



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

ILANA CAMURÇA LANDIM TAVARES

A construção das imagens de si por adolescentes em redes sociais

**Fortaleza – CE
2015**

ILANA CAMURÇA LANDIM TAVARES

A construção das imagens de si por adolescentes em redes sociais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará para obtenção do título de mestre.

Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio.

**Fortaleza
2015**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca de Ciências Humanas

-
- T23c Tavares, Ilana Camurça Landim.
A construção das imagens de si por adolescentes em redes sociais / Ilana Camurça Landim Tavares.
– 2015.
164 f. : il. color., enc. ; 30 cm.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2015.
Área de Concentração: Comunicação social.
Orientação: Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio.
- 1.Imagem corporal em adolescentes – Fortaleza(CE). 2.Estudantes do ensino médio – Fortaleza(CE) – Atitudes. 3.Comportamento do consumidor – Aspectos sociais – Fortaleza(CE). 4.Consumo (Economia) – Fortaleza(CE) – Aspectos psicológicos. 5.Redes sociais on-line – Aspectos sociais – Fortaleza(CE). 6.Facebook(Rede social on-line). 7.WhatsApp (Rede social on-line). I. Título.

CDD 306.4613098131

ILANA CAMURÇA LANDIM TAVARES

**A CONSTRUÇÃO DAS IMAGENS DE SI POR ADOLESCENTES EM REDES
SOCIAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará para obtenção do título de mestre. Área de concentração: Mídia e Práticas Sociais.
Professora orientadora: Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Idilva Maria Pires Germano
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Aos que lutam com coragem e disposição para construir espaços de amparo, reflexão e apoio aos adolescentes.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de dirigir estes agradecimentos, primeiramente, a Deus. A essa força maior, lugar de amparo e descanso, sempre presente. Não seria diferente no processo acadêmico de vir a ser e tornar-me mestranda até, finalmente, alcançar o título de mestre.

À minha família de base: Océlo (*in memoriam*), Eli, Irapuan, Tiago e Lia. A eles, devo o amor pela vida e pelo conhecimento. Principalmente, à minha mãe Eli que, desde pequena, esteve comigo, apoiando cada vitória acadêmica, pois essas me conduziram a uma vida mais rica em aprendizados, influenciando diretamente minha realização pessoal. Obrigada por tanto amor!

Ao meu esposo Paulo, pelo amor, apoio e compreensão no decorrer da construção dessa dissertação, especialmente, por me dar a certeza de que terei tudo isso durante a vida que vamos trilhar juntos.

À minha avó, Eliete, por acreditar em mim e disponibilizar suas orações em todos os momentos, mesmo que apenas como agradecimentos por minhas conquistas acadêmicas e pessoais.

Aos meus sogros Paulo e Sylvana, por torcerem por mim com entusiasmo e estarem sempre disponíveis para o que for preciso. Que possamos comemorar juntos muitas alegrias e conquistas.

À minha orientadora, querida Professora Inês, a quem tanto estimo. Por compartilhar comigo o amor pela pesquisa na área da infância e adolescência, ajudando na construção não apenas dessa pesquisa, mas na de uma pesquisadora.

Às professoras Idilva Pires, Nilda Jacks e Paula Sibilia, pelas grandes contribuições e inspirações na realização dessa pesquisa e de outras que virão no decorrer do meu percurso acadêmico.

Ao Colégio 7 de Setembro, em especial, ao meu supervisor e amigo Bosco Ribeiro, por acreditarem que uma prática educativa se torna mais concreta quando nos colocamos como seus

pesquisadores. Obrigada pela confiança durante a realização desta pesquisa.

Aos alunos participantes, principalmente Ana, Beatriz, Bruno, Fernando e Paula¹, que construíram comigo cada reflexão crítica nesse trabalho. Vocês me ajudaram na constituição de um novo olhar sobre a imagem de si, a interação social e a construção do adolescente na contemporaneidade.

Aos adolescentes, na totalidade, com quem me propus a trabalhar. Que tenha permanecido com vocês o que ficou em mim: o desejo de refletir e construir uma juventude crítica, participativa e atenta às questões subjetivas e coletivas.

À minha mãe Eli e ao amigo Antônio Brunno, pela leitura atenta do meu material de pesquisa. Aos amigos Juliana e Igor, que me ajudaram a borrar as fotografias ilustrativas do trabalho e disponibilizaram outras ajudas técnicas.

Aos professores e colegas de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM (UFC), que me acolheram no terreno da comunicação, fazendo com que eu me sentisse em casa e conquistasse, também, o meu espaço. As nossas discussões ampliaram minha reflexão crítica e trouxeram muitos aprendizados que, ainda, compartilharei com outras pessoas.

A Simone, Fernando, Thiago, Camila, Evilene, Marcel, Klycia e Caio, colegas e amigos da linha de pesquisa Mídia e Práticas Sociais, por serem pessoas a quem nutro carinho e alegria. Compartilhando responsabilidades, tivemos momentos de leveza e riqueza intelectual. Sinto-me tranquila e confiante por esses mestres e pesquisadores formados, comprometidos com a sociedade.

Aos amigos do grupo de pesquisa que estuda a relação da infância e juventude com a mídia, Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Adolescência e Mídia - Grim (UFC), os quais contribuíram para a fomentação do desejo de pesquisar crianças e jovens. Vocês ajudaram a descobrir que os estudos ainda são restritos em um campo vasto que sinaliza tantas questões sociais, aumentando nossa responsabilidade de pesquisadores.

¹ Nomes fictícios.

Onde terei jogado fora
Meu gosto e capacidade de escolher,
Minhas idiossincrasias tão pessoais,
Tão minhas que no rosto se espelhavam
E cada gesto, cada olhar
Cada vinco da roupa
Sou gravado de forma universal,
Saio da estamperia, não de casa,
Da vitrine me tiram, recolocam,
Objeto pulsante, mas objeto
Que se oferece como signo dos outros
Objetos estáticos, tarifados.
Por me ostentar assim, tão orgulhoso
De ser não eu, mas artigo industrial,
Peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem.
Meu nome novo é Coisa.
Eu sou a Coisa, coisamente.

Carlos Drummond de Andrade

RESUMO

TAVARES, I. C. L. **A construção das imagens de si por adolescentes em redes sociais.** 2015. 164 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

Este trabalho trata de uma pesquisa qualitativa, empírica, realizada com a coparticipação de adolescentes de 14 a 17 anos, do Ensino Médio de uma escola particular de grande porte em Fortaleza, Ceará. Objetivamos averiguar como tais adolescentes estão compreendendo a construção das imagens de si na inserção em novos espaços de socialização, como o das redes sociais. Inicialmente, realizamos uma observação participante num grupo de apoio com 10 (dez) alunos, promovido pela equipe de Orientação Educacional e Psicologia da escola da qual eu, pesquisadora e psicóloga da instituição, participei. O grupo foi proposto no intuito de trabalhar questões como autoestima, estresse, ansiedade e autoconhecimento através de atividades direcionadas, rodas de conversa, dinâmicas e relaxamento. Participaram 10 (dez) estudantes dos 1º e 2º anos do Ensino Médio que gostariam de se engajar livremente na atividade. Durante a formação do grupo, os estudantes passaram a se comunicar e manter relações entre si, discorrendo sobre as práticas comunicacionais externas ao grupo. A internet apareceu como uma das principais mediadoras das relações sociais. Além de observações presenciais, coletamos dados de como eles se relacionam nas redes sociais em modalidade grupal no *WhatsApp*. Na sequência, foram selecionados 05 (cinco) integrantes que desejassem participar das fases seguintes da pesquisa: coleta de postagens na página pessoal *Facebook* durante os últimos 05 (cinco) meses e entrevistas em profundidade. A estrutura dissertativa apresenta, inicialmente, os aspectos teórico-metodológicos através da problematização, delimitação do objeto e justificativa. Em seguida, abordamos a constituição do adolescente situado nas redes em interface com o consumo de imagens. As observações do material de campo referente à construção das imagens e aspectos relacionais estão inseridas nos capítulos dessa dissertação. Consideramos, no desfecho dessa pesquisa, que as imagens aparecem como cartão postal de si e aspecto primordial de interesse dos adolescentes nas redes sociais. Eles cuidam e investem na imagem de si, utilizando performances para exibi-las na rede. Os *feedbacks* dados pelos amigos usuários das redes se configuram como garantia de maior aceitação e segurança no estabelecimento das relações sociais.

Palavras-chave: Adolescentes. Escola. Imagens de si. Consumo. Redes sociais.

ABSTRACT

TAVARES, I. C. L. **The construction of images of themselves for teens on social networks.** 2015. 164 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

This work it is a qualitative research, empirical, carried out with the co-participation of teens with 14-17 years old, in high school at a large private school in Fortaleza, Ceará. We aim to find out how those teens are realizing the construction of their pictures in new spaces for socialization, such as social networks. Initially, a participant observation was made in a support group with 10 (ten) students, conducted by Educational Guidance team and school psychology, which I, researcher and psychologist of the institution, attended. The group was proposed in order to work issues such as self-esteem, stress, anxiety and self-knowledge, through targeted activities, conversations, dynamics and relaxation wheels. A total of ten students of 1st and 2nd year high school students who would like to engage freely in the activity carried out against the shift. During the formation of the group, the students started to communicate and maintain relationships with each other, discussing the communication practices in which were engaged outside the group. The Internet appeared as a major mediator of social relations. They proposed the formation of a closed group WhatsApp to prolong the weekly contact. In addition to classroom observations, collect data as they relate to social networks in group mode in WhatsApp. Following, we selected 05 (five) members wishing to participate in the following phases of the research: collection of posts on the homepage Facebook over the past 05 (five) months and in-depth interviews. The dissertation structure initially presents the theoretical and methodological aspects by questioning, defining the object and justification. Then approach the teenager constitution situated on the networks at the interface with the consumption of images. Field observations of the material for the construction of images and relational aspects are included in chapters of argumentative text. We believe in the outcome of this research, the images appear as postcard itself and primordial aspect of teenage interest in social networks. Care for and invest in the image itself, using performances to display them on the network. The feedback given by friends users of networks ensure greater acceptance and security in defining social relations.

Keywords: Teens. School. Pictures of themselves. Consumption. Social networks.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Atividade I - Beatriz em ‘Descrição de si’	79
Atividade II - Antônio em ‘Descrição de si’	79
Atividade III - ‘Desenho de si’	81
Atividade IV - João ‘Desenho de si’	82
Atividade V - Lucas ‘Desenho de si’	83
Atividade VI - Paula ‘Desenho de si’	84
Atividade VII - Paula ‘Relógio’	90
Atividade VIII - Lucas ‘Relógio’	90
Atividade IX - Fernando ‘Relógio’	90
Atividade X - Antônio ‘Relógio’	91
Atividade XI - Paula ‘Relógios’ (Continuação)	911
Conversa I - Grupo WhatsApp ‘Foto que dá susto’	65
Conversa II- Grupo WhatsApp ‘Festa de Antônio’	107
Conversa III - Grupo WhatsApp ‘Solicitação de Curtidas’	122
Fotografia I- Foto perfil Fernando.....	45
Fotografia II - Foto Beatriz.....	71
Fotolinguagem I - ‘Felicidade’	52
Fotolinguagem II - ‘Redes Sociais’	93
Fotolinguagem III - ‘Corpo magro’	93
Fotolinguagem IV - ‘Alimentação não saudável’	94
Fotolinguagem V - ‘Corpo infantil x corpo adulto’	94
Ilustração I - Membros da Família de Beatriz no Facebook.....	36
Ilustração II - Membro da família de Fernando no Facebook	38
Ilustração III - Postagem Paula ‘Aniversário da amiga’	38
Ilustração IV - Postagem Fernando ‘Aniversário do amigo’	39
Ilustração V - Postagem Bruno ‘Locais visitados’	47
Ilustração VI - Compartilhamento Beatriz ‘Link de Música Gospel’	67
Ilustração VII - Postagem Bruno ‘Corpo sarado’	72
Ilustração VIII - Postagens Bruno ‘Selfies no espelho’	109
Ilustração IX - Postagem Bruno ‘Luan Santana e Soim’	117
Ilustração X - Comentários Postagem Fernando ‘Sem camisa’	118

LISTA DE TABELAS

Tabela I - Tipos de equipamentos utilizados por crianças/adolescentes para acessar a Internet	97
Tabela II - Preferências de redes sociais	98
Tabela III - Momentos de utilização das Redes Sociais	99

SUMÁRIO

1 CONSTRUÇÃO DA PESQUISA	14
2 A ADOLESCÊNCIA E A RELAÇÃO COM O CONSUMO EM REDE	28
2.1 Breve historicização da adolescência	30
2.2 O uso das redes sociais pelos adolescentes: da mediação à midiatização	42
2.3 O consumo em interface com a adolescência	50
2.3.1 Da estruturação do consumo na contemporaneidade à noção de adolescente hiperconsumidor	54
2.3.2 A dimensão sociocultural do consumo: adolescentes cidadãos e consumidores	59
2.4 O consumo da imagem de si em rede	63
2.5 O lugar do corpo do adolescente no consumo	70
3 NOVAS POSSIBILIDADES DE SER ADOLESCENTE E ESTAR EM COMUNICAÇÃO	77
3.1 Do grupo presencial ao virtual, da escola ao <i>WhatsApp</i>	78
3.1.2 <i>As imagens falam de si: relatos de atividades</i>	88
3.2 “Se fico sem (celular), fico sem comunicação. (...) Tô ficando louca já!”	96
3.3 “O meu objetivo maior é me comunicar com a galera.”	103
4 AS IMAGENS DE SI EM REDES SOCIAIS	112
4.1 Redes como expressão de si	113
4.2 Eu personagem, eu performático nas redes sociais	117
4.3 O corpo como imagem	124
4.4 “Os outros se expõem, eu não!”	130
REFERÊNCIAS	143
ANEXOS	151

1 CONSTRUÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa se constituiu atrelada à minha prática profissional com adolescentes em escola particular. O objetivo inicial foi compreender como os estudantes estão inseridos em novos processos comunicacionais, privilegiando os que envolviam o uso da internet.

A pesquisa TIC *Kids Online Brasil*², em entrevistas realizadas entre setembro de 2013 e janeiro de 2014, observou que 94% dos adolescentes entre 15 e 17 anos utilizam o *Facebook* e apenas 5% não utilizam nenhuma rede social. Dados como esses garantem que as redes sociais, ainda que de utilização recente, quando associadas a outras gerações de adolescentes, fazem parte do desenvolvimento desses jovens desde cedo.

Identificamos de forma recorrente, nos encontros entre a comunidade escolar e as famílias, o discurso de culpabilização do celular e/ou computador, quando estes meios oportunizam o acesso às redes sociais. Uma parcela expressiva dos pais e responsáveis, indo ao encontro da fala de professores, tende a enfatizar um excesso de tempo gasto com o uso das tecnologias em detrimento do investimento dedicado aos estudos e à convivência familiar.

Nessa dissertação, teremos a oportunidade de discutir que, no novo contexto comunicacional, os mecanismos tecnológicos são, muitas vezes, apontados como vilões quando desconsideram a concepção de que o adolescente é sujeito que pode escolher *como, quando e em que locais* utilizá-los. Muitos pais retiram desses adolescentes a capacidade de terem autocontrole diante do uso das mídias, sequer existindo, em alguns casos, orientação por parte dos pais e responsáveis para que um melhor planejamento de atividades aconteça.

No mesmo momento em que falas comuns se repetem, os modelos tecnológicos atualizam-se e desatualizam-se com rapidez, multiplicando as alternativas de interação afastadas de relações face a face e requerendo dos adolescentes mais conexão com o mundo virtual para sentirem-se participantes do mundo real. A aquisição

² O objetivo desta pesquisa foi investigar oportunidades e riscos associados ao uso da internet por crianças e adolescentes. A população-alvo foram usuários entre 9 e 17 anos. Foram realizadas 2.261 entrevistas com crianças e adolescentes e 2.261 entrevistas com pais e responsáveis. Crianças e adolescentes usuários de internet representam 77% da amostra, enquanto 49% deles usam a internet pelo celular. Quanto aos dados regionais, o uso da internet pelo público infanto-juvenil compreende 87% no Sul, 86% no Sudeste, 81% no Centro-Oeste, 68% no Nordeste e 54% no Norte.

de novos modelos tecnológicos de celular pelos adolescentes, assim como a multiplicação de redes sociais, parecem propagar a existência de discursos semelhantes.

Uma concepção nem sempre cogitada na fala dos pais e da comunidade escolar é que o afastamento entre adolescentes e responsáveis ou escola, durante o período da adolescência, é comumente esperado, anteriormente ao contexto atual das redes sociais. Knobel (1981) indica que o contato com os pais é diminuído para dar ênfase e espaço aos grupos de semelhantes. A voz da escola pode vir a ter relevância minimizada em relação ao contexto anterior, em que a comunidade escolar aparecia como principal fonte de socialização na infância. Portanto, se não fossem os mediadores eletrônicos, outros elementos da adolescência, como mudança física e de interesses sociais, poderiam torná-los mais distantes dos pais e/ou escola e próximos entre si.

Consoante a isso, observando os discursos trazidos durante a fase observacional da pesquisa, identificamos que, além de configurarem um novo cenário para as relações sociais, as mídias eletrônicas permitem que eles conversem, interajam, briguem, façam as pazes, demonstrem afetos, iniciem relações amorosas e as findem. É esse lugar de destaque na estruturação da vida dos adolescentes que trago, portanto, como justificativa para a realização dessa pesquisa.

Consideramos que as redes sociais³ podem ter a função de distribuir imagens particulares como mecanismo que conduz à sociabilidade. Afinal, a mídia, de maneira geral, perpassa e define muito do que somos. Particularmente, no que diz respeito às redes sociais, difundimos, nesse espaço, imagens mostrando o que pensamos, quais atitudes tomamos e de quais maneiras vestimos nosso corpo físico e simbólico. Aproveitamos o espaço oferecido pelas redes para nos apresentar e interagir e, com isso, redefinimos o conceito de relações sociais. Com os adolescentes, foco de nosso estudo, não seria diferente, afinal, aparecem como público principal de domínio da internet⁴.

Ainda que a mídia apareça na maioria dos estudos (FISCHER, 1996;

³ Redes sociais são utilizadas por adolescentes como espaços para entrar em conexão com outras pessoas. Pode acontecer através de trocas sociais obtidas pelo processo de interação e pela conversação ou, por associação, no momento em que os atores e os grupos desconhecidos passam a se relacionar quando há conexões de pertencimento. Podem não existir laços sociais no início, mas espaço para interagirem e, assim, construírem vínculos. Há redes mais conhecidas e utilizadas pelos sujeitos da pesquisa, como o *Facebook*, o *Instagram*, o *WhatsApp*. Abordaremos tal questão com mais profundidade no capítulo sobre sociabilidade e redes sociais.

⁴ A Pesquisa *Kids Online* Brasil aponta que 61% de adolescentes entre 15 e 16 anos utiliza internet, enquanto que adolescentes de 10 a 14 anos representam 45%. Adultos entre 25 e 34 anos têm parcela de 44% no uso da internet, de 35 a 44 anos 25%, de 45 a 59 anos 11% e de 60 anos ou mais apenas 3%.

CAMPOS; JOBIM E SOUZA, 2003)⁵, optamos por compreendê-la a partir do seguinte ponto de vista: o do público que a utiliza. Importa como os adolescentes estão utilizando a internet, principalmente as redes sociais, construindo a si mesmos (imagem de si) e suas relações a partir desse uso.

Bauman (2001) considera que, com as conexões virtuais, o investimento paulatino na construção de relações, como necessidade de conhecimento profundo, levantamento de história de vida e familiar, diminui. Afinal, necessitando alguns cliques para que esta se configure, bastando para tanto que haja um convite para uma amizade que não precisa acontecer ao vivo. Assim, torna-se desnecessário o desenvolvimento progressivo da intimidade presencial, o conhecimento profundo de quem se relaciona com o outro (história de vida, atividades do cotidiano, traços de personalidade). Parecem suficientes as informações que o indivíduo escolhe expor. Se isso continuar acontecendo, as redes de sociabilidade permanecem em alta, enquanto os meios como televisão tendem a diminuir de frequência por oferecer alternativas limitadas de conexão entre os usuários.

Com isso, não é apenas relevante, mas urgente, a problematização sobre como as relações sociais são atravessadas pelas novas mídias. Nesse estudo, privilegiamos as redes sociais sem assumir uma posição de julgamento prévio sobre a qualidade dos vínculos estabelecidos. Essa não é uma tarefa a se reduzir apenas às ciências psicológicas, sociológicas e filosóficas. A comunicação social, na visão sócio-histórica, deve oferecer a mão e caminhar ao lado de tais saberes, pois não concebemos a unicidade de saber e sim a articulação deles. Objetivamos aproveitar as contribuições difundidas e auxiliar na solidificação de um espaço interdisciplinar de diálogo e reflexão crítica, que contribua para a sociedade ampliar o olhar sobre novas maneiras comunicacionais dos adolescentes.

É importante que, como pesquisadores, possamos nos colocar na posição de quem busca entender o outro, sujeito adolescente diferente do que fomos anteriormente,

⁵ Campos e Jobim e Souza (2003) questionam o processo de autocontrole da sociedade midiática e imagética, pois a mídia se contrapõe à autoridade do adulto ao colocar em xeque o lugar de quem detém o saber e irá influenciar a criança e o adolescente. Há interferência nas brincadeiras (jogos eletrônicos aparecem como proposta aos mais novos) e rotinas estabelecidas (tempo destinado ao uso de redes sociais, assim como se dedica a outras atividades, como esporte, estudo e lazer), que se modificam desde a infância para comportar tudo o que esse cenário oferece. Fischer (1996) afirma que a mídia exerce influência de modo discreto e revestido de bondade. Essa tarefa é executada quando entra nas redes, mobilizando características particulares através do que se publica e compartilha como interesse. Responde, assim, o que a sociedade quer saber para que o adolescente se constitua membro dela.

com novas possibilidades de relacionar-se e subjetivar-se no mundo. Que essa pesquisa possa representar, portanto, um convite para que mais pessoas se afastem da repetição de discursos impregnados de culpabilização e desespero diante da imprevisibilidade dos desdobramentos de novos espaços de sociabilidade. Outras compreensões são requeridas sobre quem é o sujeito adolescente nesse cenário social e de quais maneiras essas novas formas de conexão vêm afetando sua produção subjetiva.

A sociabilidade, conceito definido por Simmel (1983), indica que instintos eróticos, interesses objetivos e religiosos de indivíduos distintos tornam-se fatores de sociabilização quando impulsionam indivíduos a se relacionarem. Assim, particularmente os adolescentes desse estudo, percebem e captam alguns dos interesses e conteúdos específicos de outros indivíduos. Ao misturarem com seus conteúdos particulares, um afetado pelo outro, emergem novos sujeitos em interação social.

Os adolescentes, quando passam a interagir com os indivíduos e o mundo, modificam o espaço e a si mesmos, como a imagem pessoal, para também atender à demanda do outro. Passam a mostrar-se de certa maneira em prol de melhorar seu reconhecimento pessoal. Um exemplo seria a adequação aos padrões de beleza, que difundem um corpo magro com fins de maior aceitação da imagem de si.

A imagem de si é abordada nessa pesquisa como compreensão que o indivíduo adolescente faz de si mesmo, extrapolando a dimensão da aparência ou corpórea. Assume uma dimensão mais abrangente ao envolver a percepção que o indivíduo tem de suas relações com o outro, as marcas dos locais de onde fala e as características que o definem como indivíduo em um contexto social. Ou seja, o conceito aborda a dimensão individual, quando fala de um adolescente único no mundo em suas maneiras de ser e se comportar, mas também social, ao captar as maneiras por meio das quais outras pessoas e a sociedade o afetam, transformando-o.

