciamento do *self* em ambientes como as plataformas de redes sociais digitais.

Ao deter a atenção no perfil *@mestradoarrombado*, destacamos o alto grau de colaboração coletiva na apresentação desse *self*, marcado especialmente pela criação e compartilhamento de conteúdo alinhado à persona proposta. Os seguidores compreendem os acordos da interação e se empenham na manutenção dessa relação também de maneira criativa. E, através do uso das tecnologias de comunicação online, essa participação ultrapassa limites geográficos e outras barreiras que certamente seriam maiores na interação face a face e se dessa interação marcada pela presença física dependesse a construção do *self*.

Uma outra questão que se evidencia é a importância da curadoria realizada pela criadora e detentora deste perfil. Está nela a responsabilidade do gerenciamento de impressão, especialmente considerando que é da elaboração de estratégias que compõem a manutenção da interação que se dá o sucesso do perfil e conseqüentemente a redução de possibilidades de *perder a face*.

Reconhecemos aqui como uma limitação que nos impõe um desafio, entender os momentos em que os seguidores acessam o indivíduo via uma região que não é a fachada do personagem e, se há uma desestabilização na apresentação de si e no gerenciamento

da impressão deste *self* neste momento. Isto se exemplifica na inserção de publicações de caráter comercial e as transações decorrentes desta ação ou numa possível revelação da identidade da criadora, seja por iniciativa própria ou pela veiculação de alguma reportagem sobre o perfil, por exemplo.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, T. A. F. **Os memes de internet e o debate sobre o Ensino Superior no Brasil: uma análise a partir do diagrama de Lawrence Grossberg.** In: Anais XIV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã, 2019, Niterói. GT3 - Redes Sociais e Ativismo Midiático, 2019.

COSTANTINO, F. A. **Construção identitária e gerenciamento da impressão em espaços online de interação.** COMUNICOLOGIA (BRASÍLIA), v. 10, p. 146, 2017.

CONSUMOTECA;GENTE. **In Meme We Trust.** Disponível em <<http://gente.globosat.com.br/in-meme-we-trust/>> Acesso em: 06. Maio.2019

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana.** Petrópolis: Vozes, 8ª edição.1999.

\_\_\_\_\_. **A Elaboração da Face - Uma análise dos elementos rituais da interação social.** In.: FIGUEIRA, S. (Org.). Psicanálise e Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980, p.76-114.

\_\_\_\_\_. **Ritual de Interação:** ensaios sobre o comportamento face a face. Petrópolis: Vozes. 2011.

GROSSBERG, L. **Under the Cover of Chaos: Trump and the battle for the American Right.** Pluto Press, London, 2018.

\_\_\_\_\_. **Cultural Studies in the Future Tense.** Durham e Londres: Duke University Press, 2010

JAMES, W. (1950 [1890]) *The Principles of Psychology.* 2 vols. Nova York: Dover.

JOURARD, S. M.;LASAKOW, P. (1958). **Some factors in self-disclosure.** *Journal of Abnormal and Social Psychology* 56(1), 91–98. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/h0043357>> Acesso em: 23/11/2019

MEAD, G. H. (1972). **Espiritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social.** Buenos Aires: Paidós

RIBEIRO, J.C. **Controle de Informações Sociais em Ambientes Digitais: repercussões na construção da narrativa de si.** In: Elaine Fernandez; Véronique Donard. (Org.). *O Psicólogo frente ao desafio tecnológico. novas identidades, novos campos, novas práticas.* 01ed.Recife: Editora UFPE; UNICAP, 2016, v. 01, p. 87-99.

RIBEIRO, José; AYRES, Marcel. **A Representação de Si em Interações Sociais Mediadas por Instant Messengers: O Caso WhatsApp.** In: Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. DT5-CI: DT 5 – GP Cibercultura, 2015.

SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. **Materialidades da Comunicação e presentificação do self em sites de redes sociais.** XXI Encontro Anual da Compós, Juiz de Fora, 2012.

SASSI, H.; GHARBI, J. **Self-Presentation on Social Networking Sites,** Journal of Internet Social Networking and Virtual Communities, Vol. 2015 (2015), Article ID 406328, DOI: 10.5171/2015.406328

SCHLENKER, B. R. (2003). **Self-Presentation.** In M. R. Leary, & J. P. Tangney (Eds.), Handbook of Self and Identity (pp. 492-518). New York: Guilford.

THOMPSON, J. **A interação mediada na era digital.** Matrizes, v. 12, n. 3, p. 17-44, 26 dez. 2018.