O que se pretende com essa pesquisa é compreender como a construção da imagem de si pelos adolescentes acontece, tendo em vista a interação social. Procuramos apreender o papel das redes sociais nesse processo e o modo pelo qual os adolescentes se apropriam delas. Para isso, consideramos a imagem de si (corporal), valorizada e mostrada pelos adolescentes nas redes, como ponto de partida para aproximação entre eles, que precisam mostrar quem são e quais os seus interesses para ampliarem suas possibilidades de comunicação.

O percurso adotado na pesquisa procura não apenas investigar, mas reconstruir a sociabilidade com base na observação *online* e na escuta de adolescentes

sobre como compreendem tal processo. Os pesquisados são estudantes do Ensino Médio de escola particular de Fortaleza, entre 14 e 16 anos.

Diante das considerações apontadas acima, a pergunta-chave que rege esta pesquisa é: ‘Como os adolescentes recorrem à construção da imagem de si nas redes sociais como forma de interação social?’. Objetivamos colaborar para a problematização na área de comunicação ao questionar as práticas midiáticas de incentivo ao consumo da própria imagem como estratégia de sociabilidade, relacionando tais aspectos com a constituição do indivíduo adolescente. Exploramos possibilidades de entendimento dos mecanismos de sociabilidade sem nos conformarmos apenas com a repetição do discurso de que adolescentes estão empregando horas a fio na utilização das redes sociais através da exibição pública das imagens de si, seja por fotos ou descrições em palavras.

Levantamos reflexões sobre o que motiva os adolescentes a se apropriarem da mídia de modo particular em relação aos adultos, bem como se há um nível significativo de criticidade por parte desses adolescentes sobre como esses processos comunicacionais acontecem *online*. Entendemos, desde os passos iniciais dessa pesquisa, que uma reflexão entre especialistas da infância, da adolescência e das famílias é relevante. Objetivamos, com isso, alcançar, principalmente, as crianças, os adolescentes e os jovens, sujeitos em desenvolvimento expostos desde cedo ao consumo de produtos que constituem as imagens/identidades.

Escolhemos a pesquisa qualitativa, na modalidade empírica, para contemplar as questões metodológicas. Desse modo, buscamos entender nosso objeto não reduzido à condição de dado numérico, como é comum nas pesquisas quantitativas, mas como fenômenos complexos situados em uma totalidade mais ampla que não está por ela abarcada integralmente, já que a pesquisa qualitativa não tem caráter representacional. As práticas e interações do sujeito acontecem na vida cotidiana, pressupondo que a pesquisa qualitativa contemple esse mesmo contexto, ao contrário de uma escolha que considera a pesquisa em laboratório, um ambiente artificial. Um exemplo de tais moldes de fazer pesquisa seria o estudo do conhecimento e da prática em que são analisadas as interações entre jovens e suas maneiras de lidar com estas em um campo delimitado (FLICK, 2004).

O autor supracitado afirma que a pesquisa qualitativa torna-se uma atitude de abertura e reflexividade, pois há interpretação de fenômenos sociais e apresentação das descobertas, delineando um novo desenho do todo sem desconsiderar os

procedimentos que envolvem uma pesquisa (obtenção e análise de dados, avaliação e apresentação de resultados). Por isso, é preciso, inicialmente, não enrijecer os passos da pesquisa, equiparando-os à receita de bolo, para deixar o campo falar sem que o pesquisador abandone a posição de observação (JACCOUD; MAYER, 2008). O pesquisador assume a posição indicada por Bourdieu (1999)⁶ de distanciamento dos conhecimentos prévios e de onipresença no campo-teórico simultaneamente. Um olhar externo às nuances internas é constituído, porém, participa do espaço para não se afastar do processo de produção de conhecimentos para a pesquisa.

O comprometimento ético deve ser condição para a realização de qualquer pesquisa, afinal, seu intuito é fornecer contribuição para a vida em sociedade e desenvolvimento dos indivíduos. No que se refere à pesquisa com adolescentes, a dimensão ética se intensifica para fazer valer a proteção dos mesmos, com base nos direitos expressos no Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (BRASIL, 2003). A ação reflexiva e relacional deve estar presente durante o procedimento integral da pesquisa, de maneira que o pesquisador não assuma uma observação dos dados como acabados ou dispostos para atender somente às questões metodológicas.

O método da pesquisa incluiu três fases integradas, de maneira que entrevistas e observação em grupo, por exemplo, aconteceram no mesmo período temporal. Inicialmente, realizamos uma observação participante no Grupo de Apoio de uma escola particular, promovido pelo Serviço de Orientação Educacional. Eu, psicóloga da instituição, e duas estagiárias de Psicologia dirigimos o grupo, prestando suporte psicossocial aos adolescentes de 1º e 2º anos do Ensino Médio. Trabalhamos temáticas como autoconhecimento, ansiedade, estresse e promoção da autoconfiança durante 05 (cinco) semanas, às sextas-feiras, durante 1 (uma) hora e meia, no contraturno dos alunos.

Participaram do grupo⁷ 10 (dez) adolescentes que não precisavam se conhecer e duas facilitadoras, sendo eu a coordenadora e dirigente das atividades.

⁶ O sociólogo colabora para o fazer pesquisa ao citar orientações preciosas como a não necessidade de exposição do pesquisador como num ‘show’, em que sua figura é evidenciada, e visão da metodologia como definidora do caráter científico do objeto, na medida em que auxilia na construção do mesmo. Construir o objeto é, para ele, converter o objeto em problema, pensando-o relacionalmente, livrando-se da repetição do que foi dito anteriormente por outros autores (conservadorismo estrutural). Realça o *habitus* científico como a possibilidade de aprender a fazer pesquisa realizando-a. Não há o que ensinar e o que aprender. É na prática que o cientista social obtém conhecimentos.

⁷ Para inscreverem-se, os alunos precisavam comparecer a sala de Serviço de Orientação Educacional, preencher uma ficha de sondagem (vide anexo, página 156) e trazerem uma lata de leite em pó para doação. As vagas eram limitadas em no máximo 20 (vinte) alunos para que o trabalho de escuta fosse melhor realizado.

Realizamos dinâmicas direcionadas às temáticas geradoras em cada reunião (autoconhecimento, ansiedade, medo e insegurança, estresse e promoção de autoconfiança), seguidas de momentos propiciadores de diálogo e reflexão sobre si, relaxamentos e rodas de conversa. Não se tratou de um grupo psicoterapêutico, mas de um apoio social para que os estudantes repensassem sobre os papéis desempenhados na escola, na família e na sociedade, contemplando o processo de constituição de si.

Nosso objetivo inicial não foi trabalhar com os adolescentes envolvidos no grupo, mas com outros estudantes que desejassem participar e investissem tempo significativo na utilização das redes. Porém, quando o grupo de apoio foi formado, o campo se apresentou. Os participantes trouxeram em seus discursos a presença do uso prolongado da internet, da interação através das redes sociais e a preocupação com a construção da imagem de si. Sensibilizou-nos não apenas o investimento quantitativo em tempo, mas a importância desse espaço para que pudessem se constituir como indivíduos e ampliar o campo relacional.

Além disso, desde o primeiro encontro, os adolescentes do grupo de apoio, copesquisadores, tiveram a ideia de construir um grupo fechado no *WhatsApp* para discutir, durante a semana, as questões mencionadas no grupo. Afirmaram que assim poderíamos interagir mais, sem nos restringir ao tempo definido do grupo presencial. Para registrar os momentos em grupo, foi utilizado um diário de campo com meus registros pessoais e a gravação de voz combinada com os integrantes. Em relação ao *WhatsApp*, as conversas foram gravadas pelo próprio mecanismo do programa.

Em seguida, selecionamos 05 (cinco) alunos, sendo 03 (três) do sexo feminino, maior em quantidade no grupo, e 02 (dois) participantes do sexo masculino, para a observação *online* (coleta de material da página pessoal no *Facebook*) e a realização de entrevistas em profundidade. O critério escolhido foi o balanceamento dos gêneros (masculino e feminino), a frequência da utilização da internet e a disponibilidade para serem entrevistados, já que essas aconteceram no turno da tarde, oposto ao horário das aulas curriculares. Procedemos, então, a análise do material coletado e/ou produzido nas fases de investigação detalhadas a seguir, tendo como categorias norteadoras as imagens de si e a sociabilidade.

Fase 1: Observação participante

Realizar uma observação participante é ir além de uma conduta científica clássica, pautada em parâmetros laboratoriais. Aproxima-se da antropologia ao considerar o conhecimento produzido na própria vivência ou relação entre adolescentes. Por mais que tenhamos a pretensão em buscar a objetividade requerida para a operacionalização de dados e informações, a pesquisa parte do ponto de vista relacional. Contemplamos uma relação subjetiva de uma pessoa (o adolescente) que fala para outras escutarem. O material disponibilizado nas redes ou no grupo é entendido a partir da condição social e afetiva individual.

Esta fase incluiu a participação no Grupo de Apoio, realizado na sala de academia de dança da escola, nas cinco sextas-feiras dos meses de março e abril de 2014, de 13h30 às 15h. O grupo iniciava com uma atividade de “quebra gelo” para que os participantes ficassem à vontade, colocassem conteúdos particulares e interagissem entre si com mais facilidade. Em seguida, fazíamos uma ou duas atividades direcionadas à temática de trabalho do encontro.

Apesar da divisão de temas de trabalho, constantemente as problemáticas se misturavam, refletindo a dificuldade em especificar temas (ansiedade, estresse, outros) em determinadas falas dos adolescentes. Um mesmo discurso trazido pelos adolescentes abrangiam dois temas ou mais, ainda que o encontro no grupo contemplasse apenas um deles no planejamento.

Presenciar um grupo de apoio aos adolescentes é trocar dados, símbolos e conhecimentos, por isso, trabalhamos com a estratégia metodológica de observação participante. Na medida em que eles nos afetam com a sua fala e vivência pessoal, fazemos o mesmo através da nossa presença profissional e humana em busca de oferecer apoio. Assim, tornamo-nos produtores de conhecimento junto aos pesquisados, abandonando a posição de meros observadores de algo já dado, mas que pode ser construído com base nesse encontro.

Não se trata de um trabalho completamente subjetivo e que, por isso, pode cair em “achismos”. Como diria Bourdieu (1999), fazer pesquisa compreende a necessidade de um rigor, porém, sem engessamento. O rigor não é abandonado, considerando que há fases metodológicas elencadas, leituras prévias de autores específicos, postura ética e comprometimento com os copesquisadores envolvidos.

Porém, o percurso metodológico passa a ser constituído quando percebemos que o material trazido por adolescentes pertence a sujeitos que, sem se darem conta, já estão pensando a própria realidade social para, assim, construirmos a pesquisa juntos.

Brandão (2007, p. 14) assume que a pesquisa participante começa de uma atitude de envolvimento pessoal do pesquisador com as pessoas, com o contexto da pesquisa e com os dados do trabalho científico. Mais que um controle de variáveis quando se concebe uma pesquisa experimental ou laboratorial. Numa pesquisa participativa, os dados aparecem na própria prática do trabalho de campo. Assim aconteceu conosco, ao realizarmos uma prática de psicóloga educacional, imersa num ambiente de adolescentes, em que os copesquisadores trouxeram materiais a serem explorados. O campo passou a ser lugar de participação e compartilhamento, não somente de observação.

Para que esse participar faça com que eu me identifique mais de perto como uma pessoa não deles, mas próxima deles, daqueles que eu pesquiso. Quando anoto se trata de um momento em que eu, inclusive, procuro me retirar de cena, não me tornar muito visível, me fazer um pouco opaco, para muito mais ver e procurar entender do que perguntar.

Os integrantes interagem entre si, além do grupo semanal, no *WhatsApp*, em horários de comum acordo (a partir de 20h). Procuramos observar quais as relações estabelecidas entre eles, apreendendo de que forma eles utilizavam o aplicativo da rede social em questão. Questões como as seguintes apareceram: Quem mais faz uso do aplicativo? Quem pouco o faz? Quais são as temáticas de destaques nos diálogos estabelecidos? As imagens de si aparecem de que forma em seus diálogos?

O grupo focal, apesar de não ser essa a proposta metodológica da pesquisa, aproxima-se pela definição de “discussão de grupo”, empregada atualmente em pesquisas que envolvem mídia e *marketing* (FLICK, 2004). Um espaço para discussão contribui para identificar a diversidade e promover a singularidade de jovens, revelando, ainda, conhecimentos ou representações sociais. O grupo de apoio constituiu um ambiente físico e simbólico entre jovens, enquanto seus enunciados sobre o contexto no qual estão inseridos representavam um importante recurso para obtenção de elementos relativos à participação de jovens em redes sociais.

A opção por utilizar tal estratégia metodológica contemplou os argumentos mencionados abaixo:

Uma coisa é o que as pessoas dizem a respeito disso, outra coisa é aquilo que o antropólogo vê, aquilo que o pesquisador vê acontecendo [...] Outra coisa é isso que eu chamo a observação participante, que é esse conviver mais livre, mais pessoal, com a situação que implica um envolvimento pessoal e implica um participar de momentos, de uma discussão com as pessoas que conversam no sindicato; ou participar de uma dança; ou participar de um ritual religioso; ou participar de um trabalho. Outra coisa é a entrevista que produz dado. (BRANDÃO, 2007, p. 15).

Durante a entrevista em profundidade, o adolescente pode estar preso aos discursos estabelecidos, prontos e defendidos sem uma reflexão anterior, fazendo-os por mera repetição ou imitação. Porém, o que aparece no cotidiano do grupo presencial e *online* nem sempre atende ao que foi dito num momento particular, feito com elaboração lógica racional.

Apesar do foco do grupo não ser exclusivo sobre a vivência nas redes sociais, conforme o enfoque dado nessa pesquisa, aproveitamos os recortes que envolviam a internet, o consumo e as imagens/identidades. Na modalidade grupal, eles puderam confirmar pontos de vista, repetir ou não falas específicas, ou, em contrapartida, expressar opiniões contrárias, como discordarem entre si e negarem afirmações anteriores, como na entrevista em profundidade.

Fase 2: Observação *Online*

A realização da fase de observação direta *online* atendeu a necessidade de compreender como as práticas sociais de interesse da pesquisa acontecem sem considerar apenas os conteúdos verbalizados pelos participantes nas outras fases metodológicas. Apesar das dificuldades apontadas, como a presença da subjetividade da pesquisadora, a impossibilidade de generalização dos dados diante de uma amostragem pequena, a lentidão na abordagem por observação, tais aspectos não excluem a possibilidade da observação ser vista como técnica de identificação das práticas sociais não manipuladas pelo discurso (JACCOUD; MAYER, 2008).

Gaskell (2002) diferencia a observação participante da entrevista em profundidade (próxima fase) como a que se preocupa com a conversação continuada menos estruturada. Apreende-se o conhecimento local e elementos da cultura por um período maior que aquele destinado à entrevista. Para isso, selecionamos 05 (cinco)

adolescentes, de ambos os sexos, participantes do Grupo de Apoio da escola, convidados a participar das entrevistas em profundidade. O requisito era ter, principalmente, interesse em participar da pesquisa e possuir a autorização dos pais ou responsáveis para isso. Enviamos aos pais o termo de consentimento livre e esclarecido⁸ para que lessem, entrassem em contato caso houvesse dúvidas e assinassem com a finalidade de garantir a participação do adolescente na pesquisa.

A escolha pelos adolescentes situados em rede particular de ensino reconhece a tendência de mais fácil acesso aos aparatos tecnológicos recentes, como celulares de marca *iPhone* ou *Galaxy*. Dados da pesquisa TIC *Kids Online* Brasil (2013) também evidenciam que o percentual do uso da internet sobre o total da população de classe social A é de 97%, B de 78%, C de 49% e D/E de 17%, corroborando para a concepção de que o uso crescente da internet acompanha a elevação da classe social.

Com base nos dados de acesso indicados pelos copesquisadores, coletamos conteúdos de postagens recentes (datadas de janeiro a abril de 2014) no *Facebook* e documentamos para análises posteriores. Além disso, os diálogos trazidos no grupo do *WhatsApp* foram arquivados para investigação mediante opção disponibilizada para salvar conversas do próprio aplicativo.

As coletas individuais complementam a análise coletiva no grupo de apoio e *WhatsApp*. A pretensão foi analisar as maneiras particulares que os adolescentes se apropriam da rede *Facebook*, como quais publicações são feitas (interesse em fotos, textos), quais imagens são disponibilizadas *online* e o que caracteriza sua rede de amigos (conhecidos, amigos com convivência fora da rede, amigos de amigos e desconhecidos).

Fase 3: Entrevistas em profundidade

Na fase 3, foram realizadas entrevistas em profundidade com 05 (cinco) adolescentes participantes do grupo. Partindo do pensamento de Poupart (2008), podemos inferir considerações epistemológicas, éticas, políticas e metodológicas através do seu emprego. Concebidas como vias de acesso às realidades sociais, são

⁸ O termo de consentimento livre e esclarecido foi assinado pelos pais e/ou responsáveis. Vide modelo em anexo.

consideradas pelos interacionistas como instrumentos de exploração dos sentidos que os atores fornecem às ações realizadas. Através delas, coletamos como os indivíduos representam o mundo, vivenciam determinadas situações, constroem e mantêm as relações sociais.

Na perspectiva ética e política, as entrevistas são consideradas instrumentos para inferir as misérias do mundo, como diria Bourdieu (1990), pois denunciam exclusões, práticas discriminatórias, desviantes ou marginais. Vistas como método, as entrevistas permitem coleta e produção de informações sobre os tipos de funcionamento de uma determinada formação social, como, por exemplo, os discursos comumente utilizados que demonstram a apropriação do espaço das redes para construir a imagem de si.

Gaskell (2002) afirma que a utilização da metodologia qualitativa como a entrevista em profundidade individual considera que o mundo social é construído por pessoas na vida cotidiana. A entrevista aparece, então, como recurso de mapeamento e compreensão do mundo interpretativo dos adolescentes que constroem sua imagem com base nas relações com as redes sociais. Assim, torna-se vital a combinação com outros métodos, como o abordado anteriormente, de observação participante. A intenção é melhorar a qualidade do entendimento da interpretação e fornecer pistas para o desenrolar da pesquisa, entre elas, as descobertas de discursos encobertos no momento grupal.

As entrevistas aconteceram no ambiente escolar, na sala do Serviço de Orientação Educacional, em horário oposto ao curricular. A duração foi de 40 (quarenta) minutos a 01 (uma) hora. A entrevista foi semiestruturada, através da construção de um tópico-guia⁹. Havia uma estrutura de perguntas a serem feitas, porém, não engessada, permitindo comentários e discursos não previstos no roteiro inicial. A autorização para gravação foi solicitada no início da entrevista.

Buscamos estabelecer exposição de pontos de vista sobre as questões abordadas. A relação de confiança já iniciada no Grupo de Apoio foi importante para estabelecer o diálogo nessa fase. Procuramos utilizar palavras simples, que favorecessem o entendimento por parte dos adolescentes, aumentando a possibilidade de descrição e contação de suas próprias histórias.

⁹ O tópico guia é planejado a fim de que se cumpram os objetivos da pesquisa. Através de uma leitura crítica da bibliografia, um reconhecimento do campo e criatividade, há um esquema com títulos de parágrafos que funcionem como um lembrete ao pesquisador para referenciar questões específicas a serem trabalhadas (GASKELL, 2002).

Do ponto de vista da estrutura dessa dissertação, tratei do percurso da construção do objeto, da delimitação e relevância acadêmica da temática nesse primeiro capítulo. Apresentamos de modo inicial a questão do uso das redes sociais pelos adolescentes, destacando os métodos que mais atendem ao que a pesquisa propõe. Apoiamo-nos em autores como Gaskell (2002), Poupart (2008), Jaccoud & Mayer (2008) e Flick (2004).

O segundo capítulo traz uma exposição sobre o panorama da adolescência, evidenciando o percurso que a tornou categoria do desenvolvimento e foco de atenção da sociedade. Em seguida, discutimos o uso das imagens de si nas redes sociais, em que os indivíduos consomem ideias, estilos, modos de vida, vestimentas para se definir como tal, expõem-se e viram alvo de consumo para outros indivíduos.

Autores como Ariès (1981), Heywood (2004), Avanzini (1980), Calligaris (2000) são importantes para discutir a adolescência. Quanto à problematização sobre o consumo das imagens, Canclini (2008), Baudrillard (1995) e Lipovetsky (2007) contribuem para a discussão, enquanto o exibicionismo e identidades são tratados por teóricos como Guy Debord (1995), Riesman (1995) e Sibilia (2008).

No terceiro capítulo, discutimos sobre como acontece a sociabilidade dos adolescentes a partir de novas possibilidades de construção das interações. Inicialmente, fazemos uma exposição do que é considerado comunicação entre os adolescentes copesquisadores, seguida de uma contextualização da sociabilidade nas redes sociais. A discussão é embasada por autores como Vaz (2006), Recuero (2009), Sibilia (2008) e Ribeiro & Braga (2011).

Abordamos os relatos de atividades no grupo de apoio em que apareceram os conteúdos da pesquisa, como presença de comentários sobre a imagem de si, comunicação e internet. Partimos da concepção de que a participação nas redes sociais garante a manutenção das relações consigo e com o mundo, pois representa a possibilidade de estar sempre em comunicação.

O capítulo 4 propõe uma análise dos dados da pesquisa com base no que trazemos como imagem de si. Inicialmente, abordamos a relação entre as redes sociais e imagens, a primeira funcionando como mostra de expressões de si por possibilitar amostragem de imagens físicas do sujeito adolescente participante e características que o definem a partir delas.

Abordamos a imagem espetacularizada através da concepção do indivíduo adolescente como personagem, aproximando do conceito de Goffman (1985) e sobre

performance e personalidade com o auxílio de Schechner (2006), Sennett (1999), Riesman (1995) e Sibilis (2008). O corpo aparece como a própria imagem, sendo detentor da identidade do adolescente por não corresponder apenas à delimitação física. Fischer (1996), Freitas (2012), Foucault (1985), Gadelha (2009) e Vaz (2006) fomentam essa explicação, em que articulamos a teoria às falas dos adolescentes.

Começamos a discussão no próximo capítulo, realizando um percurso de categorização da adolescência. Para isso, fazemos um delineamento histórico do contexto educativo, o qual aparece como facilitador para que crianças, adolescentes e adultos sejam vistos sem distinção, seguidos do reconhecimento das categorias específicas do desenvolvimento. O indivíduo, principalmente no período da adolescência e início da fase adulta, permanece um tempo mais alargado na escola a fim de preparar-se para o mercado de trabalho com mais eficiência e competência intelectual.

2 A ADOLESCÊNCIA E A RELAÇÃO COM O CONSUMO EM REDE

Este capítulo trata de uma discussão sobre uma adolescência que, para ser considerada contemporânea, precisa ser contextualizada. Uma definição principal pode não ser possível, haja vista que, para alguns pesquisadores e parte do senso comum, esse período corresponde a uma fase e para outros pode representar uma vida inteira quando relacionada ao ideal de juventude, de ápice de beleza e bem-estar. Foi marcada historicamente por um caráter exclusivamente biológico ou social de maneira que ainda é possível presenciar os resquícios de visões extremistas. Bruno, um dos entrevistados, permitiu-se comparar a adolescência e juventude:

Para mim, adolescente é um período. Puberdade, ir à escola, essas coisas assim. Jovem está no sentido de ser uma pessoa nova. Para mim é até os 20 anos. Passando a segunda década da vida é muito tempo, não acha? (BRUNO).

A concepção de Bruno mostra a juventude equivalente ao novo que perdura até os 20 anos, enquanto a adolescência compreende um período em que coincide com a permanência na escola. Tal perspectiva parece marcada por categorizações que almejam definir cada uma delas de maneira separada, sem que se considere uma existência simultânea. Um adolescente pode ser um jovem, assim como um adulto, pós 20 anos, pode permanecer jovem e com características similares aos de um adolescente, permanecendo em instituições educativas por período mais extenso. Tratamos de concepções polarizadas nesse capítulo, esforçando-nos para fomentar uma visão complementar e não excludente.

Determinadas visões, como a psicanalítica (ABERASTURY; KNOBEL, 1981), considera a adolescência como fase de mudanças físicas e inevitáveis crises emocionais, enquanto a noção de juventude se aproxima de uma visão social, definida com base em lutas e conquistas pela liberdade e posição na sociedade (OZELLA, 2002). Não há como separar o social do biológico nem sobrepor uma área à outra. Afinal, constantemente, o adolescente, que vive um período de transformações biológicas através da mudança da imagem corporal assume determinadas condutas sociais, como aproximar-se de determinados grupos, comunicar-se e demarcar a própria atuação no mundo.

A adolescência contextualizada no primeiro tópico deste capítulo presume que o conceito é antigo. Nos séculos XV a XVII, mesmo no âmbito educativo, não ha-

via diferenciação entre crianças, adolescentes e adultos, seja na disposição em salas de aula para o ensino básico, em que os três segmentos permaneciam juntos, ou na ausência de visão dos infantes como sujeitos peculiares.

Ainda que seja desconsiderada a dimensão de sujeito, são notórias as demarcações e diferenças entre corpo infantil e adolescente, assim como há aproximações de corpo adolescente e adulto. Porém, o adolescente não se torna proprietário do seu corpo, tendo que submetê-lo, ainda, aos cuidados de mais velhos, que os proíbem de utilizá-lo para obter o prazer no sexo e para fins de procriação.

O adolescente de quem falamos estabelece redes de contato através do uso das mídias para se definir como indivíduo e conceber a sociedade de determinadas maneiras. De acordo com Sampaio (2012, p. 123):

As mídias ocupam, assim, um lugar de destaque nos processos de construção da realidade social, pois constituem a referência comum que permite a cada um certificar-se da própria leitura, dos modos de ver, compreender e nomear o mundo. O modo como os jovens veem a sociedade e o seu lugar na sociedade é, portanto, fortemente estabelecido com base neste contato cotidiano com as mídias. Em outras palavras, embora cada um se aproprie delas a seu modo, é pautado por referenciais comuns, nela privilegiados em detrimento de outros.

Permanecer fora do ambiente de interação, sem participação, não é uma opção sempre cogitada, afinal, as redes sociais, por intermédio da internet, podem vir a se constituir lugares preferidos para a socialização entre semelhantes. O uso desses recursos é problematizado nos últimos tópicos do capítulo, primeiramente pela quantidade de horas empregadas na utilização e, ainda, pelo uso das redes implicarem exposição ao consumo.

Mesmo que haja cuidado com os conteúdos de si publicizados em rede, a imagem específica começa a ser definida pelo adolescente ao inserir-se, dispor de um nome, um lugar de onde fala sobre preferências e interesses buscados nesse espaço, indicando o que precisa consumir para manter-se objeto de consumo para os outros. Dispor de uma foto com a própria imagem completa a exposição inicial. Então, a rede social pode ser considerada um recurso de exibição para que o mundo o perceba como indivíduo capaz de mostrar-se e comunicar-se com os demais.

O que nos interessa, como pesquisadores comunicacionais, não é apenas o que é exposto, mas como isso acontece. A intimidade não pertence apenas ao âmbito privado, escancarando-a para aqueles que os veem em rede. Para ser visto como alguém

interessante, jovem, “descolado” ou qualquer outro objetivo particular, manifesta os conteúdos íntimos e pode consumir ideias, vestimentas e ferramentas. Assim, intensifica as chances de vir a se tornar visível e não desprezável pelo grupo de semelhantes. Esse fenômeno social pode corroborar para a discussão sobre o que é a sociedade do consumo e como esse adolescente permanece nela, apropriando-se, não apenas de produtos, mas de símbolos da juventude e felicidade.

2.1 Breve historicização da adolescência

O desenvolvimento humano do adolescente acompanha o percurso da educação. Ariès (1981) analisa as marcas da indistinção de crianças, adolescentes e adultos no ambiente educacional quando, no século XV, a educação se restringia aos cuidados da escola da catedral, os cônegos¹⁰. Sendo o conhecimento capaz de uni-los, a criança e o adolescente permaneciam na mesma sala de aula de um adulto, ouvindo e repetindo a leitura de determinados livros que não se enquadravam na literatura infantil.

O que era vivido na escola acontecia em outros ambientes. As crianças, desde os 10 anos, tinham a aprendizagem confiada a terceiros, entre esses, a família do clérigo, responsável por fornecer moradia e alimentação. Eles misturavam crianças, jovens e velhos no mesmo quarto, quando esperamos que o mesmo corresponda, via de regra, a um ambiente particular.

Os estudantes de gramática, iniciantes na alfabetização, foram os primeiros a serem separados das classes escolares. Em seguida, aconteceu o mesmo com os estudantes de lógica e de física. Foi utilizado o critério da disciplina e não de atenção ao período específico de desenvolvimento. Apesar disso, continuava a ser permitido exercer funções semelhantes aos adultos em ambientes externos à escola, como trabalhar e responsabilizar-se pelos lares, impossibilitando o surgimento concreto da delimitação entre a categoria infantil, juvenil e vida adulta.

¹⁰ As escolas do século XV eram submetidas à hierarquia autoritária, formada por administradores e professores, sendo ensinada na comunidade local. Entre os séculos XV ao XVII, surgiram instituições escolares formadas por colégios doutrinários e religiosos com ausência do modelo de internato presente até o século XIV. A disciplina, ordem, vigilância conduziu a escola anteriormente medieval aos colégios modernos, sendo tais características marcantes no enquadramento da educação escolar de crianças e adolescentes (ARIÈS, 1981).

A distinção entre classes de homens com mais de 20 anos e estudantes entre 12 e 18 anos ainda não era feita no início do século XIX. Foram separados apenas com o advento do ensino superior, pois os adolescentes deveriam se preparar com mais afinco que as crianças para garantir o ingresso posterior nessas outras instituições (ARIÈS, 1981).

Heywood (2004) aborda a infância e a adolescência a partir de 1900. Considera que os reformadores norte-americanos promoveram uma sacralização da infância, associando o lucro do trabalho infante-juvenil como uma maneira de profanar o sagrado. Nesse contexto, há um crescimento do sentimentalismo em relação à infância, culminando em protecionismo e valorização dos infantes e jovens.

O mesmo movimento aconteceu em relação à adolescência, quando Stanley Hall (1904), em “Adolescência”, popularizou o conceito, trazendo-a como um novo nascimento, etapa transitória. A infância era vista como período selvagem, enquanto tempestade e tensão eram características universais e fisiológicas da puberdade, desconsiderando o ambiente social e cultural do indivíduo. A duração corresponde ao período entre 14 e 25 anos, por serem marcados por impulsos contraditórios de entusiasmo e letargia, euforia e melancolia, egoísmo e altruísmo.

O interesse nos adolescentes foi impulsionado pelos jovens estarem segregados dos adultos através das escolas organizadas por faixa etária. Havia uma ansiedade em relação ao futuro almejado, principalmente após o período do século XIX, correspondente à era industrial recém-surgida.

A Europa vivenciava um momento de aumento na concorrência, em que as potências antigas temiam ser superadas pelos alemães, russos, norte-americanos e japoneses. Porém, a insegurança atingiu a todos: ingleses se sentiram inseguros com o apreço pela eficiência nacional como palavra de ordem e o Ocidente intensificou a preocupação com a condição física e moral das populações. Nesse contexto, Hall, citado por Heywood (2004), indicou que os jovens não deveriam se perverter, cair em tentações e ocupações sedentárias, tendo que cuidar da saúde, da moral e da educação das gerações atuais e vindouras. Com isso, emergiram estudos sobre crianças e movimentos organizados particulares da criança e do adolescente, como os *Child Studies* e os Escoteiros.

Para Avanzini (1980), a adolescência é considerada o tempo de acesso à profissão. Exige-se um período maior de formação, intensificação do nível cultural para enfrentar as disputas industriais e, por isso, torna-se um período civilizatório.

Entretanto, perdura, na contemporaneidade, a ausência de oportunidades escolares e de mercado para todos. Um nível econômico maior ou amplo acesso à boa educação pode indicar mais possibilidades de escolhas profissionais. Esse fato ameaça o que denominamos como modelo de regime democrático, de igualdade em oportunidade para os demais cidadãos.

Corroborando para o questionamento sobre a concepção da adolescência como período de preparação para o trabalho ter a ciência de que, desde o século XIX, as crianças já tinham acesso ao trabalho, agindo como adultos, sem nenhum aprimoramento intelectual ou exigência de amadurecimento corporal para trabalhos que exigiam funções braçais. Além disso, apesar de mais crianças e adolescentes brasileiros irem às escolas hoje, como as de classes populares, comunidades rurais e operárias, há discrepância na qualidade das redes de ensino, seja na infraestrutura, na alimentação e nas possibilidades de acesso à aprendizagem. A desigualdade de direitos acompanha desde o princípio o contexto educacional, sendo maquiadas e minimizadas por políticas públicas de proteção ao menor que garantem o ensino básico¹¹.

O movimento de produção capitalística fortalece a necessidade de preparar o ingressante para o mercado de trabalho, incitando a criança a permanecer mais tempo na escola para qualificar-se. Exige-se não apenas mais mão-de-obra, mas melhor qualificada. Porém, alguns artigos, como o de Moreira, Rosário e Santos (2011), defendem a concepção de que o marco da adolescência não é o de proximidade à entrada no mercado de trabalho e sim a inserção no mundo adulto, implicando novas responsabilidades e experiências, como desenvolvimento da autonomia e realização de escolhas, como a profissional.

O adolescente não corresponde, portanto, ao mero reflexo do social, conforme afirma Ozella (2002), autor referência nas produções acadêmicas que privilegiam a dimensão social. Há uma influência mútua na ação do adolescente na sociedade e vice-versa, quando essa configura modos de ser, estar e cumprir função

¹¹ A educação brasileira divide-se em educação básica e educação superior. A educação básica compete a três etapas: educação infantil, ensino fundamental e ensino médio. A lei garante o ensino básico obrigatório:

I - educação básica obrigatória e gratuita dos 4 (quatro) aos 17 (dezessete) anos de idade, assegurada inclusive sua oferta gratuita para todos os que a ela não tiveram acesso na idade própria; (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 59, de 2009) (Vide Emenda Constitucional nº 59, de 2009).

O congresso nacional sancionou o Plano Nacional de Educação (PNE) 2011/2020 como estratégia de monitoração da qualidade da educação. Com base no artigo 214 da Constituição Federal, uma das diretrizes do PNE-2011/2020 inciso II é a “universalização do atendimento escolar” (PORTAL EDUCAÇÃO, 2014).

social no mundo.

O interesse no tema aumentou após o crescimento percentual da população jovem mundial no contexto pós-guerra (OSÓRIO, 1989). Entretanto, as definições tendem a parecer extremistas quando abrangem o social ou o biológico, uma crise factual ou uma fase de nostalgia ao corresponder às lembranças para os mais velhos.

Após a contextualização histórica, abordamos no próximo subitem a concepção de adolescente e jovem. Assim como a visão de adolescência e puberdade pode admitir uma separação na definição, adolescência e juventude também são categorizadas separadamente. Nosso intuito principal é convidá-las ao diálogo.

2.1.2 O sujeito adolescente e o jovem atual

Definida pela Organização Mundial da Saúde (1965), a adolescência é uma fase compreendida entre 10 e 19 anos, coincidindo com a faixa etária estabelecida pelo Ministério da Saúde do Brasil (BRASIL, 2007) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BRASIL, 2007). Tratando-se de uma fase na qual ocorrem mudanças corporais, torna a concepção mais atrelada à puberdade que inicia por meados da faixa etária apontada. A inserção na vida adulta acontece, geralmente, na segunda década da vida, a adolescência contribui como fase preparatória para a mesma (FORMIGLI; COSTA; PORTO, 2000).

A compreensão da adolescência como crise, presente na obra de autores Knobel e Aberastury (1981), aproxima-se de uma perspectiva que reúne sentimentos de dor, tristeza, raiva e medo. Torna-se perigosa através do fato de perder de vista o ‘como’ e os ‘porquês’, deixando suspensa a visão da beleza das descobertas da vida, entre elas, o corpo, as paixões e as transformações.

A concepção de uma fase relacionada aos sentimentos nostálgicos pode também ser problematizada, já que o significado da palavra ‘fase’ remete ao passageiro, ao transitório, portanto, é passível de um fechamento. Há muito nos adultos dos adolescentes que eram, assim como há manifestação de um adulto no que os adolescentes já são, como o corpo hábil para gerar um filho e um olhar capaz de vislumbrar o mercado de trabalho.

A perspectiva de crise pode inferir, ainda, um sofrimento particular, que

escapa das dimensões psicológicas individuais. A adolescência é considerada um marco social, já que engloba não apenas determinado grupo de crianças crescidas, e sim, uma proporção crescente de indivíduos que têm acelerado o crescimento físico. Um exemplo seria o fenômeno da menarca acontecer cada vez mais cedo nas meninas, refletindo uma adultização sexual manifestada através de interesses juvenis em relação a gerações anteriores¹² (AVANZINI, 1980).

Calligaris (2000) define a adolescência como moratória, por requisitar novas habilidades e valores do indivíduo para concluir a inserção numa nova 'tribo'. Se isso não é conquistado através da imitação e o ingresso não é feito com sucesso, alguns sentimentos podem emergir, como a raiva, a ojeriza, o desprezo e a nostalgia. Esse é o mesmo adolescente que aprende a produzir, mas ainda não tem autorização para o trabalho. Se o faz é de modo marginal, conforme exemplo do trabalho infanto-juvenil.

O corpo chega à maturação necessária para desempenhar atividades como sexo e gravidez. Em contraposição, o ato de fazer sexo ainda pode permanecer encoberto pelos pais por motivos morais e religiosos. A gravidez, consequência temida por boa parte de adolescentes e pais, pode levar ao sentimento de perda de uma vida juvenil dedicada exclusivamente aos estudos.

Um novo corpo, apto ao trabalho e ao sexo, aumenta a busca por ideais de liberdade e autonomia. Entretanto, há uma distância para vivê-los em plenitude, uma vez que a moratória é instituída pela escola, família e mídia. O intuito seria a preservação da comunidade, principalmente quanto aos adolescentes que ainda não têm estruturas aquisitivas e emocionais para se inserirem no mundo adulto (CALLIGARIS, 2000).

Debesse (*apud* Avanzini, 1980) define a adolescência como problema, aproximando-a, ainda, de uma noção de crise. Há, conforme o autor da ciência da adolescência, um choque entre elementos incompatíveis: ser criança e adulto simultaneamente. O indivíduo adolescente apresenta atitudes de criança ao manifestar sintomas de dependência social e de afeto, seja de pais ou grupos de pertencimento, enquanto já se delinea um adulto nas dimensões sexuais (maturação corporal e ingresso na vida sexual) e intelectual (crescimento na apreensão cognitiva de novos

¹² Em reportagem para a Revista Viva Saúde, a pediatra Silvia Diez Castrilho (PUC Campinas) afirma que a primeira menarca varia conforme a população, sofrendo influências dos fatores genéticos, ambientais, nutricionais e socioeconômicos. Em relação às meninas brasileiras terem a primeira menstruação cada vez mais cedo, pode-se associar às condições climáticas e cultura, assim como às melhorias na qualidade de vida.

conhecimentos, noções de causalidade). Quando há um conflito entre essas duas questões, emerge um sentimento de revolta essencial para alcançar o fechamento do ciclo. Porém, o término acontece apenas quando uma possível maturidade afetiva é configurada.

A adolescência pode vir associada à noção de puberdade quando indicada como a primeira fase da adolescência, restrita às mudanças biológicas com o surgimento de caracteres sexuais secundários: pelos pubianos, mudança de voz, crescimento das glândulas mamárias, entre outros. Entretanto, a adolescência nem sempre coincide com o início da puberdade, sendo possível precedê-la ou sucedê-la por corresponder, prioritariamente, a um período de estabelecimento da identidade envolvendo fatores biológicos, psicológicos e socioculturais. A aquisição de imagem corporal adulta é originada por eventos associados aos fatores biológicos da primeira menstruação nas meninas e da ejaculação ou emissão de esperma nos meninos (OSÓRIO, 1989).

Osório (1989) diferencia a puberdade da adolescência com base na universalidade da primeira e a distingue da segunda pelas características socioculturais peculiares ao ambiente individual. A caracterização atende à redefinição da imagem corporal, afastamento dos pais, elaboração de lutos da condição infantil¹³, identificação com grupos de iguais e aceitação de rituais que conduzam ao ingresso na fase adulta.

O término desse período extrapola a execução de funções reprodutivas, como possibilidade de relacionamentos afetivos estáveis, habilidades para assumir compromissos profissionais, aquisição de sistema de valores e retorno à relação recíproca com os pais. Isso pode ser questionado quando são elencados exemplos de adultos instáveis, sem independência profissional. Permanecem mais tempo na casa dos pais, sinalizando possível continuação de características da adolescência.

Knobel e Aberastury (1981) compartilham concepções acerca da adolescência. Ambos concordam que não há estabilidade emocional no momento vivido pelo adolescente. Concebem uma crise normal na qual os fatores intrínsecos da personalidade em desenvolvimento influenciam os comportamentos de maneira direta. Aberastury afirma que o adolescente tem que administrar três lutos, sendo o primeiro o do próprio corpo infantil perdido, sentindo as mudanças internas como externas diante

¹³ Outra visão questionada é a da adolescência na América Latina ser considerada uma fase marcada pelo luto da infância (ABERASTURY; KNOBEL, 1981), o que é posto em discussão ao considerar que, mais que um luto ocasionado por perdas (corpo infantil e/ou pais idealizados), trata-se de um tempo de transformações sociais e emocionais. Não apenas se perde, e sim, passa por simbolizações do corpo, ganhando contornos que se assemelham ao corpo adulto.

do abandono da autoimagem infantil; o luto pelo papel e a identidade infantil, renunciando à dependência e falta de autonomia da infância; o luto pelos pais da infância, que envelhecem e devem se afastar e aceitar que os filhos não são mais crianças.

Diante do material coletado na página pessoal *Facebook*, observamos dados comuns em consonância com o afastamento dos pais e ênfase nas amizades. Há uma ferramenta na página em que se dispõem os membros da família, indicando os graus de parentescos. Entretanto, a maioria dos participantes, além de disporem poucas informações sobre isso, principalmente quando indicados os locais visitados e interesses, não sinalizam o perfil de pais e tios mais velhos. Um amigo pode aparecer como membro irmão.

Ilustração I - Membros da Família de Beatriz no *Facebook*



C. F.

Irmã



Ana Prado

Irmã



N. F.

Irmão



R. G.

Primo



L. A.

Primo



L. L.

Primo



L. J.

Primo



M. A.

Prima



R. O.

Prima



B. G.

Cunhada

Ilustração II - Membro da família de Fernando no *Facebook*



G. F.

Irmão

Apesar de se tratar de uma visão reducionista ao componente biológico a aproximação de semelhantes em idade e interesses, a concepção de Knobel e Aberastury (1981) permanecem atrelada ao crescimento corporal etário. Não podemos negar o componente social quando contemplamos, sobretudo, relações entre indivíduos. Na rede, mais importante que o reconhecimento dos pais, solicita-se o dos amigos, por isso, faz-se maior referência e fornece valor aos mesmos. Outra ilustração que demonstra a ênfase na amizade são as postagens nos aniversários de amigos na página pessoal, registrando-as como homenagens.

Ilustração III - Postagem Paula 'Aniversário da amiga'

Marina meu amor, parabeeeeens, hj eh seu dia, 14 anos ja? Valha.. Rs que Deus te abençoe e te ajude a realizar todos seu sonhos. Te amo muito, esses 7 anos de amizade, nao foram em vão. Nada separa, nada muda, na destrói , te amo

Curtir · Comentar



Ilustração IV - Postagem Fernando 'Aniversário do amigo'

*Ei gabriel, parabeeens td de bom parceiro q td que tu queira se realize e mt felicidades ... Deus te abençoe mlk !! @m***** @n***** — com Gabriel Fernandes e outras 3 pessoas.*



Torna-se problemático pressupor que Knobel e Aberastury (1981, p. 25) partem de uma visão de negação da condição sociocultural da adolescência, pois afirmam que há nos fundamentos dessa formulação “um embasamento psicobiológico que lhe dá características universais”. Dentre essas, há a busca de si mesmo e da identidade como consequência final da adolescência; a tendência grupal¹⁴ como comportamento defensivo para buscar uniformidade, segurança e estima pessoal; o processo de deslocalização temporal, balanceando necessidades, como busca por uma nova roupa com urgência para um evento no final de semana e de uma prova amanhã com paciência; separação progressiva dos pais¹⁵, conforme discutido anteriormente, e flutuação de humor através da alternância constante entre depressão e euforia.

Em relação à aproximação da adolescência com o conceito de juventude, são discutidas de maneiras aproximadas, vistas em interface e distanciadas, analisadas a partir de conceituações opostas. Nosso anseio é aproximá-las e não separá-las como conteúdos diferentes. Alguns marcos são considerados para a categorização, como fomentação de políticas públicas, no final dos anos 90, através do surgimento de discursos que apoiavam a importância da visão peculiar destinada à faixa etária do desenvolvimento. Em 2005, foi aprovada, no Congresso Nacional, a Política Nacional da Juventude, Lei 11.129/2009¹⁶, com a criação da Secretaria Nacional da Juventude e Conselho Nacional da Juventude para implementar e respaldar os direitos juvenis.

A concepção de juventude que aparece nos estudos acadêmicos é mais associada à ideia de sujeito, marcada por condicionantes sociais, históricos, políticos e relacionais. Corresponde ao período etário entre os 15 e 29 anos, a partir da Lei 12.852/13¹⁷. Ainda que haja o respaldo da lei, no Brasil, a faixa etária da juventude pode ser considerada abaixo dos 15 anos pela inserção no mundo do trabalho acontecer mais cedo (UNICEF, 2010).

¹⁴ Ver ilustrações III e IV, que evidenciam a busca por amizades individuais e grupais.

¹⁵ Ver Ilustração I e II (página 36-38). A ausência da menção dos pais como membros da família na rede social *Facebook*, ainda que esses possuam a rede, e a escolha pela exibição de amigos como familiares exemplifica a valorização do grupo de semelhantes.

¹⁶ O Programa Nacional de Inclusão de Jovens – ProJovem – é um programa federal instituído por medida provisória nº 238b de 01/02/2005, depois transformada na Lei 11.129/2009, e regulamentada pelo Decreto nº 5.557, de 05/10/2005. Tem como eixo estruturante a promoção do desenvolvimento integral dos jovens na educação, trabalho, cultura e acesso às tecnologias de informação, inclusão social de jovens em situação de vulnerabilidade.

¹⁷ De acordo com a Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, são considerados jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos. Os adolescentes entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos são amparados pela Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 2013).

Kehl (2004) considera que a cultura juvenil surgiu em 1950, principalmente nos Estados Unidos. Após a vitória e aprendizados obtidos com a participação na guerra, derrubaram a concepção de que, para se tornar visível, era preciso casar, gerenciar uma família com filhos educados na moral e civilidade. Nesse contexto, o jovem que rompesse com padrões morais e religiosos era visto como “transviado” ou “rebelde sem causa”.

No Brasil, na década de 60, o jovem que também rompesse com concepções morais e religiosas era elevado, assim como aconteceu com os norte-americanos, à categoria de opositor. Quando assumiram uma posição contrária ao autoritarismo dos governos brasileiros, fizeram emergir a subcultura, no caso, a contracultura. Romperam com padrões de vestimentas e comportamentos esperados, fazendo emergir movimentos como o *hippie*.

Atualmente, apesar dos movimentos sociais que marcaram a ida de jovens às ruas em meados de 2013, unidos por redes sociais *online*, ainda há a concepção do jovem marcado pela dimensão do individualismo, consumismo e indiferença (CANE-SIN; CHAVES; QUEIROZ, 2002). Essas noções são reforçadas pela concepção pós-moderna defendida por Harvey (1992)¹⁸. O homem moderno rompe com referências, enquanto que o pós-moderno não apenas o faz, como se apoia no imediatismo, sem precisar se sustentar em noções de tempo e lugar correspondentes.

A juventude tornou-se símbolo de felicidade e vivacidade, enquanto a velhice ou o estar envelhecendo, ainda que diante do aumento da qualidade de vida, entrou em declínio. Noções de busca do prazer (hedonismo), cultura do bem-estar e liberdade são evidenciadas junto com o ideário da juventude¹⁹.

Bourdieu (1990), em sua concepção de que “la ‘juventude’ no es más que una palabra”, considera que a juventude não tem características estabelecidas. Noções referentes às fases do desenvolvimento, no que concernem à juventude, **associam-se às** questões de luta pelo poder ao requerer certa administração financeira e a vivência plena da liberdade. Ir para o mercado de trabalho é virar adulto e ter dinheiro para comprar o que deseja, sair com os amigos, ser reconhecido. Distancia-se da atividade intelectual,

¹⁸ Harvey considera que tudo que é sólido ‘desmancha’ na modernidade, sendo uma sociedade vista a partir da efemeridade, fragmentação e mudanças caóticas. O que era considerado eterno e imutável foi posto em xeque por ideais de modernidade incitados pela Era Iluminista, que tinha como lema da Revolução Francesa a liberdade, a igualdade e a fraternidade. Havia a luta pelo domínio científico da natureza, apartado do mito, da religião e da superstição, através do acúmulo de conhecimentos pelo trabalho, emancipação e direitos iguais.

¹⁹ Abordaremos o pensamento de Lipovetsky no item sobre o consumo que enfatiza tais questões, como felicidade, noções de bem-estar e juventude relacionadas ao ato de consumir.

dos que apenas estudam, indo ao encontro do gerenciamento, de quem é capaz de administrar e, por isso, detém o poder. Estudar implica permanecer mais tempo na casa dos pais e na convivência precípua com os jovens, sendo algo próprio da juventude²⁰ e não da vida adulta.

Os jovens têm diferenças entre si apesar das aproximações biológicas, como as distinções pelas condições de vida, trabalho, tempo disponível, etc. Essas podem ser agrupadas em grupos de semelhantes. Apesar dessa semelhança com o mundo adulto, ainda permanecem crianças em muitos aspectos, por exemplo, quando permanecem na residência e no sustento dos pais por um período prolongado.

Há, segundo o sociólogo, um conflito entre gerações dos que gozam de possibilidades reais de atendimento às aspirações através do acesso à boa educação, e os que não têm o mesmo acesso. Os últimos são afastados de noções de pertencimento, produção e participação, corroborando para a ideia de que “o sistema escolar contribui para a reprodução dos privilégios” (BOURDIEU, 1990, p. 169). Assim, as distintas gerações têm relações específicas com o sistema escolar, a exemplo das mulheres adolescentes que tiveram acesso a uma preparação intelectual precária em relação aos homens, enfrentando um longo processo discriminatório. Assumiram a condição de únicas responsáveis pelas tarefas domésticas, papel que atualmente, é objeto de questionamento, trazendo à tona a luta por direitos iguais aos dos homens e dando início a um novo tipo de geração em que mulheres estão engajadas em atividades semelhantes.

No próximo tópico, percorreremos o caminho de análise dos meios, numa visão micro, analisando o conceito de mediação e no âmbito macro, o da midiaticização. Tais conceitos são relevantes no entendimento de que as mídias aparecem como transportadoras não apenas de tecnologia ou informações, mas de sentidos e maneiras de ser e se relacionar para o sujeito adolescente em questão.

2.2 O uso das redes sociais pelos adolescentes: da mediação à midiaticização

A instituição escolar não é a única que exerce influência na formação do

²⁰ Mais idosos e adultos buscam uma recolocação no mercado de trabalho, realizando cursos, ingressando em novas faculdades, sendo tais atitudes exclusivas de jovens anteriormente. Hoje, esse ideal de juventude é buscado culturalmente pela maioria.

adolescente, há, ainda, uma transversalidade dos meios de comunicação, como o jornal, a televisão e a internet. As mídias não se configuram como meras técnicas de divulgação de informação, mas um dos vetores promotores da maneira de ser, pensar e estar no mundo (AVANZINI, 1980). Uma das principais funções é comunicar o que diz o sistema escolar, a imprensa, as emissoras televisivas, o que garante maior influência na formação pessoal do adolescente, pois além de ser uma agência controladora de subjetividades, estabelece parceria com outras que desempenham tal função.

Os aparatos tecnológicos estão cada vez mais dominados por inovações, por isso, um celular perde o valor rapidamente ao surgir versões mais recentes. Sampaio (2012), apoiada em autores como Featherstone²¹, Appadurai²², Douglas e Isherwood²³, considera que não há apenas uma proliferação das mídias, como internet, celulares, *iPods*, *iPhones*, e sim processos de convergência de ordens diversas: tecnológica, mercadológica, cultural e social. Em razão disso, há um grande engano em conceber que os adolescentes estão interessados apenas na dimensão tecnológica, quando a motivação está na possibilidade de estar em comunicação com os outros, com a sociedade e com a rápida informação. Os meios proporcionam, assim, mecanismos para estabelecer diálogo, redes de convivência e participação com indivíduos e com a sociedade.

Os participantes das fases de observação online na página pessoal e entrevista em profundidade foram Ana (sexo feminino, 16 anos), Beatriz (sexo feminino, 15 anos), Bruno (sexo masculino, 16 anos), Fernando (sexo masculino, 16 anos) e Paula (14 anos). Todos os participantes se reconhecem como pertencentes à classe média, ainda que, Ana, por exemplo, tenha uma renda familiar maior, não considera que esteja no grupo de classe média alta.

Analisando o número de amigos dispostos em rede nos cinco perfis dos adolescentes no *Facebook*, os de menor quantidade são o de Fernando, com 750 (setecentos e cinquenta) amigos e Paula com 823 (oitocentos e vinte e três). Bruno

²¹ Discussão nas obras *Global culture* (1990) e *Consumer culture & postmodernism* (1991), em que concebe a análise do consumo com base fundamental nos processos de expansão capitalista da produção de mercadorias. Há uma ampla acumulação de uma cultura material cujo resultado é enorme crescimento de lazer, promoção da liberdade individual e acréscimo de capacidade de manipulação. Analisa um caráter sociológico a partir dos objetos e vínculos sociais associados a ele, como diferentes modos de utilização do produto para criar vínculos sociais. A dimensão do prazer aparece quando os objetos fomentam a excitação do corpo e prazeres estéticos.

²² O autor, em *The social life of things - Commodities in cultural perspective* (1986), enaltece, por exemplo, a dimensão política, no sentido amplo do conjunto de relações, suposições e disputas de poder, que articulam valor e troca das mercadorias.

²³ Em *The world of goods*, os autores enfatizam a dimensão cultural do consumo, quando se torna um processo ativo que redefine categorias sociais. Os usos dos objetos aparecem como sinalizadores para compreensão de estabelecimento e manutenção de relações.

totaliza 2.309 (dois mil e trezentos e nove) amigos, Ana 1.509 (hum mil quinhentos e nove) e Beatriz 1.078 (hum mil e setenta e oito). Nenhum dos participantes disse manter contato com o número total de participantes. Então, se cogitarmos tal rede social apenas atrelada ao estabelecimento de diálogo, essa visão se compromete.

Questionada sobre os amigos que mantém na rede, Ana mencionou que:

Não, tenho desconhecidos também. Só aceito quem estou ciente de que conheço, mas também não falo, é só por aceitar, porque não falo. No *WhatsApp* que não tenho. No *Facebook* tenho 1200 amigos. Muitos são daqui do colégio, que já saíram daqui, pessoal da igreja. Conheço muita gente daqui, de outros colégios, de Crateús. Desses 1000 e tanto, só falo com 2 amigas e quando tem grupo do colégio. (ANA)

De acordo com o dado disponibilizado em sua página pessoal no *Facebook*, Ana tem mais amigos que mencionou. Não saber ao certo quantos amigos têm na rede pode significar a falta de auto-observação, já que a quantidade de pessoas não corresponde aos contatos estabelecidos. Espera-se que o *WhatsApp*, rede utilizada no próprio celular, possua menos contatos, haja vista que esses correspondem ao número dos contatos salvos no celular. Com a opção de formação de grupos, o contato se amplia, inclusive com colegas de amigos.

As características de redes de convivência e participação dos indivíduos à sociedade atribuídas ao *Facebook* é inegável, ainda que não se trate de aprimoramento de diálogos com todos os contatos. Afinal, interagem, trocando informações de si, curtidas e compartilhamento de postagens. Tratando-se ou não de diálogos conforme os modelos disponíveis entre pessoas ao vivo ou se há maneiras peculiares que podem ser vistas como contato verbal pelos próprios adolescentes, não se torna nosso interesse julgá-los.

Martín-Barbero (2009), em “Dos meios às mediações”, foge da concepção de tecnologia como mediadora entre pessoas e mundo, encarando-a como mediadora da transformação da sociedade em mercado. Os mediadores socioculturais primeiros, como a escola, a família e a Igreja, intermediam essa modificação societal, massificando ao produzir em série bens simbólicos materiais, mas, principalmente, discursos repetidos. Há um consumo prioritário na rede de discursos, afinal, o adolescente consome discurso através da imagem do outro e, assim, pode elencar o que mais agrada ao público participante.

O autor afirma que a sociedade adquire discursos incorporados ao consumir, assim, tem consequências como a gestualidade (implicações do consumo nas condutas

corporais do indivíduo) e a interação social (consumo direciona ao reconhecimento dos outros e estabelecimento de zonas de comunicação). Isso pode ser visto quando se analisa o movimento de consumo de adolescentes, que não compram determinada vestimenta pela qualidade da marca “x” e não “y”, e sim, pelo reconhecimento obtido através dela²⁴.

Fotografia I- Foto perfil Fernando



Na fotografia acima, presenciamos a foto de Fernando, escolhida para ser a principal do perfil, já que o localizamos na rede através dela e é a primeira a ser vista ao clicarmos em sua página. Quando o questionei o motivo da escolha, ele afirmou: “Tô muito estiloso nessa foto. Óculos *Ray Ban* me deixa mais f***. Tem a camisa da *Abercrombie Fitch*” (sic). O estilo não vem da marca em si, mas, principalmente, do valor socialmente atribuído a ela. Entre colegas, a cultura estrangeira permanece em alta, por não serem roupas difundidas com facilidade e com menor valor monetário no Brasil.

No pensamento de Martín-Barbero (2009), a comunicação aparece como produto da indústria cultural a fim de que a sociedade assimile imagens da modernização e de mudanças tecnológicas que não atendem ao prolongamento de sistemas de valores, ética e virtudes cívicas anteriormente mais enfatizadas. Há um movimento de interesses contrapostos próprios da institucionalização que favorece processos de dominação cultural, busca pela apreensão e exercício livre do poder. Um exemplo seria a ênfase no estrangeirismo, como no caso de Fernando, que opta por

²⁴ Martín-Barbero desenvolveu a Teoria das Mediações Culturais, compreendendo o processo comunicacional através de dispositivos socioculturais pela emissão e recepção de mensagens. Difundindo os Estudos Culturais, observou que o ser humano não funcionava como receptor passivo, por isso, atualmente, também percebemos resquícios da concepção dele sobre o consumo e discursos simbólicos expressos nesse parágrafo.

vestimentas e acessórios de marcas internacionais.

O conceito de cultura, ainda que sujeita à dominação e exploração estrangeira, sempre teve relevância, pois pensando com a antropologia, tudo é cultura, incluindo artes, saúde, trabalho, violência ou política. As matrizes culturais, vistas por Martín-Barbero (2009), constituem uma relação com as competências de recepção ou consumo de mediação pelas histórias de mudanças da prática cotidiana, relação de atores sociais entre si e com o poder, por representarem fatores que moldam a cultura. A lógica de produção, por sua vez, não atende ao desenvolvimento da técnica em si como produtora da realidade da sociedade, mas por exigência competitiva do mercado. O consumo aparece carregado de uma ritualidade quando se concebem as regras obtidas através das experiências de sentidos individuais, hábitos pessoais e nível educacional particular.

Avanzini (1980) considera que a grande influência dos meios de comunicação vai ao encontro dos ideais de felicidade, juventude, sexualidade, trunfo social, segurança afetiva e financeira, indicando caminhos para consegui-los pelo consumo e não na hipervalorização do tecnológico. Ao contrário do meio escolar, destinado à contribuição intelectual, racional e objetiva, os meios de comunicação não fazem pensar, mas auxiliam a sonhar. O indivíduo que se encontra inferiorizado sentirá mais prazer em imaginar os trunfos quanto menos experimentar a realidade física, instalando-se no fictício proporcionado pelo acesso às redes sociais virtuais.

A concepção acima concorda com as proposições de Baudrillard (1995), quando afirma que na medida em que os vínculos midiáticos e pós-modernos compreendem símbolos da cultura da mídia, como imagens, sons, propagandas, aparentam ser mais reais que a própria realidade física e social. Concepções de realidade física caem por terra quando importa a dimensão do desejo, nem que para isso seja preciso atuar no mundo como se vivêssemos em um baile de máscaras de informações. Isso pode justificar o anseio dos jovens, que compartilham nas redes sociais situações, lugares visitados, pessoas com quem estavam, fotografias de alimentos e roupas consumidas, publicizando para inferir que as vivências realmente aconteceram.

Um exemplo de compartilhamento é o de Bruno, que postou 62 (sessenta e dois) lugares visitados, do colégio às festas, nos últimos 04 (quatro) meses. Além de disponibilizar a localização, marcava os amigos que o acompanhavam, fazendo referência de como estava determinado local (horários, interesses).

Ilustração V - Postagem Bruno 'Locais visitados'



Com os brothers na beach. Pode pá

[Curtir](#) · [Comentar](#)

25curtidas1comentários



2h da manha na festa do Dé

[Curtir](#) · [Comentar](#)

60curtidas



Shopping

[Curtir](#) · [Comentar](#)

37curtidas7comentários



Chegando agora da festa às 5h

[Curtir](#) · [Comentar](#)

25curtidas

Sampaio (2012) discute esse tipo de prática usual de Bruno como expressão da necessidade de mencionar conteúdos particulares nas redes para, deste modo, fazer surgir o real. Anteriormente negado e recalcado, essa função é nomeada por “esconjurar”, aparecer a partir do consumo de imagens, fatos e informações para “conjurar” o real. Aparece como se presenciássemos um consumo do real através do virtual, porém, apenas uma “vertigem da realidade”, afinal, o que há expresso no virtual são signos, vistos como recortes disfarçados de realidade. Bruno informa, com a publicação de ida a uma festa, não apenas o local que está frequentando, mas símbolos da liberdade vivenciada pelo adolescente que não acontecia na infância.

Vivemos desta maneira ao abrigo dos signos e na recusa do real. Segurança miraculosa: ao contemplarmos as imagens do mundo, quem distinguirá esta breve irrupção da realidade do prazer profundo de nela não participar. A imagem, o signo, a mensagem, tudo o que “consumimos”, é a própria tranquilidade selada pela distância ao mundo e que ilude, mais do que compromete, a alusão violenta ao real (BAUDRILLARD, 1995, p. 25).

A autora aponta contribuições baudrillardianas importantes, como a dimensão sógnica dos objetos, relevância do consumo para definir aspectos da cultura contemporânea e distanciamento da realidade para emergir o signo. Porém, não se furta a fazer questionamentos sobre a suposta existência de uma realidade sógnica sobreposta à realidade das vivências e das relações sociais, como se existisse uma substituição da experiência coletiva da relação do indivíduo com a realidade factual. Um exemplo seria a apresentação da publicidade como discurso sobre o objeto revelador, de “pura conotação” ao refletir apenas o desejo das pessoas de se sentirem amadas. O indivíduo aliena-se da dimensão do objeto ao constituir uma maneira de comunicação própria da

cultura contemporânea, sinalizando as relações dos homens e objetos, flexibilização dos significados, intertextualidade, outros. Assim,

a abordagem do autor desqualifica a importância dos processos interativos de comunicação no seu potencial permanente de problematização, reprocessamento e reinvenção da realidade, inclusive aquela que é apresentada na mídia. Finalmente, o autor opera com a concepção de um indivíduo indefeso, envolvido integralmente nesse sistema sócio que lhe impõe a perda de seus vínculos sociais e históricos (SAMPAIO, 2012, p. 91).

Apesar da conceituação de mediação já trazer um componente social, atualmente, a midiática vem sendo considerada um novo modo de sociabilidade e, por isso, estamos discutindo a temática nessa dissertação. Barros (2012, p. 85-86) afirma que a midiática “se espalha e se entranha na estrutura social na construção de uma cultura midiática”, indo ao encontro de Fausto Neto (2013, p. 93), que concebe as mídias “sem lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais”.

O conceito de midiática aparece, também, em Rodrigues (1997) como processo contemporâneo em que os diversos campos sociais, originalmente trazidos por Bourdieu como social, político, jurídico, científico e outros, cedem lugar ao campo midiático. É fornecida ao campo midiático a legitimidade para expressar os diversos campos citados, mesmo que cada um traga valores, regras e experiências próprias.

Então, assume a função de se comunicar com outros campos e, concomitantemente, comunicá-los, conforme discutido inicialmente neste tópico, o que explica a força da mídia em comunicar fatos políticos, científicos e oferecer campo para a estruturação das relações sociais. Bruno, por exemplo, faz com que a mídia das redes sociais comunique sua relação com o social ao mostrar a interação com outros jovens e saídas comuns na sua faixa etária.

A midiática, assim, aparece como estruturadora da vida social na medida em que influencia o formato das relações sociais, o modo de pensar, agir e falar da sociedade, focando na estruturação da própria sociedade, sobretudo, sem negar o conceito de mediação. Mediação pode vir a ser apontada como o ponto inicial de um processo midiático. A produção de sentidos se complementa através da mediação, porém, é midiática por tratar-se de uma mediação tecnologicamente exacerbada que virtualiza e desvirtualiza relações sociais, conforme afirma Sodré (2002). A mídia não

corresponde a um substrato da vida contemporânea, mas parte dela quando operacionaliza sentidos.

As mídias aparecem como locais de discursos e agenciamentos enunciativos de novos modelos de comunicação, não se restringindo à concepção de difundir a linguagem como na mediação. A sociedade experimenta, na mediação, modos de viver, as interações sociais e experiências através dos meios. Na mídiatização, tais processos se descentralizam quando há práticas sociais, principalmente em razão das mídias estarem presentes em todos os lugares e extrapolarem o âmbito micro (dos meios) para atingir o macro.

Abordamos, no próximo tópico, a constituição da sociedade do consumo com a finalidade de promover uma reflexão em torno de questões como delineamento histórico, processo de construção e aspectos culturais do consumo.

2.3 O consumo em interface com a adolescência

A sociedade do consumo pode ser considerada um estágio intrínseco à sociedade a partir da segunda metade do século XX ao período vigente. Mais que uma elevação do *status* das mercadorias e da inauguração da categoria de consumidor, evoca uma nova relação dos indivíduos com a sociedade ao modificar a interação com as coisas, o tempo, consigo e com os outros que problematizamos a seguir.

Lipovetsky (2007) considera fases que se sucedem para que a atualização do mercado e do consumidor aconteça. Identifica o sistema fordista como o que representa a padronização e homogeneização das mercadorias, marcado pela competição entre empresas para que possam ocupar lugar hegemônico no mercado. A fim de conquistar o mercado, encara-se como requisito a satisfação do cliente, sendo necessário enfatizar noções de publicidade anteriormente desconhecidas.

A publicidade é considerada por Baudrillard (1995) como a que interfere diretamente no orçamento dos produtos produzidos, retirando o valor do objeto em si, como tempo de duração e utilidade do produto para sujeitá-lo ao valor da moda e da renovação acelerada. Não se trata das dimensões do objeto material, e sim do atrelamento do objeto ao que se entende como moda no momento.

Engana-se quem associa o consumo à aquisição de bens materiais concretos,

quando esses funcionam como chaves para garantir demandas de bem-estar, estéticas, emocionais e de felicidade. Lipovetsky (2007, p. 15) considera tal questão paradoxal no sentido de que, o consumidor busca, pechincha, aproveita preços reduzidos e maior qualidade, porém, faz sem interesse apenas no produto físico, e sim para garantir que assistamos “à expansão do mercado da alma e de sua transformação, do equilíbrio e da autoestima, enquanto proliferam as farmácias da felicidade”.

O adolescente, gozando do poder de escolha sobre quem quer ser e o que consumir, torna-se condutor e dono da própria vida bem cedo, porém, para isso, precisa da dependência de condições materializadas. Ou seja, o consumo de materiais aparece para fins de sobrevivência existencial: ser feliz.

Freire Filho (2010) propõe uma discussão que complementa o pensamento acima ao analisar a felicidade como imperativo, busca comum dos indivíduos. Indica que, por esse motivo, as propagandas publicitárias e revistas jornalísticas também se apropriam desse pensamento. Vendem a imagem do produto como garantia de alcance da felicidade caso seja consumido. Associada à noção de equilíbrio, contentamento e realizações, a felicidade pode ser considerada uma busca moral e autêntica por ser difundido que o homem vem ao mundo para ser feliz obrigatoriamente. As vias para a realização podem ser o de apadrinhamento dos deuses, numa dimensão mágica e de pouco esforço pessoal, quando basta apenas consumir determinados produtos, ou a conquista pessoal através de luta e investimento. A última custa mais tempo e espera, sem a garantia de que no final o propósito ocorrerá.

Fotolinguagem I - 'Felicidade'



Acima, expomos uma fotografia utilizada numa dinâmica realizada no grupo de apoio da escola. O participante deveria escolher a fotografia que mais se identificasse, dentre outras opções que envolvessem fotos com relacionamentos, alimentação, estudos, amizades etc., explicando os motivos para o grupo em seguida. Alguns alunos escolheram a felicidade, considerando-a como alvo de vida.

A felicidade aparece nos discursos dos estudantes como busca, porém, expressa de maneira abstrata, como Paula, que considera a felicidade algo que “não sei dizer o que é, mas que desejo a todo custo” (sic). Cogitamos que não se trata apenas de um produto, mas de sentido presente nos demais produtos a serem consumidos pelos adolescentes.

Em consonância a isso, Freire Filho (2010) traz²⁵, como resultado de seus estudos, a apresentação de alguns *slogans* envolvendo a temática Felicidade, como *Abra a felicidade* (Coca-Cola), mostrando a visão positiva da vida; *Happy Face* (rosto esférico amarelo), como maneira de sugerir o sorriso do cliente; *Homo felix* contemporâneo na entrada de lojas, com frases como: “Sorria, você está sendo filmado!”. Além disso, há algumas propagandas que empregam o mesmo sentido, como a do Tênis *Penalty*, com o *slogan* de “Correr com ele é uma ótima terapia: o estilo eleva a autoestima e o silicone diminui a pressão”. A Ortopé, concorrente da mesma,

²⁵ Artigo apresentado na Compós (2010), no GT de Comunicação e Sociabilidade.

estabeleceu a data 9 de setembro como o Dia da Felicidade²⁶, tentando o resgate da infância como signo da felicidade. O sabão em pó Omo²⁷ também seguiu o mesmo ideal da infância romântica, indicadora de sentimentos de prazer, liberdade para errar e brincar sem limites.

Quanto ao apanhado de dados jornalísticos, foram captadas dessa mídia as estratégias para uma vida feliz, como apelo ao bem-estar subjetivo, principalmente nas revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Época*²⁸. Na primeira, por exemplo, foi constatado crescimento no

²⁶ “Dia de você fazer o que mais gosta na vida. Vale tudo: encontrar o melhor amigo, brincar, dançar, comer sua comida preferida, dar risada, ou seja, aquilo que mais estiver afim. E, se depois, você fizer isso todos os dias, você vai ver que a vida será muito mais feliz”. A campanha também englobava os pais, indicando que “Existem momentos perfeitos para ser muito mais feliz. Faça como as crianças, aproveite a maravilha das pequenas coisas. A felicidade de uma brincadeira, a alegria de se deixar levar. Nas atitudes simples, inesperadas, você perceberá que a vida pode ser muito mais feliz”. Vide em: <<http://www.diadafelicidade.com.br>>.

²⁷ “Decretada a liberdade de ser criança em qualquer idade. Quem não se lembra da infância com saudade? Como era bom brincar, correr, sentir alegria com coisas tão simples. Com o tempo a gente cresce e vai deixando e lado essa espontaneidade. Vêm as responsabilidades, as cobranças, inúmeros papéis a representar impecavelmente. As mulheres, que conquistaram tanto nas últimas décadas, muitas vezes são ainda mais sobrecarregadas de funções e têm de fazer esforço para não deixar de lado a própria essência. A sintonia com o ser, o sentir, o experimentar é fundamental para a saúde do corpo e da alma. Vale muito entregar-se ao prazer, descobrir um novo talento, permitir-se errar, ousar, sujar-se. Vale uma vida mais equilibrada, uma pele mais bonita, astral lá em cima. Experimente ajudar o seu filho a consertar o skate. Jogue bola, desça o morro de bicicleta, não importa se começou a chover. Pinte um quadro, pinte as paredes! A sujeira faz parte da diversão. Ela é prova de que você aproveitou mesmo aquele momento. Aproveite a vida, divirta-se. Se para isso tiver que sujar a roupa, não se preocupe. Depois, OMO resolve isso pra você”.

²⁸ Freire Filho (2010) traz como resultado de sua investigação apresentada no XIX Encontro da Compós, da PUC-RJ, em junho de 2010, os seguintes resultados:

Visões panorâmicas das ciências e das filosofias da felicidade: A receita da felicidade (*IstoÉ*, 18/04/2001); Felicidade: para chegar lá, ajuda bastante reconhecer as próprias conquistas e valorizar as pequenas coisas (*IstoÉ*, 28/01/2004); 100 dicas para ser mais feliz em 2005 (*Época*, 03/01/2005); É POSSÍVEL SER FELIZ (*IstoÉ*, 28/09/2005); Sorria! Gurus, escritores e estudiosos da felicidade indicam os caminhos para mudar de vida (*Época*, 02/01/2006); 9 lições de qualidade de vida (*IstoÉ*, 01/03/2006); A arte e a ciência da felicidade (*Época*, 06/04/2006); Felicidade: como a filosofia pode nos ajudar a viver melhor (*Época*, 22/01/2007); 6 caminhos para a felicidade (*IstoÉ*, 30/07/2008); Viva melhor com menos (*Época*, 05/01/2009); Dá para ser feliz no trabalho? (*Época*, 11/07/2009); Qual o seu índice de felicidade? (*IstoÉ*, 25/11/2009).

Autoestima: A volta do alto-astral (*IstoÉ*, 08/12/2000); Eu me amo (*Veja*, 04/07/2007); Olhe-se no espelho e descubra como melhorar a autoestima (*IstoÉ*, 09/09/2009).

Autoajuda: Autoajuda que funciona (*Veja*, 13/11/2002); Poder interior (*Veja*, 25/08/2004); Peça, acredite, receba (*Veja*, 04/04/2007); Regras: como saber as que funcionam para liderar, educar filhos, se dar bem no trabalho (*Veja*, 09/01/2008); O poder da autoajuda (*Veja*, 02/12/2009).

Domínio do tempo: Filhos e carreira: como as mulheres conciliam a vida doméstica com o trabalho (*Veja*, 12/02/2003); Como administrar melhor seu tempo (*IstoÉ*, 30/03/2005); Família ou carreira (*IstoÉ*, 13/02/2008); Como usar bem o seu tempo (*IstoÉ*, 28/01/2009).

Equilíbrio emocional/ Atitude positiva: Vitória contra a timidez (*Veja*, 26/05/1999); Budismo: o exercício da felicidade (*IstoÉ*, 09/05/2001); Emoções que curam (*IstoÉ*, 12/09/2001); Guerra contra o baixo astral (*IstoÉ*, 26/09/2001); Viva melhor (*Época*, 18/08/2003); Cuidado, perigo! Mau humor (*IstoÉ*, 22/10/2003); Equilíbrio mental (*Veja*, 17/09/2003); Ioga: o exercício que traz flexibilidade e bem-estar (*Veja*, 19/11/2003); Xô, baixo astral (*IstoÉ*, 12/05/2004); A medicina da alma (*Veja*, 01/12/2004); Seja um profissional vitorioso (*IstoÉ*, 11/05/2005); A arte de viver segundo Dalai (*Época*, 17/04/2006); Corpo e mente (*Veja*, 28/06/2006); O que Ronaldo pode ensinar sobre crescer na adversidade (*Época*, 31/07/2006); Paz interior (*Época*, 21/03/2007); O poder das emoções (*IstoÉ*, 25/02/2009).

Viver mais e melhor: A vida vence a velhice (*Época*, 16/08/1999); A idade real (*Veja*, 08/09/1999); Recei-

material de abordagem subjetiva, desde a entrada no novo milênio, quando houve uma diminuição nas capas sobre política e economia e intensificação nas que contemplam as relações íntimas e familiares, bem-estar emocional.

Nas revistas *Época* e *IstoÉ* foram encontrados os mesmos resultados, diminuindo, nos exemplares, o enfoque na realidade nacional e poder público, ampliando o poder privado ao mostrar resultados de estudos e presença de sentimentos de si. Há um aumento em pesquisas expostas nas edições para avaliar autoestima, otimismo, felicidade interna bruta, entre outros.

A nossa proposta seguinte é a de analisar as fases do consumo a partir de Lipovetsky (2007), aproximando-o à discussão feita por Baudrillard (1995) e Canclini (2008) sobre a sociedade e o consumo. Os autores privilegiam, respectivamente, a dimensão sónica das mercadorias do consumo e o consumo atrelado à cidadania.

2.3.1 Da estruturação do consumo na contemporaneidade à noção de adolescente hiperconsumidor

Para compreender o percurso do surgimento do consumo à configuração atual, é importante discutir como vem se constituindo. Engana-se quem acredita que as características e os impactos na sociedade foram sempre os mesmos. Não foi acidentalmente que o consumo atingiu os espaços de interação na sociedade, inclusive o das redes sociais. Buscamos, através da articulação das definições dos estudiosos com as falas dos adolescentes envolvidos na pesquisa, destacar como características específicas de determinado período se misturam, sobrevivem e são ressignificadas.

O termo *sociedade do consumo* aparece primeiramente na década de 20, expandindo-se em 50 e 60. A sociedade do consumo surge como “mercados de massa”, por volta dos anos 1880, solidificando-se com a Segunda Guerra Mundial. Nesse período, houve o surgimento de máquinas, estradas de ferro, telégrafos, telefones. As

tas da ciência para manter-se jovem aos 30, 40, 50 e 60 anos (Veja, 11/06/2000); Saúde e vitalidade dos 8 aos 80 (Veja, 11/07/2001); Viva bem aos 100 (IstoÉ, 16/01/2002); Viver bem para viver mais e melhor (Época, 10/01/2003); Eternamente jovem (Época, 29/09/2003); Segunda adolescência (Época, 12/04/2004); A ciência da vida longa e saudável (Veja, 15/09/2004); Você pode chegar aos 100 anos? (Época, 22/11/2004); A melhor idade (Veja, 31/08/2005); Como viver mais e melhor (Época, 13/03/2006); A idade real (Veja, 24/05/2006); A vida começa aos 50 (Veja, 09/07/2008); Longevidade e juventude (Veja, 07/01/2009); A geração sem idade (Veja, 15/07/2009).

máquinas, por exemplo, representaram um momento de produção em série de mercadorias padronizadas, produzindo em tempo reduzido e por valor menor. Ainda assim, os indivíduos na totalidade não consumiam pela precariedade das condições econômicas, predominando o mercado de consumo exclusivo aos burgueses. (LIPOVETSKY, 2007).

As empresas passaram a investir na publicidade, batizando produtos por nomes que perduram até hoje, como o da ‘Coca-Cola’, que elevou despesas publicitárias a 100 mil em 1901, 1,2 milhões em 1912 e 3,8 milhões em 1929 (LIPOVETSKY, 2007). As mercadorias desenvolveram uma relação diferente com o consumidor, favorecendo o reconhecimento do produto pelo nome. Embebedados pelos mecanismos de sedução e publicidade, já não foi mais obrigatória a presença de um comerciante, e sim do simbolismo na assinatura do produto²⁹.

A força do consumo na sociedade apenas cresceu, enquanto as marcas, como fenômeno mais recente, estão presentes nos figurinos de adolescentes dispostos nas redes sociais. Fernando afirma que tem interesse apenas em grupos de compra e vendas no *Facebook*, pois são oferecidos produtos de marca por preços mais acessíveis:

É um cara que tem um grupo no *Facebook*. Você fica amigo e compra dele. Vou na casa dele com meu pai ou ele vai na minha mostrar os produtos que ele posta. Ele vende tudo. E é original. Ele vai para fora e traz para várias pessoas. Desse jeito, eu consigo me vestir bem, estiloso, pagando um preço bem mais barato. Não preciso ir até uma loja, pois a loja está no próprio *Facebook* que acesso o tempo todo. (FERNANDO)

A política de vendas baratas, opção expressa por Fernando, é antiga, pois houve ~~apenas~~ a transformação nos locais de venda, como os antigos magazines, em espaços de sonho, com decorações, vitrines. Desenvolveram um ambiente climático para estimular o indivíduo a gastar a vida para consumir. O *shopping* foi elevado ao passaporte para a felicidade e prazer, o que hoje não precisa ter dimensões arquitetônicas e pode acontecer acessando as redes sociais ou um *site* de compras. Para sonhar com a aquisição de produtos ou com o estilo mencionado por Fernando, não é preciso mais se locomover aos centros comerciais, basta desejar fazê-lo através de alguns cliques.

Chegamos ao ponto em que o consumo invade toda a vida, em que todas as atividades encadeiam do mesmo modo combinatório, em que o canal das

²⁹ Há movimentos de alfabetização de crianças a partir da leitura de rótulos até hoje, incitando-as a reconhecerem os produtos como marcas. Exemplos: refrigerante = Coca-Cola, leite achocolatado = Nescau.

satisfações se encontra previamente traçado, hora a hora, em que o envolvimento é total, inteiramente climatizado, organizado, culturalizado. Na fenomenologia do consumo, a climatização geral da vida, dos bens, dos objetos, dos serviços, das condutas e das relações sociais apresenta o estágio completo e consumado na evolução que vai da abundância pura e simples, através dos feixes articulados de objetos até ao condicionamento total dos atos e do tempo (BAUDRILLARD, 1995, p. 15).

Numa segunda fase categorizada por Lipovetsky (2007), o homem aperfeiçoou a produção de automóveis, televisão, aparelhos, eletrodomésticos. Porém, não mais restrita aos indivíduos de poder aquisitivo maior, e sim a todas as famílias. Para isso, o modelo tayloriano-fordista aumentou a produtividade de mercadorias e, conseqüentemente, os salários, requisitando mais especialização, padronização, repetitividade e produção numa alta escala, com preços ainda mais reduzidos. Isso perdura até hoje, quando é esperado dos mesmos jovens que acessam as redes sociais uma excessiva qualificação e escolarização, funcionando como uma receita para que se tornem bem-sucedidos e colaborem para o prolongamento da escolarização.

Ao emergir a competição de produtos e bens em abundância, aumenta-se a concorrência entre mercadorias. Elas precisam ser cada vez melhores quanto mais adequadas aos modelos e estilos vigentes, acarretando no predomínio do viés da *moda*, intensificando a busca plena, mediante os valores marcantes da sedução, do hedonismo, do passageiro, do *marketing*. Nas imagens de si, dispostas em redes sociais, há uma amostra suficiente disso, quando o jovem disponibiliza conteúdos pessoais, como fotografias, mostram marcas e estilos próprios que ampliam a possibilidade de sedução:

Às vezes, aparece uns doidos, uns pirangueiros mesmo no *Facebook*. Você percebe pelo modo de se vestir quando postam fotos, gostam de fazer mogangas. Eles têm um estilo tosco, bem diferente. Por isso, tenho cuidado para só postar foto em que estou bem vestida como a maioria dos jovens que tenho contato. (BEATRIZ)

O “estilo” de que fala Beatriz corresponde à dimensão simbólica, pois conforme sua fala, vestir-se bem não é suficiente, ou seja, é necessário postura, pois não é amplamente aceito fazer “mogangas”. Não é apenas o que se estampa como vestimenta, mas quais condutas são adotadas ao vesti-la. Indo ao encontro disso, Lipovetsky (2007) considera que, quanto maior consumo, será ampliada a vontade de consumir. Produtos não bastam por si, e sim, devem vir carregados de simbolismo, como quando comerciais de produtos diversos são expostos com mulheres bonitas e maquiladas, fornecendo valor ao que é referenciado, como carro e utensílios

domésticos, dentre outros³⁰.

O recorte da fala articulado à teoria ilustra o que está em evidência num terceiro momento: a função social que se adquire ao consumir determinado produto. Alguém vestido de acordo com que o grupo considere adequado, que frequente lugares compatíveis com a classe econômica em questão e demonstre educação que se aproxime da qual receberam, pode ter mais chances de receber uma função social maior para Beatriz e seus amigos.

As escolhas realizadas, nessa fase, representam motivações e comportamentos individuais, expressos no discurso abaixo:

Das coisas, esperamos menos que nos classifiquem em relação aos outros e mais que nos permitam ser mais independentes e mais móveis, sentir sensações, viver experiências, melhorar nossa qualidade de vida, conservar juventude e saúde. Naturalmente, as satisfações sociais diferenciais permanecem, mas quase já não são mais que uma motivação entre muitas outras, em um conjunto dominado pela busca das felicidades privadas. (LIPOVESTSKY, 2007, p. 42)

As identidades podem ser experimentadas sem se fixar apenas em uma única. Podem ser de muitas maneiras reveladas pelo que se compra, pelos signos obtidos a partir do que se mostra, caracterizando o que Lipovetsky (2007) chama nessa fase de *marketing* sensorial ou experiencial. As qualidades sensíveis, táteis, visuais, sonoras e olfativas são intensificadas através da aquisição. A publicidade eleva-se, de uma comunicação estruturada no produto e respectivos benefícios para difundir valores, emoções, ultrapassando a dimensão objetiva e visível do objeto produzido.

Assim, a marca não vem sozinha, mas carregada de estilo que interfere nas construções de identidades e imagens de si, conforme os exemplos das citações de Fernando e Beatriz. Necessidades físicas nem sempre são aspectos que direcionam o consumo, pois não há anseio de comer qualquer coisa, mas “x”, vestir qualquer peça de roupa, mas a de marca “y”. Se o consumo de “x” e “y” não acontecer, o medo de sofrer rejeição e desprezo vem à tona.

A verdade é que, ao comprar esta ou aquela marca, o adolescente faz uma escolha que o distingue do mundo de seus pais, ele afirma preferências e gostos que o definem, apropria-se de um código. Se o logotipo se reveste de tal importância, é porque permite uma inclusão reivindicada pelo eu e não

³⁰ A mulher, ao adquirir o produto veiculado na propaganda, como o carro, tem maior probabilidade de assemelhar-se à modelo em termos de beleza e poder. Já o homem que adquire esse mesmo produto, é capaz de possuir uma mulher com as mesmas características, sendo também detentor de poder.

mais uma inclusão aceita como um destino social, familiar ou outro. É nesse sentido que a compra de uma marca é vivida como a expressão de uma identidade a um só tempo clânica e singular. Exibida essa marca em público, o adolescente nela reconhece uma das bandeiras de sua personalidade. (...) A marca exibida é subjetivante, ela traduz, ainda que na ambiguidade, uma apropriação pessoal, uma busca de individualidade assim como um desejo de integração no grupo dos pares, um eu reivindicado, aos olhos de todos, os signos de suas aparências (LIPOVETSKY, 2007, p. 51).

O adolescente hiperconsumidor, em uma terceira fase, não aponta somente para busca de serviços, mas em direção às experiências de vida, afetos e sensações. Trata-se de uma lógica na qual se busca comprar o prazer, mesmo sem saber os locais adequados de venda. *Shoppings*, centros comerciais e, mais recentemente, os espaços de vendas *online* são considerados ambientes de desejo, podendo incluir as redes sociais, como no caso ilustrado por Fernando. Vale destacar que os objetos desejados perdem valor rapidamente no lançamento de novas versões do produto quando, por exemplo, os celulares de última geração, que mesmo sem ter sido lançados no mercado, já têm a pré-venda apontada e conseguem captar o desejo dos indivíduos³¹.

Lipovetsky (2007) considera esse terceiro momento marcado pela era da informação e globalização de mercado. Não importa o preço menor das ofertas e o padrão de produtos como nas fases anteriores, e sim a alta procura, sendo requerido um objeto personalizado, conforme demanda individual e pessoal que garanta o prazer.

As marcas não são abandonadas, mas têm função de produzir novos artigos em tempo ainda mais acelerado, de modo que o novo seja de relevante qualidade em relação ao anterior, tornando-o descartável e possível de entrar em desuso. Isso vai ao encontro de Baudrillard (1995, p. 42), ao considerar que “o que hoje se produz não se fabrica em função do respectivo valor de uso ou da possível duração, mas antes em função da sua morte, cuja aceleração só é igualada pela inflação dos impostos”. A confecção e o uso do objeto conduzem a um desgaste e destruição para que emerjam produtos que o ultrapassem.

O consumidor torna-se o “comandante” do consumo, porém, apesar de fazê-lo de modo “livre”, está mais dependente da necessidade de consumir para ser e se relacionar. Passa a ser mais observado e visado, em contrapartida, torna-se mais exigente em relação ao que espera do produto. Anseia por um nível de especialização que se aproxime mais dos ideais de perfeição. Apesar de optar por determinado produto,

³¹ O *iPhone 6* começou a ser vendido em 19 de setembro de 2014. Cerca de 72 horas antes já se presenciava a formação de filas em Sidney, Tóquio, Miami e Nova York. Algumas pessoas compravam lugares na fila por 200 dólares (EXAME, 2014; TECHTUDO, 2014).

encontra-se constantemente atento às produções dos concorrentes, que visam à superação entre si de produtos.

No próximo tópico, abordamos a dimensão sociocultural do consumo defendida por Canclini (2008). Nessa perspectiva, há uma aproximação entre o conceito de sujeito consumidor e cidadão, de maneira indissociável e influenciada respectivamente pelos Estados Unidos e Europa.

2.3.2 A dimensão sociocultural do consumo: adolescentes cidadãos e consumidores

Néstor Canclini (2008) afirma que o consumo deve ser sempre articulado à noção de cidadania. Alguns requisitos são necessários para o consumo e a cidadania estarem juntos, como alta oferta de bens e mensagens de acesso fácil à maioria dos indivíduos.

O autor compreende o povo latino-americano como cidadão. Para defini-lo, reflete sobre a invenção da América Latina pela colonização iniciada por Espanha e Portugal, com intervenções da França, Inglaterra e outras nações metropolitanas. A Europa é responsável por influenciar constituições, regimes republicanos e a participação dos cidadãos na vida política (partidos políticos, sindicatos, movimentos sociais). Dessa maneira, a Europa auxiliou no aprendizado da noção de cidadania, permitindo que o povo se constituísse não apenas homens, mas cidadãos.

A influência dos Estados Unidos reflete-se nas relações de dependências no século XX, fortemente definidas pela subordinação de mercados agrícolas, industriais e financeiros, de produção e consumo de tecnologia e cultura, turismo, entre outros. Trata-se de um modelo societal em que a participação social acontece mais inclinada ao consumo que propriamente à cidadania. Considera-se que foi através do desenvolvimento das democracias e o fim das ditaduras que o modelo de consumo se instalou entre os latino-americanos nas décadas de 70 e 80 (CANCLINI, 2008).

Fernando, em sua citação já mencionada sobre a compra de vestimentas de marcas por intermédio das redes sociais e de outro jovem que vai aos Estados Unidos para trazê-los, traz, ainda, a influência norte-americana no modo de vestir³². Se há uma

³² Ver, neste trabalho de dissertação, citação na página 45.

marca americana presente na vestimenta, é como se a roupa ganhasse novos significados, elevando o que vem de fora como “legal” em detrimento ao que temos como mercado de consumo próprio: “É tudo de marca, original e não vem daqui. É dos Estados Unidos. Faço a festa quando vou lá e meu pai paga tudo” (sic).

A proposta cancliniana considera que não existe um distanciamento entre consumidor e cidadão, haja vista que do lugar ao qual pertencem são obtidas informações sobre quem representa o homem, de quais maneiras é influenciado pela dimensão do consumo e dos meios de comunicação de massa, como televisão e pesquisas de *marketing*. Ainda que os adolescentes desse estudo não se intitulem sempre transformadores da sociedade, comprometidos com a sociedade conforme se esperaria de bons cidadãos, o âmbito do consumo continua atravessado pelas multinacionalidades. O adolescente brasileiro permanece valorizando itens da cultura norte-americana, como vestimentas, alimentação, programas televisivos, etc.

Canclini (2008, p. 60) assume a tentativa de traçar uma teoria sociocultural do consumo, incluindo processos de comunicação e recepção de bens simbólicos, como

o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado.

Uma das perspectivas apontada por Canclini (2008) na discussão sobre o consumo é a *racionalidade econômica*. O consumo é visto como uma etapa da produção e reprodução social, caracterizado pelo fim da feitura manual de produtos, em que o capital se expande e a força de trabalho manual é abandonada. O sistema econômico não atende ao que é necessário para o sujeito, e sim, visa ao aumento de lucro. Nesse caso, pode-se desconfiar que um trabalho artesanal feito à mão não tenha o mesmo sucesso com os adolescentes da pesquisa em relação aos produtos de marca ofertados em rede.

Outro tipo de racionalidade apontada pelo sociólogo é o da *sociopolítica interativa*. Nessa, os grupos têm voz ao possuírem regras móveis que favorecem inovações tecnológicas num contexto de disputa pela hegemonia do mercado. A definição expressa por Castells (2010), citado por Canclini (2008, p. 62) sobre o consumo aparece como “um lugar onde os conflitos entre classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade em relação à

distribuição dos bens”.

Nesse aspecto, os jovens estão ditando o que desejam ao afirmarem que as inovações tecnológicas bem-vindas são as que superam as anteriores. O filtro, para isso, é de quais foram as boas finalidades trazidas pelos produtos que sobreviveram positivamente entre eles (exemplos: novos aplicativos, opções de comunicação). Trata-se de um lugar de conflito pelas categorizações feitas, como a elevação do *status* de alguém quando possui mercadorias superiores às outras, como possuir uma versão mais recente do *iPhone*. Se uma classe social não tem o mesmo acesso, pode ter diminuído o seu valor social.

Outra perspectiva mencionada é a dos *aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora*. As lutas pelos meios de produção não são enfatizadas conforme a dimensão anterior, e sim, valoriza-se a disputa em relação à apropriação dos meios com distinção simbólica. Há uma coerência entre o desejo de consumir e o material consumido, como fontes de consumo alimentar, de estudo, de habitação, de leitura que atendam a mais informação e transmissão para outros indivíduos. Apesar de um enfoque de diferenciação, o consumo é constituído através da racionalidade integrativa e comunicativa, em que a sociedade aparece desconectada e conectada, mas sempre em comunicação (CANCLINI, 2008).

Entende-se que a concepção cancliniana indica menos possibilidade do consumo associado às trocas de mercadorias e mais como propiciador de interações socioculturais. Relativizando o ponto de vista individual, esse relembro no hiperconsumo lipovetskyano, Canclini (2008) valoriza as apropriações coletivas, relações de solidariedade, de “envio” e “recebimento” de informações. As funções do consumo não são atreladas somente ao âmbito mercantil que envolve troca e balanço econômico, mas se relacionam aos modos de pensar o mundo, quando promove possibilidades de convivência social.

Baudrillard (1995, p. 208) é o responsável por discutir sobre o consumo como “a maneira como a nossa sociedade fala”. Essa expressão representa a busca pela satisfação e prestígio, correspondendo o ato de consumir determinados objetos à dimensão significativa de símbolos sem obrigatoriamente abarcar uma necessidade descrita na fala do sujeito. Um exemplo seria a máquina de lavar, incluída na categoria de utensílio, porém, vista mais como produto de conforto. Outro exemplo, mais atual, é o jovem consumir um celular da mais alta geração não por obrigatoriamente usufruir de cada uma das novas funções, e sim, porque esse fornece a ele uma função social.

Para ele, o consumo pode ser equivalente à busca pelo sustento e organização do indivíduo que, anteriormente, era feita em torno de concepções que envolviam Deus, magias e seitas. O consumo adquire a função de organizador do cotidiano e transformador da motivação para o trabalho, por ampliar possibilidades econômicas de consumir mais. A satisfação humana não se torna plena, pois há sempre produtos novos com outros significados, levando sempre o indivíduo à atitude de consumir.

Não são homens que rodeiam os outros, mas objetos a serem consumidos circundando os indivíduos. Assim, a vida cotidiana se torna o lugar de (e para o) consumo, considerado uma conduta individual, coletiva e institucional, em que há um sistema interpretativo de gestos, banalidades, repetições do trabalho, lazer, família e relações que extrapolam a dimensão da necessidade ou sobrevivência, conforme diria Shakespeare *apud* Baudrillard (1995, p. 39):

Oh, não discutam a “necessidade”! O mais pobre dos mendigos possui ainda algo de supérfluo na mais miserável coisa. Reduzam a natureza às necessidades da natureza e o homem ficará reduzido ao animal: sua vida deixará de ter valor. Compreendes por acaso que necessitamos de um pequeno excesso para existir?

A lógica do consumo seria, então, próxima à felicidade. Essa não tem como foco a realização de si, e sim, apoia-se no mito das sociedades modernas: o da igualdade³³. O sociólogo considera que a felicidade é mensurável e visível a partir de objetos e signos que intensificam a noção de bem-estar apoiados na perspectiva de que os homens são iguais em valorar o uso dos bens. São diferentes do ponto de vista do valor de troca, como os que podem consumir com mais facilidade ao possuírem maior poder aquisitivo.

Quando há crescimento da sociedade do ponto de vista econômico, o valor de troca não se torna discrepante entre os demais. A ação de consumir se torna acessível à maior parte da população. Enquanto, quem permanece ocupa o espaço fora do sistema industrial. Enfatizam-se, com isso, noções de exclusões e desigualdades sociais.

Podemos compartilhar uma das questões consideradas por Sampaio (2012): como é possível pensar articulado as categorias da cidadania e do consumo conforme Canclini? Pois, a partir das reflexões esboçadas, ser cidadão tem a ver com tornar as

³³ Os ideais da modernidade são Liberdade, Igualdade e Fraternidades, caracterizando o lema da Revolução Francesa (vide nota de rodapé 18, p. 41).

práticas sociais e culturais próprias, constituintes da identidade particular do indivíduo. Nem sempre há uma tentativa de ação-reflexão no processo comunicacional por parte do sujeito, como pensar o próprio corpo, o que se consome como necessidades ou não, quais os direitos de quem consome e como fazê-lo de modo consciente. Trata-se de uma questão pouco abordada por pais, crianças e escola. Afinal, nenhuma dessas vertentes permanece separada da lógica do consumo. Nossa próxima proposta corresponde, então, à promoção de discussão sobre o consumo da imagem de si nas redes em que os adolescentes estão inseridos.

2.4 O consumo da imagem de si em rede

O surgimento da adolescência, empregada no mesmo sentido de juventude, aconteceu no final do século XIX e início do século XX, no contexto de uma sociedade agrária abandonada pela emergência de uma sociedade industrial. Essa nova sociedade de mercado fez surgir o mercado de consumo apelando para novos indivíduos, os adolescentes, que se tornaram objetos de consumo uns para os outros e classe consumista de determinados itens (TOALDO; JACKS, 2013). A explicação circunda uma faixa etária definida, segmentada, com estilos cada vez mais particulares e demandas específicas de consumo³⁴ (CALLIGARIS, 2000).

Os adolescentes mencionaram, durante a realização das entrevistas, os seguintes aspectos contribuintes para a frequência nas redes sociais: interação, informação, grupos de compra e venda e facilidade em conhecer novas pessoas. A sociabilidade e o consumo, contempladas nessa discussão acadêmica, aparecem como categorias privilegiadas pelos próprios adolescentes.

A categorização deles vai ao encontro das redes sociais como locais de compra e venda já mencionados, possibilitando, sobretudo, o engajamento em práticas de consumo da imagem de si. O indivíduo cuida e guarda essa imagem ao consumir produtos e informações sobre o mundo. Um dos propósitos de maior relevância para nós é ter acesso às relações e interações disponíveis.

³⁴ Assim como as crianças, os adolescentes correspondem à faixa etária com desejo específico de consumo, ilustrado pelo grupo participante. Exemplo: os adolescentes que andam de *skate* anseiam por determinado tipo de tênis, vestimentas mais soltas e calças mais baixas.

Em outras palavras, quando o indivíduo adolescente coloca-se como consumidor de vestimentas, músicas, lugares etc., faz isso com o objetivo de tornar-se produto atraente para os outros, o que pode ser representado pela percepção seguinte do adolescente: “ou seja, me vejo bonito ou desejável se tenho razões de acreditar que os outros gostam de mim ou me desejam” (CALLIGARIS, 2000, p. 25). As maneiras que a imagem de si (externa) é percebida e confirmada pelos olhares dos outros impulsiona ou não uma aceitação positiva e, as consequências posteriores, como alta ou baixa autoestima, euforia ou depressão.

Avanzini (1980) destaca que há uma inclinação para a vontade de escolher ser de determinada maneira, porém, a partir daquilo que tem como informação sobre ser aceito e reconhecido dentro do grupo de semelhantes. O indivíduo manifesta tendências, problemas, habilidades, sonhos, aproximando o que é exposto na rede ao que anteriormente era feito em diário. Essa leitura era reservada para si por conter segredos, detalhes e dados pessoais. Porém, a tela aparece como novo diário ao se aproximar da realidade de um *reality show* ou uma rede social como o *Facebook*, em que depositam informações de si de maneira explícita, sem cogitarem quem terá acesso aos dados.

O autor aponta que há, além do mecanismo de expressão, generalizado ao contexto das redes sociais, uma necessidade de projetar-se através dos conteúdos pessoais, sendo necessário mostrar o que anseia como importante para definir a identidade. Quando uma fotografia de si é publicada, os conteúdos da imagem, como o corpo, o cabelo, as roupas e os acessórios tendem a falar do que o adolescente é ou quais partes de si ele quer mostrar como representação.

Fica dividido entre o que é ou julga ser e o que gostaria de ser; se sente alguma vergonha da sua emotividade ou da sua timidez, se tem falta de confiança em si, ou se se considera inferior aos outros, construirá então uma personagem destinada a compensar e a iludir os outros. Mas a aparência que dá a si próprio, o papel que desempenha, influenciam-no, e acabará, às vezes, por já não saber exatamente quem é (AVANZINI, 1980, p. 121).

Conversa I - Grupo *WhatsApp* 'Foto que dá susto'

20h59 14 de Jul – Fernando:



21h32 14 de Jul - Paula: Valhaaa

21h32 14 de Jul - Paula: Q³⁵ susto

22h39 14 de Jul - Fernando:



22h40 14 de Jul - Paula: Esse grupo agr deu de dar susto eh ?

22h40 14 de Jul - Júlia: E de vsd?

22h40 14 de Jul - Júlia: Vdd*

22h40 14 de Jul - Júlia: eguaaaa

22h40 14 de Jul - Júlia: deixava n

22h40 14 de Jul – Júlia: Kkkkkkk

No diálogo acima, Fernando expõe a própria imagem, porém não recebe

³⁵ Q = que; agr = agora; eh = é; Vdd= verdade; n = não; kkkkkk = risadas.

palavras de incentivo. A colega Paula, em vez de aplaudir o envio de postagem, comentou sobre um possível susto. Entretanto, dependendo se é feito em tom de brincadeira ou não, afeta o indivíduo de maneiras diferentes. Ter a foto particular como assunto no grupo do *WhatsApp* pode funcionar como um reconhecimento positivo, uma vez que assume o foco da atenção da conversa e dos participantes do grupo.

Canclini (2008, p. 30) afirma que, para estabelecer identidades, essas não podem ser consideradas apartadas da história e sem influência do consumo, tendo o que possui ou o que deseja possuir como peças fundamentais na constituição identitária. O indivíduo latino-americano, por exemplo, é atravessado por outras histórias, sem saber o que tem de espanhol, brasileiro, norte-americano, sustentando por vezes o simbolismo das marcas estrangeiras como caminho ao prestígio pessoal, conforme publicação da foto de capa de Fernando³⁶.

As transformações constantes nas tecnologias de produção, no design de objetos, na comunicação mais extensiva ou intensiva entre sociedades – e o que isto gera em relação à ampliação de desejos e expectativas – tornam instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou racial.

O autor considera que não é possível consumir sem pensar sobre isso ou observar e indicar o que é do campo do desejo construído socialmente. Esse pode acontecer por rituais, como o ensejo natalino, em que o indivíduo é levado a consumir para vivenciar o período com mais envolvimento. Outra associação seria a satisfação ao comprar objetos para atribuir funções de comunicação ou para pensar o corpo, conforme é percebido no estudo em questão.

Os jovens consomem determinados itens para projetar a si, modificar a imagem corporal e simbólica e, em seguida, publicar em redes. É possível associar a participação na rede com o ritual de compartilhamento de fotografias. Estar na rede compreende disponibilizar informações e imagens, ainda que alguns o façam em maior frequência.

O que é citado acima pode ser exemplificado pela maneira que o adolescente escolhe de vestir-se e da expressão de linguagens utilizadas (gírias, uso de informalidade, assuntos abordados) em postagens. Pode optar por adotar uma aparência cuidada, atendendo aos parâmetros da moda ‘patricinha’ ou *playboy*, *hippie* ou *rock* etc.

³⁶ Vide página 45.

Outros, ainda, optam por livrar-se de padrões esperados pela sociedade vigente, rompendo e vestindo-se de maneira diferente do esperado, oscilando em vestimentas, cabelos, unhas, outros.

Ilustração VI - Compartilhamento Beatriz ‘*Link* de Música Gospel’

Beatriz compartilhou um link.

14 de janeiro

Vai Valer a Pena - Ministerio Livres Para Adorar HQ (Vídeo A Ponte (Most)

Vídeo: Fime Most. Musica: Vai valer a pena com Ministério Livres Para Adorar

Curtir · Compartilhar

7 pessoas curtiram isso.



J. S.: TOP essa musica ai !

14 de janeiro às 23:20 · Curtir

Beatriz compartilhou o endereço de uma música evangélica, escutada na Igreja que frequenta. Essa mesma postagem pode não ter tido reconhecimento entre amigos da escola, porém, entre os colegas do grupo de oração, houve um maior número de curtidas e comentários. Trata-se de valores que podem não ser reconhecidos dentro de determinado grupo, enquanto são bastante evidenciados em outros. Esse mesmo estilo musical, por exemplo, não foi compartilhado por ela no grupo do *WhatsApp*, em que a maioria dos participantes tinha em comum a escola e não a religião.

A mudança repentina acontece quando não se mantém o mesmo padrão de maneira definitiva ou quando acreditam optar por romper com aparências pré-definidas e acabam esbarrando em modelos específicos, como a moda *emo*³⁷.

³⁷ Moda lançada a partir do estilo musical pertencente ao *rock*, caracterizado por musicalidade melódica e expressiva, trazendo letras e vestimentas que expressam emoções que expressam reações negativas à

As pessoas levavam seriamente em conta as aparências umas das outras nas ruas. Acreditavam poder esquadriñar o caráter daqueles que viam, mas o que viam eram pessoas vestidas com roupas cada vez mais homogêneas e monocromáticas. Descobrir uma pessoa a partir de sua aparência tornara-se, portanto, uma questão de procurar pistas nos detalhes de seu vestuário (SENNETT, 1988, p. 203).

A imagem de si ou autoimagem do adolescente, é definida por Osório (1989) como aquela que o indivíduo jovem tem do corpo até tornar-se definitivamente um adulto. Os protótipos idealizados da imagem corporal são concebidos a partir de valores estéticos produzidos na mídia, identificados como impulsionadores de conflitos quando o corpo físico não se aproxima do que é concebido de modelo, assim como os itens da própria personalidade do indivíduo.

Baudrillard (1995, p. 24) afirma que “os nossos fantasmas é que vêm significar-se e consumir-se na imagem”, quando essa imagem aparece atualizada e dramatizada pela espetacularização. O autor considera que se vive na recusa do real que acompanha um pesar, mostrando na imagem o que consome, mascarando a própria realidade ao emergirem os signos. Essa compreensão parte da sociedade sígnica, ou seja, o consumo aparece como modo ativo de relação em torno do sistema cultural. Não são as atividades de trocas e aquisição de bens que tem maior relevância na escolha do indivíduo, assim como a satisfação de necessidades, pois o que está em jogo são os signos:

O consumo não é nem uma prática material, nem uma fenomenologia da “abundância”, não se define nem pelo alimento que se difere, nem pelo vestuário que se veste, nem pelo carro que se usa, nem pela substância oral e visual das imagens e mensagens, mas pela organização de tudo isso em substância significante; é ele a totalidade virtual de todos os objetos e mensagens constituídos de agora então em um discurso cada vez mais coerente. O consumo, pelo fato de possuir sentido, é uma atividade de manipulação sistemática de signos. (BAUDRILLARD, 1995, p. 202)

A grande transformação vivenciada pela sociedade seria, então, que os objetos não são vistos pela finalidade específica, e sim, pelos sentidos que evoca. Adquire sentido na relação com outros signos, o que, segundo o autor, corrobora para que o homem apareça definido através dos objetos. A dimensão real do significado dos objetos pode ser especulada pelo homem ao refletir criticamente, mas, ainda assim, há

desconhecimento da totalidade de motivações que implicam o ato de consumir.

Outra ilusão apontada seria a necessidade de personalização, em que o indivíduo acredita estar se descobrindo autêntico, porém, está assumindo o valor a partir dos materiais consumidos, como quando as meninas utilizam determinada marca de cosmético que promete cabelos perfeitos, diferenciados e macios. Porém, são várias pessoas que consomem o mesmo produto, acreditando estabelecer valor singular pelo uso de determinado objeto, quando estão se tornando cada vez mais parecidas ao agirem em conformidade com modelos pré-estabelecidos.

Retomando a questão do vestuário, a alternância nos estilos pode ser facilitada quando a mudança física se torna mais difícil (corpo magro ou gordo, formatos de nariz, etc.), migrando para uma imagem fantasiada do próprio corpo. Isso atende ao que Sibilia (2008, p. 31) considera sobre “usar palavras e imagens é agir: graças a elas, podemos criar universos e com elas construímos nossas subjetividades, nutrindo o mundo com um rico acervo de significações”. O modo de cortar ou despentear o cabelo, utilizar adereços, expressa o pertencimento a uma identidade tribal, como os *nerds*, os *funks*, os infantis, outros. Significa, ainda, que no interior da tribo pode encontrar a aceitação não recebida fora dela (OSÓRIO, 1989).

“Quem ele pensa que é?”, “não é natural que...”, “de onde ela saiu?”: o grupo exerce, não sem sucesso, pressões e coerções simbólicas, construindo um forte conformismo de classe. Nesse universo compartimentado pelo antagonismo entre “eles” e “nós”, vestir-se, morar, comer, beber, divertir-se, são atividades reguladas pelas maneiras de classe, modos de vida específicos, diferenças de *habitus*. Todos os agentes de uma mesma classe e todas as práticas de um mesmo agente, escreve Bourdieu, apresentam uma “afinidade de estilo”, um “ar de família”, uma “sistematicidade” resultante do *habitus* social. (LIPOVETSKY, 2007, p. 115)

Lipovetsky (2007) aponta que nas comunidades de adolescentes é possível transitar, entrando e saindo quando necessário, pois o que impera são as buscas identitárias não enrijecidas. A flexibilidade possibilita ao indivíduo realizar escolhas que o levem a ser conforme deseja. Trata-se de um comunitarismo que, com o advento da noção de hiperconsumo, volátil, instável, individualista, volta para si e não para o outro, de modo que haja uma promoção e elevação de si através da imagem.

É inegável que, atualmente, o sujeito tem mais autonomia para decidir ser de determinada maneira, porém, não por gozar de maior liberdade, e sim em razão de aumento no leque de possibilidades oferecidas pelo consumo. Apesar de acreditarem estar escolhendo livremente sobre o quê, onde e como consumir, o modelo de servidão

ainda permanece, quando o imperativo parece ser “consoma agora, em todos os lugares e sempre”.

Nesse item, discutimos sobre o consumo da imagem de si na rede, enquanto, no próximo tópico, enfatizamos que, para haver consumo, é preciso ser notado através da exibição da própria imagem corporal. Quando o adolescente expõe a si mesmo, fala de si como produto a ser adquirido.

2.5 O lugar do corpo do adolescente no consumo

Baudrillard (1995, p. 136) indica que “o mais belo, precioso e resplandecente de todos os objetos – ainda mais carregado de conotações que o automóvel que, no entanto, os resume a todos é o corpo” (grifo nosso). O corpo aparece publicizado, atendendo aos parâmetros da moda por estar imerso na cultura de massa. Visto pelo imperativo da juventude, virilidade e feminilidade, cuidados, regimes e práticas sacrificiais é definido pelo homem como símbolo da busca pelo prazer. Torna-se objeto de salvação quando adquire a função de condutor à felicidade.

A relação com o corpo se dá do mesmo modo que as relações sociais são organizadas, como nas redes *online*, em que o indivíduo tem que expor o corpo que substitui a alma, através da imagem, para inserir-se numa prática social. Porém, o corpo pode significar a via de acesso às relações sociais, sendo empregado um investimento de beleza para ajudar a vender a própria imagem exposta no mercado.

Por reviravolta completa, o corpo transforma-se em objeto ameaçador que é preciso vigiar, reduzir e mortificar para fins estéticos, com os olhos fixos nos modelos emagrecidos e descarnados de *Vogue*, onde é possível decifrar toda a agressividade inversa de uma sociedade da abundância em relação ao próprio triunfalismo do corpo e de toda a recusa veemente dos próprios princípios (BAUDRILLARD, 1995, p. 151).

O mesmo corpo que conduz ao privilégio do estimado reconhecimento social quando equiparado a outros corpos, padece pela violência e sacrifícios realizados como rituais para alcançar o padrão. O fascínio pela magreza, por exemplo, requer a realização de sucessivas dietas. O corpo aparece como fonte de contradição, afinal, expõe-se algo como imagem positiva quando há sofrimento empregado para sustentá-la.

Fotografia II - Foto Beatriz



beatriz's photo on Instagram

Curtir · Comentar

Na imagem acima, Beatriz expõe o seu corpo. Mostra um corpo magro, em boa forma. Desde o momento que entrou numa rede social, possibilitou a conversão de si em eficaz instrumento de *marketing*. Afinal, sem que necessariamente tenha consciência de tais movimentos pessoais, vende a imagem como produto e serviço na internet, conforme Sibilía (2008).

As personalidades são convidadas e, quase de modo obrigatório, incitadas à exposição. A construção da imagem de si é orientada mediante o olhar externo, não sendo construída olhando para dentro, e sim, atendendo ao que é solicitado como demanda sociocultural. Um exemplo seria a busca por padrões de beleza específicos do corpo magro das mulheres ou o corpo musculoso e forte para os homens, conforme veremos a foto de Bruno que enfatiza o abdômen na imagem e na escrita. Tal procura nem sempre colabora para a manutenção de uma boa saúde, como durante o uso de suplementos ou substâncias maléficas ao organismo e realização de procedimentos cirúrgicos sem suporte médico adequado.

Ilustração VII - Postagem Bruno 'Corpo sarado'



Praia! Corpo sarado 🍷 ☀️

[Curtir](#) · [Comentar](#)

A noção de privado antes do século XVII era questionável, pois mesmo nas residências não existiam lugares particulares, como divisão entre quartos dos pais, filhos, cozinha, sala de estar. O conjunto arquitetônico corroborava para que tudo permanecesse junto e misturado, como o quarto dos pais contemplando o bebê³⁸, a pernoite na mesma cama e as necessidades fisiológicas feitas sem a necessidade de um compartimento específico (banheiro) (ARIÈS, 1997).

O surgimento da burguesia³⁹ sinalizou uma preocupação maior com a educação dos filhos, anteriormente confiada a terceiros e com a vida dentro da própria casa. A residência, que antes não tinha divisões entre compartimentos, passou a incluir quartos particulares. Esses se tornaram lugares físicos com dimensões simbólicas na medida em que foram estabelecidos como locais de pertencimento e reflexões, imprescindíveis para o desenvolvimento subjetivo.

Sibilia (2008, p. 56) discute a noção de público e privado, assinalando o fato de que possuir um quarto próprio corresponderia a ter “um cenário onde transcorria a intimidade”. Se o indivíduo tinha um ambiente privado, poderia criar situações nas quais pudesse confessar detalhes de si. Aproveitava a solidão para dedicar-se ao ato de

³⁸ Era comum, nesse contexto, bebês morrerem por asfixia, de modo acidental, ao dividirem a cama com os pais durante a noite.

³⁹ Em Londres e Paris, havia uma regra de trabalho para fazer parte dessa classe. Burgueses eram considerados a classe crítica. O termo utilizado para defini-los seria a “sofisticação” com sinônimo de “bem educado” ou possuidor de “boas maneiras”. A mudança principal foi acarretada no comércio, quando mercadorias eram feitas em máquina com produção em massa (SENNETT, 1999).

escrever sobre si através de cartas e diários pessoais.

Atualmente, sabemos que o hábito de escrever sobre si tem extrapolado os limites de papéis e alcançado as telas, como a do computador, que não é “tão sólida e opaca como os muros dos antigos quartos próprios. Além disso, a distância espacial e temporal com relação aos leitores tem encolhido sensivelmente” (SIBILIA, 2008, p. 57). O que anteriormente era guardado “a sete chaves”, permanece com acesso sem distinção, pois podemos transitar entre relatos pessoais de muitas pessoas, visitando páginas da rede ou *blogs*, sem possuir graus elevados ou, até mesmo, mínimos resquícios de intimidade.

Sennett (1999, p. 243), em “O declínio do homem público”, analisa o processo de abandono da vida pública no intuito de referenciar a vida privada, atendendo ao que estamos analisando. Duas personalidades são mencionadas pelo autor: artistas e espectadores. O espectador participava da vida pública com passividade e em silêncio, pois era “facilmente visível que o homem público sentia-se mais confortável enquanto testemunha da expressão da outra pessoa, do que enquanto um ativo condutor da própria expressão”. Assumindo a posição de observador, acreditava sentir e captar as nuances da vida pública, que não era possível nos limites territoriais da casa.

A interação entre as duas personalidades correspondia ao movimento do espectador precisar ver no ator público traços da personalidade de si. Desse modo, os artistas ou atores funcionavam como portas para a vida pública, demonstrando, por sua vez, dados de expressão pessoal que conduziam ao privado. O que o artista deveria narrar no palco seria, principalmente, a sua vida, de maneira que a narração musical, teatral ou literal tivesse função de espelhar sentimentos, sensações e personalidades.

O traço essencial da personalidade de um artista que faz música imanente é sua qualidade de choque: administra choques aos outros, e é ele mesmo uma pessoa chocante. Não é assim que um homem que tem esse poder é qualificado de uma personalidade “dominante”? (SENNETT, 1999, p. 250)

O palco, ambiente público, tornou-se local de identidades privadas, já que o ator depositava dados de si, estimulando o espectador a voltar-se para o íntimo. Olhar para o público correspondia a observar a si mesmo e seus dilemas existenciais, o que corroborou para a culminância do que o autor denominou “multidão solitária”. Apesar de estar numa multidão, ao frequentar eventos públicos, o indivíduo permanecia solitário. Cabia apenas aos lares os domínios do privado, afastando-se das sociedades para vivenciar a intimidade que era possível apenas na residência particular.

Qualquer experiência em público representava uma experiência pessoal, em que emergiam recortes da personalidade na busca de sentidos. Ainda que amontoados em locais públicos, os indivíduos eram “separados por paredes invisíveis” (SENNETT, 1999, p. 268). A vida particular cabia à família, o que resultou em “tirantias da intimidade”. Participação na vida política e pública não eram as motivações mais importantes, pois se o sentido dessa busca era maior proteção e segurança das questões do eu, apenas o lar proporcionava tal encontro.

Consideramos que o adolescente pode passar pelo mesmo processo. Knobel (1981), ao se referir aos traços da fase do desenvolvimento, afirma que há um relevante desprezo do mesmo por causas públicas, como baixo envolvimento político constituinte da adolescência. A diferença é que, para o autor, isso se dá pelo próprio desenvolvimento etário, enquanto acreditamos na influência histórico-social, como a tendência crescente à valorização do privado nas sociedades modernas ter contribuído para o abandono de tais questões. Presenciamos, ainda, incentivos insuficientes por parte de adultos e governantes para que mais jovens se engajem na vida política, entre outros aspectos.

Atualmente, há personalidades que desejam projeção pública, mas solitárias, conforme o modelo de espectadores. Direccionam a ação da escrita para discorrer sobre sua imagem ou a manifesta através da fotografia conforme os artistas. Podemos inferir que conteúdos com baixa aceitação pelo outro não são mobilizados. O intuito do adolescente, para isso acontecer, é de romper os muros do quarto para acessar o mundo, independentemente do tempo e lugar, mesmo que, fisicamente, permaneça sozinho durante esse processo.

O movimento permanece o mesmo expresso por Sennett (1999). Personalidades vão ao público, nas redes sociais, buscar manifestações e expressões de si mesmas. Entretanto, se havia um espectador passivo, o de hoje se afasta dessa definição, quando também é interesse particular ser ator e personagem da própria vida num palco simbólico: as redes.

As pessoas dizem no grupo (sobre elas) e pedem para olhar no *Facebook*. O *Facebook* é que diz o que você precisa saber, como se fosse um jornal para saber o que está acontecendo. (ANA)

O espaço das redes, mencionados por Ana, é de um meio de comunicação equiparado ao jornal. Podemos aproximá-lo a um palco, quando o indivíduo emite

discursos pessoais de si, mas pede que o observe a partir de uma rede mais ampla: o *Facebook*. Com isso, o funcionamento é o mesmo de estar sobre um palco, pois o adolescente pode aproveitar o cenário para expressar características particulares da intimidade.

O momento em que o sujeito se dirige para si, David Riesman (1995) chamou de personalidade introdirigida. Mesmo diante de um aumento populacional, não era maior o interesse das pessoas de sair para a vida pública. Continuavam a refugiar-se respectivamente no lar, no quarto e na escrita. O desdobramento disso é o surgimento da literatura, principalmente na modalidade Romance. A literatura aparecia como alimento para a interioridade e construção de si.

Atualmente, passamos para um novo romanceamento de si, em que o eu assume papel principal e é oferecido para a leitura dos outros nas redes sociais quando despejam conteúdos particulares. Representa uma introspecção sem espaço, atemporal, visível para o público, mas sempre remetendo à dimensão privada.

Trata-se, então, da valorização da personalidade, do eu privado, que não quer mais se esconder na residência ou no quarto, ansiando manifestar-se para o outro e deixar-se moldar a partir do olhar desse. Isso, em outras palavras, pode corresponder à extimidade ou a personalidades alterdirigidas (RIESMAN, 1995). Uma hipótese como essa pode vir a justificar o anseio pessoal dos adolescentes de expor e falar sobre si em telas:

O Facebook é como se fosse o meu cartão postal. Nele, tem o que curto, os meus amigos, o que ando falando sobre mim e o mundo, o que tô pensando, compartilhando, pra onde tô indo, e, principalmente, quem eu sou pelas fotos.
(BRUNO)

A transição entre personalidade introdirigida para uma alterdirigida considera a mudança de um olhar voltado para si que se dirige ao outro. No século XX, em que a personalidade transcorria no cinema e na televisão, espaço para poucos, prevalecia uma personalidade introdirigida. Enquanto no século XXI, através do *Facebook* citado por Bruno, entre outras redes e a internet na totalidade, tornam-se espaços para todos serem vistos. Apesar disso, a possibilidade maior de ser visto não garante reconhecimento satisfatório.

Guy Debord (1995, p. 26), em “A sociedade do espetáculo”, discute sobre o que seria o espetáculo como a realidade em questão e a representação da relação entre as pessoas mediadas por imagens que salientam a dimensão do consumo. O espetáculo

se torna a forma de modelo da vida social ao mostrar a dimensão da aparência, principalmente os aspectos positivos, intensificados como produtos da própria sociedade, indo ao encontro da seguinte citação:

quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta.

O conceito de espetáculo aparece como a própria vida criativa, o que dialoga com a fala de Bruno. O *Facebook* mostra apenas a dimensão da aparência, por vezes, maquiada ou teatralizada, aproximando do conceito que descrevemos como espetáculo. Afinal, por mais que Bruno disponha na página pessoal interesses particulares, faz no intuito de ser um “cartão postal”, que comumente nos remete à ideia da melhor imagem do local visitado. Espetacularizar torna-se opção para descartar aspectos que também o representam.

Já discutimos sobre o indivíduo virar mercadoria ao se oferecer como produto nas redes, fazendo isso após consumir determinados itens. Ganha indulgências quando recebe como “pagamento” o reconhecimento positivo. Porém, o caminho para alcançá-lo exige que, inicialmente, consuma-se o que nem sempre é necessidade real para transformar-se em mercadoria. Depois disso, ainda é preciso mostrar-se e indicar quais atributos possui em redes.

Para o consumo da imagem de si permanecer em alta, uma das condições é o capital da juventude. Esse imperativo perdura desconsiderando o fator biológico de muitos que já ultrapassaram essa faixa etária e as vantagens do avanço da idade, como benefícios econômicos (aposentadoria) e experiência pessoal. Quando não atende ao esperado, pode se tornar um produto ou mercadoria descartável e desatualizada.

No próximo capítulo, intensificamos a discussão do consumo, porém, estabelecendo a interação social como finalidade. Exploramos conteúdos das fases metodológicas da pesquisa, como formação do grupo de apoio e importância do mesmo para a construção teórico-metodológica da pesquisa.

3 NOVAS POSSIBILIDADES DE SER ADOLESCENTE E ESTAR EM COMUNICAÇÃO

Neste capítulo, analisamos as informações compartilhadas pelos adolescentes participantes da pesquisa, a começar pelos dados no grupo de apoio. Seus relatos sinalizam a riqueza da experiência metodológica. Se restam dúvidas sobre novas possibilidades de subjetivação, estas se findam quando os sujeitos participantes mencionam como um dos espaços privilegiados, a influenciá-los e a possibilitar que exerçam influências, o das redes sociais. As falas dos adolescentes nos instigam como pesquisadores, a buscar ferramentas para a inserção nesse cenário e apreensão do que se passa nele.

Iniciamos este capítulo citando o percurso do grupo de apoio em formato presencial e virtual. Discutimos como nossa experiência de campo ocorreu e quais questões foram suscitadas a partir disso. No caso dos adolescentes dessa pesquisa, apesar de acessarem as redes sociais sozinhos, a rede não tem função de isolamento, mas é uma via condutora para as relações sociais. Por isso, o que nos interessa, assim como aos adolescentes, é a possibilidade do indivíduo estar em redes ou agrupamentos e, principalmente, em comunicação.

Os relatos de determinadas atividades realizadas no grupo dialogam com nossa proposta de compreensão sobre a construção da imagem de si como estratégia de interação social, por isso, analisamos tais conteúdos nesse capítulo⁴⁰.

Durante as entrevistas, exploramos os aspectos que fazem a internet permanecer foco de interesse dos adolescentes. Através da nossa inserção na internet, no *Facebook* e *WhatsApp*, procuramos averiguar quais as consequências trazidas à sociedade como, por exemplo, colocar as pessoas em comunicação.

O terceiro item desse capítulo explora, principalmente os objetivos mencionados pelos entrevistados no acesso às redes sociais, que apontam para a realização de interações. O achado principal do capítulo é a construção de si acontecendo no cenário em rede, priorizando as relações sociais como fatores contribuintes para os processos subjetivos.

⁴⁰ O item 3.1.2 desse capítulo prioriza os relatos das atividades no grupo.

3.1 Do grupo presencial ao virtual, da escola ao *WhatsApp*

O Grupo de Apoio teve cinco reuniões com o objetivo de promover o autoconhecimento e autoconfiança dos estudantes. Buscamos oferecer um espaço de diálogo com os seguintes temas: ansiedade, estresse, autoconhecimento e medo. O intuito seria proporcionar aos participantes espaço para a fala, prioritariamente, sobre si. Isso incluiu alguns subtemas de destaque como desdobramento dos temas gerais: organização pessoal, família, relacionamentos, imagem pessoal, internet, dentre outros.

O primeiro encontro constou de uma apresentação dos membros do grupo, levantamento de motivos para participação e expectativas. Eles trouxeram alguns motivos para justificar o interesse no grupo, como desmotivação em relação aos estudos, principalmente por não conseguirem equilibrar as atividades de estudo e lazer, nem sob a penalidade de castigos dos pais, e de gastar a maior parte do tempo com outras questões, como permanecer utilizando o celular por longo período. A pouca preparação e dedicação aos estudos, conforme discutimos em grupo, contribuem para aumentar a ansiedade em relação às provas escolares.

Apesar das queixas iniciais se voltarem ao contexto escolar, os assuntos não se resumiam apenas a isso. Na medida em que falavam sobre a desmotivação dos estudos, citavam o quanto era bom, por outro lado, participar de redes sociais, analisando as possibilidades de relacionamentos e riscos, como o alto emprego de tempo em aplicativos e baixo envolvimento com outras áreas da vida (estudo, família etc.).

Ainda que as temáticas presentes na organização a priori do grupo tenham sido outras, diferindo de um “eu” abordado nas redes sociais, os adolescentes trouxeram tais pautas sem que tivessem sido estimulados a tratar do assunto como pauta. Já que o grupo tinha a intenção inicial de acessar questões particulares, apareceram conteúdos pessoais, definidores da imagem, estabelecidos em lugares de nosso interesse na pesquisa, como as redes sociais.

Propomos como atividade inicial, exemplificada a seguir, colocar no papel 05 (cinco) autodescrições. Em seguida, os papéis eram misturados e entregues de maneira aleatória aos participantes, que deveriam adivinhar de quem se tratavam as descrições. Muitas características foram apontadas em comum, como gostar de sair com amigos, buscar amigas e paqueras, comer, interesses religiosos, dormir e falar no celular.

Atividade I - Beatriz em 'Descrição de si'

GOSTO DE COMER
 AMO DEUS!
 TENHO MEDO DO QUE AS PESSOAS VÃO
 PENSAR SOBRE MIM!
 ME PREOCUPO MUITO COM MEUS
 AMIGOS.

Na descrição acima, Beatriz trouxe aspectos quanto à religiosidade, valorização da amizade e insegurança diante da aceitação da imagem de si. A relevância da amizade⁴¹ durante o período da adolescência e a preocupação com a imagem⁴² são questões que marcam essa estrutura dissertativa. No capítulo 4, ampliamos essa discussão.

Atividade II - Antônio em 'Descrição de si'

EU SOU → UM BOM AMIGO
 → UM PESSOA FELIZ
 → GOSTO DE DESHAR
 → GOSTO DE EXPERIMENTAR
 COISAS NOVAS
 → PENSO NA FELICIDADE
 DE TODOS OS MEUS
 REDOR

Antônio, assim como a colega Beatriz, citou a questão das amizades e da preocupação com o outro como definidora. O que nos interessa com o exemplo da des-

⁴¹ Discutimos no capítulo 2 sobre a inserção nos grupos de semelhantes como marco da adolescência.

⁴² A imagem é tema que ganha destaque, particularmente, no capítulo 4.

crição de Beatriz e de seus colegas é que a comunicação e interação estavam presentes em cada uma das descrições ao mencionarem dados de si: gostar de estar sempre em contato com os colegas, ser sociável e amigável. Nesse contexto, estimulamos uma discussão sobre o que seria “ser sociável”, já que esse aspecto foi repetido pelos colegas. Segundo Antônio, “ser sociável é se relacionar, falar com todo mundo. É manter contato na escola e, quando chegar em casa, falar no *WhatsApp*”.

A descrição de “ser sociável” poderia se resumir à primeira fala de Antônio sobre interação na escola, quando o adolescente está em contato presencial com os colegas, porém associou o termo ao contato pela rede social *WhatsApp*. A definição conceitual de sociabilidade priorizou também as redes sociais.

Ressaltamos que, interagir na escola com amigos e professores pode ser um desdobramento da obrigação de frequentá-la, já que a própria escola vê como problemático quando o indivíduo permanece isolado. Entretanto, retornar para casa e continuar o contato através da rede é uma iniciativa que parte do adolescente de prolongar em outro cenário as relações presenciais.

Atividade III - 'Desenho de si'

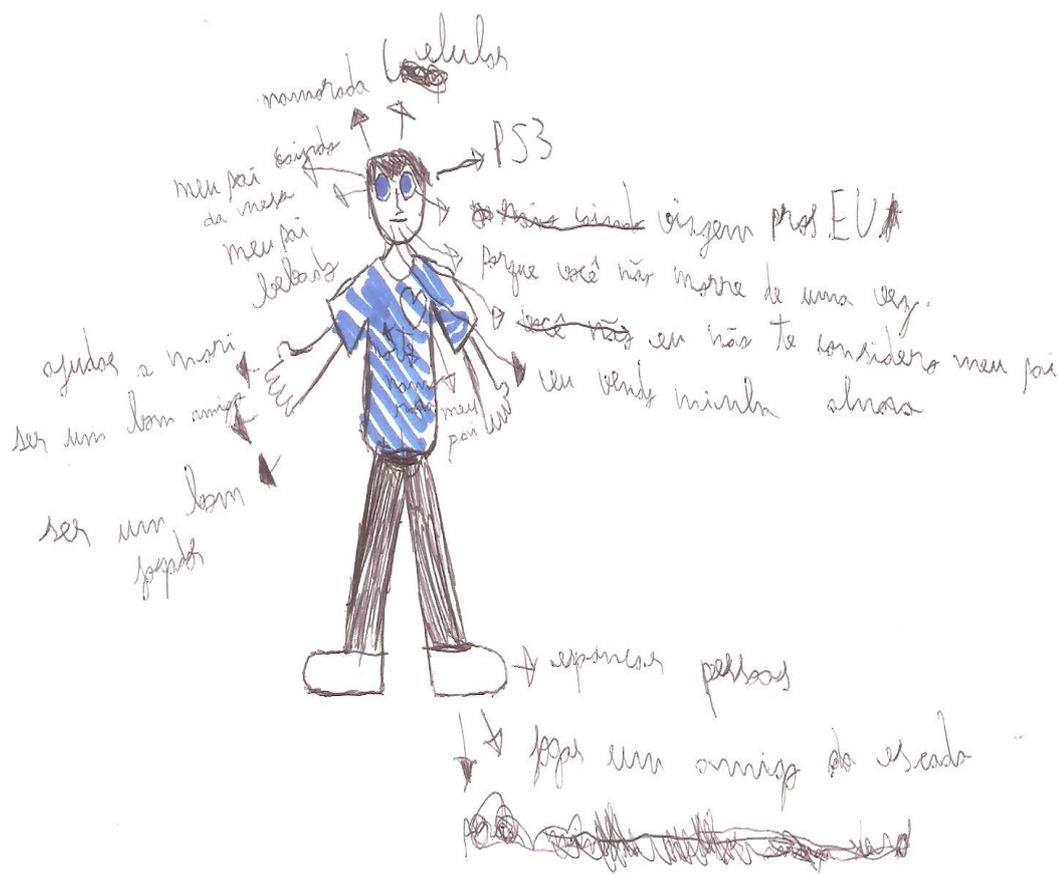


A atividade desse primeiro momento representa a elaboração de um desenho que expressa a imagem de si, conforme modelo acima. Nele, o adolescente teria que desenhar o seu corpo (imagem), colocando uma seta na cabeça e escrever três ideias que não abriria mão; nos olhos, coisas que já viu e o impressionou; na boca, três expressões usadas no decorrer da vida que causaram arrependimento; no coração, três grandes amores; nas mãos, ações inesquecíveis já realizadas e, por fim; nos pés, as piores enroscadas em que já se meteu.

Nem todos os alunos conseguiram concluir a atividade, pois afirmaram não se conhecer o suficiente e sequer terem pensado sobre tais aspectos anteriormente. Novamente, a comunicação esteve presente nos resultados obtidos, como a marcação de destaque dos meios de comunicação e interacionais no corpo do indivíduo. Dentre as três ideias que não saem da cabeça, estavam namorado(a), celular, Ps3, maquiagem,

secador de cabelo, conforme apresentaremos a seguir.

Atividade IV - João 'Desenho de si'



No desenho acima, João mencionou celular, PS3 e namorada como ideias que não saem da sua cabeça. Afirma jogar PS3 por ser bom estar com os colegas mesmo para competir. Podemos cogitar que o mesmo acontece com o celular, colaborando para a concepção defendida que o principal aspecto da internet é oferecer possibilidades interacionais. Se eles exigem que o celular seja de última geração no contato com os pais e na comparação com os amigos, o tecnológico também ocupa lugar de importância. Pode não existir somente uma competição disfarçada nas redes sociais por curtidas, compartilhamentos e números de amigos, mas entre gerações mais modernas de meios de comunicação.

A presença da namorada pode representar a ampliação das relações sociais. Quando anteriormente, principalmente na infância, aparecia como relações sociais o compartilhamento de experiências e afetos com os familiares e amigos da escola. Na adolescência, não somente a amizade ganha maior relevância, como a busca pela relação com pares.

Atividade V - Lucas 'Desenho de si'



Assim como João, Lucas também dispôs o celular como ideia que não sai da cabeça. Entretanto, também o colocou no coração representando uma das três coisas que ama. A disposição aponta para um possível envolvimento emocional de Lucas com os meios de comunicação, especialmente o celular, pois aparece junto com amigos e família nos dois locais.

O coração é definido em nossa cultura como local em que os sentimentos

como algo que quer esquecer e afirma ter se arrependido de dizer que o mesmo não era seu pai. Lucas menciona como a pior enrascada, sem que tenha mencionado outra, ter brigado com a mãe, aproximando-se de Paula, que afirma ter xingado sua mãe.

De acordo com as falas dos adolescentes, os autores mencionados no capítulo 2, Knobel (1981) e Calligaris (2000), podem estar certos de que o período da adolescência contribui para o afastamento dos pais, quando vivenciam mudanças sociais que devem ser compreendidas pelos responsáveis. Um entendimento limitado sobre o momento vivido pelo outro pode contribuir para dificuldades na convivência familiar.

Alguns descontentamentos apareceram na realização dessa dinâmica, como a imagem de si não representar quem são, segundo alguns participantes. Já que não ficavam satisfeitos com o desenho que faziam, insistiam em tentativas sucessivas de refazer o desenho para que a imagem ficasse mais bonita. Trata-se de uma preocupação que claramente transborda o papel para a vida, quando muito importa aos participantes uma constituição de imagem adequada aos padrões exigidos.

Uma das integrantes, Ana, afirmou que o desenho não se aproximava de sua imagem e que deveria melhorá-lo. Outra fala que contou com o apoio do grupo e proporcionou o encontro com os temas de discussão da dissertação foi a de Fernanda: “Tia, bem melhor ter sido uma foto que um desenho. Temos tantas no *Facebook* e *Instagram*. Por que você não pegou uma lá?” (sic).

O desenho de si ajuda o indivíduo a pensar sobre a imagem, entretanto, se esse não é um exercício comum, pode vir a apresentar dificuldades no ato de desenhar e na escrita. Possivelmente, representa a oportunidade de analisar quem o indivíduo quer ser. No caso de Paula, por exemplo, somos direcionados a pensar que a adolescente tem grande preocupação com a aparência. Entretanto, uma leitura mais atenta nos indica que pode não ser exatamente essa a melhor explicação, já que ela não faz uso de maquiagens e secadores no cotidiano conforme menciona. Talvez, o desenho possa representar a imagem que ela gostaria de passar para ganhar maior aceitação.

Quando Fernanda cita que em vez de desenhar podemos utilizar uma foto de determinada rede social como substituto, é possível ter uma hipótese de que a imagem bela que os adolescentes gostariam de fazer no desenho é mais fácil ser alcançada quando uma fotografia é performática⁴³. Uma foto posada, em que o indivíduo se prepara para tirá-la, utilizando vestimentas adequadas, tem mais chances de se adequar aos pa-

⁴³ Trabalhamos com o conceito de performance no item 4.2.

drões culturais que desenhos feitos por quem nem sempre tem habilidade para tal.

Dada a riqueza de relatos, compreendemos que o campo já falava nesse momento. Se nós procurávamos um espaço para que adolescentes discorressem sobre si, sua imagem pessoal e as relações na internet, isso estava diante de nós. A fala deles, durante a dinâmica, era de preocupação com a forma, com a aceitação por parte dos outros, envolvendo o consumo de itens para promoção de melhor aparência (exemplo citado: maquiagem e secador de cabelo como “coisas que não saem da cabeça”). Desse modo, identificamos que houve mais um encontro que uma procura individual, pois ainda que não nos atentássemos, o campo está na prática cotidiana do adolescente, principalmente, porque eles estão sempre em interação e, para isso, preocupam-se com a constituição de uma “boa” imagem.

No fechamento do primeiro encontro do grupo, colocamos algumas palavras numa folha de papel madeira que seriam necessárias para a formação do grupo, simbolizando um contrato. Em seguida, conversamos sobre cada palavra escrita pelos participantes e a importância delas, como “sigilo”, “amizade”, “união”, “diálogo”, “comprometimento”. Uma das propostas feitas por Paula foi a criação de um grupo fechado no *WhatsApp*: “Poderíamos criar um grupo no *WhatsApp*, pois assim poderemos conversar durante toda a semana. Podemos dizer o que quisermos lá, como: ‘Hoje estou morrendo’ e, assim, receber ajuda” (sic).

O convite de Paula foi bem acolhido por todos. Porém, representou motivo de estranhamento por minha parte, quando me vi entre o papel de pesquisadora e profissional da instituição escolar. Questionei-me sobre a possível administração de ambos os papéis, além de temer a pouca preservação de minha intimidade pessoal, já que, assim como os adolescentes, faço parte de redes sociais das quais eles não faziam parte.

No processo de orientação dessa dissertação, adquiri a tranquilidade necessária para lidar com a responsabilidade de administrar ambos os papéis, que não deveriam se contrapor. Assim, percebemos que o pesquisar pode contribuir para a prática profissional, e que, por meio do fazer profissional, podemos colaborar no desenvolvimento da ciência, reconhecendo e problematizando as interações entre os sujeitos presentes e seus processos comunicacionais na atualidade. A pesquisa não auxilia somente a mim, mas aos profissionais que trabalham com adolescentes, além de pais e responsáveis, a se prepararem para lidar com as demandas atuais.

Nos primeiros dias do grupo no *WhatsApp*, os estudantes passaram a fazer uso da ferramenta sem distinção, utilizando-a quando estavam na aula e em vários mo-

mentos do dia e da noite. Como profissional da escola, preocupava-me com o tempo gasto excessivamente nas redes pelos estudantes, diminuindo possibilidades de um período de dedicação extensa aos estudos. Esse seria um discurso comum aos pais e professores, pautado na noção de culpabilização das tecnologias, no caso as mídias móveis, e em pouca investigação sobre as oportunidades por elas trazidas.

Desde o início, estava certa de que refletir apenas com base nesta posição não me faria avançar como pesquisadora, tampouco traria expressivos resultados para a sociedade. Apenas repetiria o que já era feito: tentativas de controlar os próprios adolescentes e o respectivo uso da internet e afastamento significativo dos educadores do universo de compreensão dos adolescentes.

Entretanto, como pesquisadora, o meu desafio tornava-se maior a cada dia. Nunca havia realizado pesquisa numa plataforma cotidiana de meu uso, no caso o *WhatsApp*. Meu campo de pesquisa, estendido por meio deste aplicativo, estava disponível 24 horas. Apesar de dominar o uso desta ferramenta, não conseguia acompanhar as conversas dos copesquisadores em tempo real, pois eram feitas de maneira ininterrupta, como tende a ser a conectividade nas redes. Quando ia acompanhar os conteúdos disponibilizados, já havia perdido o início dos assuntos e/ou esses já tinham se modificado rapidamente.

No encontro seguinte, combinamos que conversaríamos todas as noites, a partir de 20h, reduzindo o tempo de utilização do aplicativo para não atrapalhar a realização de outras atividades, como assistir às aulas, estudar, praticar esportes. Todos concordaram com a proposta, ainda que alguns deles continuaram a usar o aplicativo sem interrupção.

Abordamos, no próximo subitem, relatos de atividades no grupo de apoio em que continuam aparecendo as categorias dessa pesquisa, como a presença do diálogo sobre a imagem de si, comunicação e internet. O intuito não é expor técnicas psicológicas, e sim discutir as implicações disso para uma pesquisa realizada na área da comunicação com fins de levantar dados sobre construção de si através de imagens e interação em redes sociais.

3.1.2 As imagens falam de si: relatos de atividades

Priorizamos, neste subitem, a análise de alguns relatos de atividades que envolvessem a centralidade nas imagens de si como destaque. As questões contempladas nessas atividades envolveram os seguintes aspectos: autoestima, reflexão de si e organização do tempo⁴⁴. As atividades atendem ao que já foi discutido como construção teórica, entrelaçando a prática à teoria numa relação dialética. Propomos as seguintes atividades:

1) Atividade para lidar com a questão da autoestima

Entregamos a cada um dos adolescentes uma folha de ofício. Em seguida, indicamos algumas situações em frases: “Você não conseguiu atingir boas notas no boletim”, “Seus pais brigaram com você”, “Você não dormiu bem, pois estava com problemas com seus colegas”, “Você recebeu críticas”. Na medida em que os machucassem ou diminuíssem a sua autoestima, conforme a intensidade específica, iam rasgando a folha. Por exemplo, se receber críticas afeta negativamente, a tendência é que o adolescente faça um rasgo grande.

Em seguida, mencionamos frases que tentassem representar o sentido inverso, como: “Você tirou boa nota na prova”, “Seus pais falaram que você é muito importante para eles”, “Você é elogiado pelos seus amigos”. Na medida em que íamos falando, eles iam colando e reconstituindo sua folha com o uso de colas e/ou fitas adesivas.

No desfecho da atividade, os adolescentes afirmaram o quanto chamou atenção perceber que eles se preocupam com a aceitação dos outros, não gostam de receber críticas, indo ao encontro do que abordamos anteriormente sobre a necessidade de ter sentimentos de reconhecimento positivo perante os outros.

Os relatos mostraram que, quando uma completa aceitação não acontece,

⁴⁴ Para realizar a programação do grupo, selecionamos temas de destaques identificados durante o convívio com alunos, pais e professores, os quais apareciam como demanda de trabalho. Exemplo: queixas referentes a não se sentirem bons o suficiente (autoestima). Outro aspecto de interesse para a condução temática do grupo foram os dados preenchidos na ficha de triagem pelos participantes (vide anexo, página 156).

sentem-se desapontados e angustiados: “Bem melhor é receber elogios. Quando alguém fala algo de mim bom, como se minha roupa está bonita, ganho meu dia” (Paula). A adolescente traz o ponto de vista do outro como definidor para que se sinta melhor. Entretanto, cita apenas o reconhecimento positivo como fundamental para que tenha um bom dia. Sabemos que, lidar com críticas, quando construtivas, auxiliam o indivíduo no amplo desenvolvimento, preparando-o para trabalhar determinadas limitações e conviver melhor em sociedade. Quando se trata de críticas ou opiniões negativas quanto às roupas, por exemplo, podem soar desnecessárias para a melhoria do indivíduo como sujeito.

A preocupação da participante diante da visão do outro poderia ser como o outro a percebe em características e habilidades, como simpatia, entusiasmo e inteligência. Porém, o exemplo citado sinaliza apenas algo correspondente à dimensão da aparência, como se tal fator tivesse maior relevância.

2) Atividade de análise da organização temporal

Todos os participantes receberam uma folha com relógios desenhados sem ponteiros⁴⁵. Cada um tinha um nome de uma parte constituinte de sua vida (legendas⁴⁶). Eles deveriam preencher como cada atividade disposta na legenda ocupa seu tempo, pintando os ponteiros de acordo com o gasto de tempo. No final, comentamos sobre como estamos preenchendo o tempo e no que pode ser melhorado.

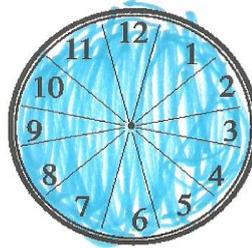
Encontramos, nessa atividade, a amostra de resultados de totalidade do tempo destinada à “Internet” (relógios 1 e 2). Apesar disso, há recortes de alunos que dispuseram em “Outros”, a temática do *WhatsApp*, *Tumblr*, *Twitter* (relógios 3 e 4), ainda que redes sociais representassem ferramentas da internet.

⁴⁵ Vide anexo páginas 164-165.

⁴⁶ Legendas: Família; Estudos; Alimentação; Sono; Religião; Lazer; Amigos; Namoro; Conversar com os pais; Atividades domésticas; Atividade Física, Internet, Outros.

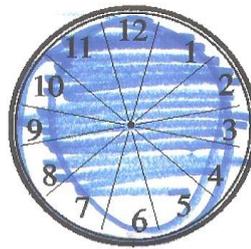
Atividade VII - Paula 'Relógio'

Internet



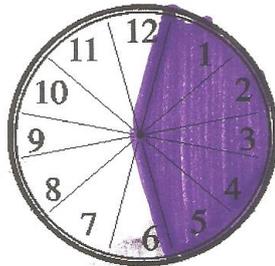
Atividade VIII - Lucas 'Relógio'

Internet



Atividade IX - Fernando 'Relógio'

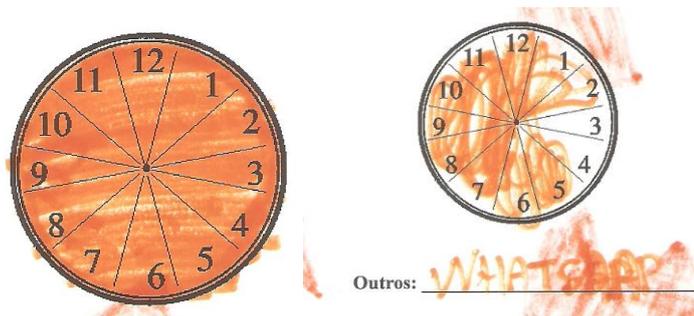
Internet



Outros: Tumblr e Wpp

Atividade X - Antônio 'Relógio'

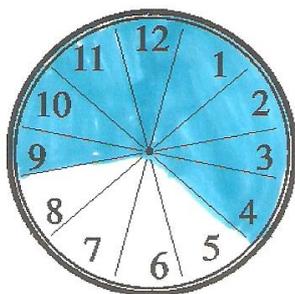
Internet



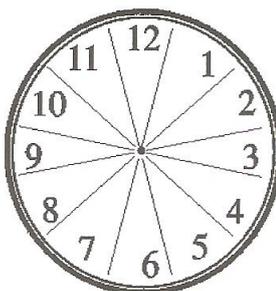
A justificativa de Fernando dispor em “Outros” as redes sociais, enfatiza este uso como singular, sendo a internet algo geral, sem especificidade. Isso poderia justificar a hipótese de que é predominante para uma parte considerável deles, em relação às diversas possibilidades de uso da internet, a utilização das redes. Atividades na internet como busca em sites, informações relativas a trabalhos escolares, atualidades no país e no mundo não foram mencionadas.

Atividade XI - Paula 'Relógios' (Continuação)

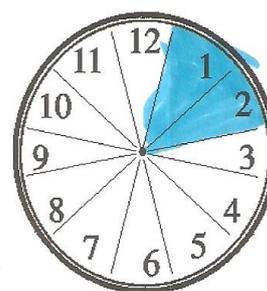
Amigos



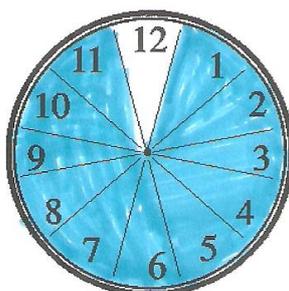
Conversar com os pais



Estudos



Sono



Analisando a pintura dos relógios por Paula, atividades como estudo e conversas com os pais se tornaram reduzidas, principalmente quanto aos últimos, representando ausência de contato. Esses dados dialogam com os achados teóricos do capítulo 2, como a discussão de proximidade entre amigos e pouca com os pais iniciada por Knobel (1981). Enquanto isso, o estudo também aparece reduzido, intensificando a queixa do discurso de que não há dedicação aos estudos com veemência, e sim, mais investimento em atividades como internet e dormir.

Considerando que os adolescentes ocupam um espaço de múltiplos estímulos, como os disponibilizados nas redes sociais, em grupos de semelhantes, em meios eletrônicos e outros, estudar e estar com os pais perdem a hegemonia quando comparada às atividades desenvolvidas quando eram crianças. Tratam-se de estímulos que o conduzem ao contato com mais pessoas e com informações completas sobre o mundo pessoal e global.

3) Atividade sobre fotografias

Dispomos fotografias diversas, utilizando opostos e situações da vida cotidiana, como namoro, família, felicidade, corpo, redes virtuais, desânimo, amigos, adolescência, outros. A orientação foi a de que os estudantes escolhessem as imagens que mais se identificassem e, em seguida, justificassem a escolha.

Os adolescentes escolheram temáticas que se aproximavam da fase do desenvolvimento da adolescência e de momentos vividos no cotidiano. Mais que fotos de uma família feliz, escolheram a que representava uma briga e/ou discussão familiar. A presença dos amigos foi um dos definidores nos fatores de escolha. O namoro aparece como anseio ou como figura importante já presente na vida deles.

As redes sociais aparecem com destaque, porém, eleitas pelos nomes, como *WhatsApp*, *SnapChat*, *Tumblr*; ressaltando as que não apareciam na figura a seguir.

Fotolinguagem II - 'Redes Sociais'



A imagem física aparece na maioria dos discursos, como a busca pelo corpo perfeito e malhado. Entretanto, percebem-na como impossibilidade, pois a fotografia de alimentos não saudáveis, como sanduíche e batatas fritas, assim como a de chocolates são preferências de gostos e hábitos indispensáveis para eles.

Fotolinguagem III - 'Corpo magro'



Fotolinguagem IV - 'Alimentação não saudável'



Outra fotografia escolhida foi a de uma imagem de uma criança no espelho ao lado de um adolescente. Lucas ressaltou que significava, para ele, a forma como se percebe: ora como criança sem responsabilidades, pois não tem obrigações de um adulto, ainda gosta de jogos eletrônicos, ora como adolescente que precisa decidir o seu futuro, como a profissão.

Fotolinguagem V - 'Corpo infantil x corpo adulto'



A figura retrata prioritariamente o momento vivenciado na adolescência, quando não apenas um corpo infantil é abandonado e um novo surge. Essa mudança vem acompanhada de transformações simbólicas na vida social do sujeito. Lucas é convidado a ser um bom estudante, decidir sobre o futuro quando desconhece a realidade da maioria das profissões e de quais são suas habilidades pessoais. No campo das relações, novas maneiras de relacionar-se aparecem, como a que incita a descoberta sexual.

Análise das atividades

As atividades, sendo estratégias baseadas em estudos psicológicos, podem tender mais à análise voltada para tal ciência, mas trazem elementos importantes para o que nos propomos como realização dessa pesquisa. Os recortes ilustram o que tratamos na pesquisa como relevante, desde aspectos referentes à imagem ao uso das redes sociais. Cientes de que, quando fazem afirmações sobre si, contribui para a construção e divulgação da imagem do indivíduo.

Quando um adolescente, na atividade 1 (eixo autoestima), cita o quanto precisa de aprovação, associa a necessidade de ter uma autoimagem reconhecida pela opinião do outro. Mesmo que a autoimagem possa estar sendo esvanecida por críticas, a aceitação por parte do outro ajuda a reconstituí-la quando necessário. Por isso, buscas para que isso aconteça são mencionadas e discutidas nessa dissertação.

A atividade 2 (eixo sobre organização temporal) mostra que o tempo, muitas vezes, escapa do controle. Mesmo utilizando tal argumento como justificativa para maior uso dos meios eletrônicos, o investimento no uso da internet se torna muito maior em relação a outros aspectos, como família, estudo e religião. O problema não seria a utilização da internet, nomeada por eles como prioritária, e sim, um alto empenho nessa utilização e pouco engajamento em outras atividades.

Podemos problematizar que, se não há um amplo investimento em outras atividades, o que falta para serem alvo do interesse de adolescentes? E, o que tem de relevante nas redes que a configuram como o próprio cenário de sociabilidade do adolescente? Trataremos de tais questionamentos neste capítulo e no próximo.

A intenção do uso de fotografias na atividade 3 vai ao encontro de que essas são imagens de si, mesmo não sendo do próprio corpo, pois falam dos jovens participantes quando demonstram situações vivenciadas por eles: relacionamentos,

interesses, hábitos e estilos de vida. Isso consolida a concepção de que a imagem de si inclui tudo o que foi captado pelos participantes como relevante, não se restringindo apenas à dimensão física, mas incluindo imagens que mostram o abandono da infância, a preferência por situações que favoreçam a comunicação como a de exposição às redes sociais e afastamento progressivo dos pais como possível escolha constituinte da fase do desenvolvimento.

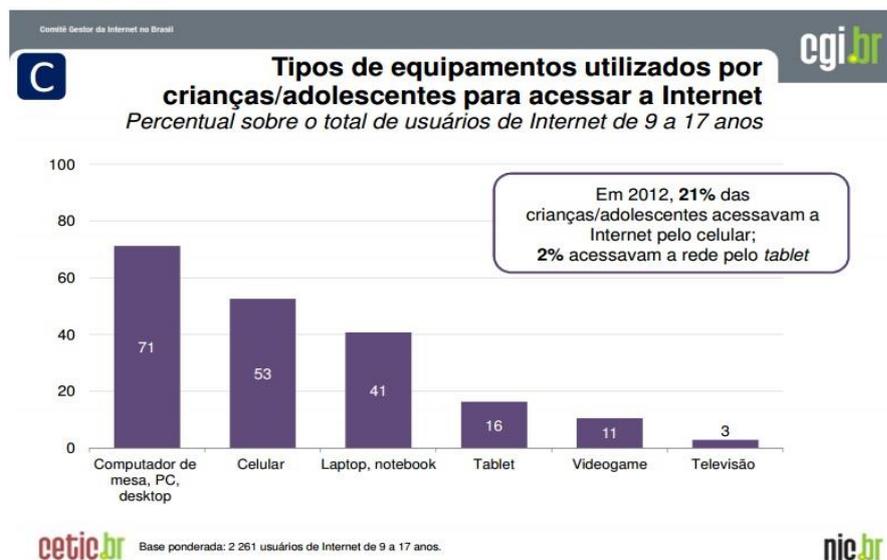
A discussão, em seguida, é feita sobre como a relação entre os meios de comunicação funcionam como via de acesso às redes sociais e implicam concepção de comunicação para os adolescentes. Para isso, continuamos a explorar as falas dos estudantes coprodutores da pesquisa.

3.2 “Se fico sem (celular), fico sem comunicação. (...) Tô ficando louca já!”

A citação que deu nome ao item 3.2 deste capítulo foi feita por Ana. Essa, teve seu celular *iPhone 4* entregue ao pai para que fosse vendido, e assim, obter um de geração mais avançada, o celular *iPhone 5*. Ana afirma estar aflita diante do que possa “perder” durante esse período. Perder tempo equivale a ter momentos de interação na rede reduzidos e não ficar ciente das informações pessoais difundidas.

Paula vai ao encontro do discurso de Beatriz, categorizando o celular como opção privilegiada para acesso às redes: “Não uso nada. Meu uso é apenas de redes sociais. Apenas pelo celular. Não abro o computador mais” (sic). Ao contrário do exposto pelas adolescentes, os dados do TIC *Kids Online* Brasil (2013) evidenciam que há um uso maior de computadores a celulares:

Tabela I - Tipos de equipamentos utilizados por crianças/adolescentes para acessar a Internet



Fonte: Pesquisa TIC Kids Online Brasil

Os dados apresentados na tabela podem ser reconsiderados por se tratar de uma pesquisa que evidenciou o ano 2012 e uma amostragem de 2.261 usuários da Internet entre 9 e 17 anos. Apesar de uma amostra considerável de usuários, não se trabalhou com a quantidade que contemplasse a amostra real do total de crianças e adolescentes brasileiras usuárias.

Diversos são os recursos disponibilizados pelo *Facebook* que conduzem à interação social. É possível conversar por bate-papo, enviar mensagens *off-line* e, na página de amigos, dispor fotos em álbuns e ilustrar a página pessoal (fotos de capa e perfil), participar de grupos, curtir e compartilhar fotos e/ou mensagens, publicar, indicar preferências, informações, número telefônico, trabalho, estudos, entre outros⁴⁷. De acordo com essas descrições, a concepção de Ana e Paula de estarem se comunicando ao utilizar o celular para acesso às redes ganha maior sentido.

A rede *Facebook*⁴⁸, escolhida para análise, foi criada em 2004 por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin (brasileiro) e Chris Hughes, ex-alunos de Harvard. O intuito seria constituir um espaço interacional que contemplasse os

⁴⁷ Fonte: TUDO SOBRE FACE, 2014.

⁴⁸ A trajetória dos criadores, principalmente a de Mark Zuckerberg, além de torná-lo milionário, levou esse fenômeno ao público do cinema, *A Rede Social* (2011). Recebeu oito prêmios de Oscar: melhor filme, melhor diretor (David Fincher), melhor ator (Jesse Eisenberg), melhor fotografia, melhor montagem, melhor trilha sonora (Trent Reznor e Atticus Ross), melhor mixagem de som e melhor roteiro adaptado (TUDO SOBRE FACE, 2014).

alunos da universidade no período em que os *blogs* estavam prosperando⁴⁹.

Dois meses depois da criação, o *Facebook* abrangeu a rede de universidades Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), Universidade de Boston, Boston College e todas as escolas de Ivy League. Um ano depois, mais universidades foram aderindo ao projeto até totalizar em 2008, 800 milhões de usuários e, então, pode ser considerada a maior rede social do mundo ao ultrapassar o *Orkut* em 2011⁵⁰.

O foco inicial da coleta de material em página *online* seria o *Facebook* durante o período de uma semana. Porém, quando essa teve início, identificamos que o material se tornava insuficiente, considerando que alguns participantes demoravam quase um mês ou mais entre uma postagem e outra. Por isso, a coleta do material incluiu os meses janeiro a abril. Abaixo foi enumerada a ordem de preferência das redes utilizadas pelos copesquisadores⁵¹:

Tabela II - Preferências de redes sociais

	1	2	3	4
Ana	<i>WhatsApp</i>	<i>Instagram</i>	<i>SnapChat</i>	<i>Facebook</i>
Beatriz	<i>WhatsApp</i>	<i>Instagram</i>	<i>SnapChat</i>	<i>Facebook</i>
Bruno	<i>WhatsApp</i>	<i>Instagram</i>	<i>SnapChat</i>	<i>Facebook</i>
Fernando	<i>WhatsApp</i>	<i>SnapChat</i>	<i>Instagram</i>	<i>Facebook</i>
Paula	<i>Instagram</i>	<i>WhatsApp</i>	<i>SnapChat</i>	<i>Facebook</i>

Diante da ausência de comunicação, sem acesso às redes acima, permanecem para o adolescente as sensações de vazio e solidão. Por isso, tivemos o interesse em averiguar os momentos comuns destinados ao uso. Segue a tabela que lista as informações das entrevistas sobre os momentos em que os adolescentes utilizam as redes sociais:

⁴⁹ Fonte: RS WEB INTERACTIVE, 2011.

⁵⁰ Fonte: RS WEB INTERACTIVE, 2011.

⁵¹ Abordamos no tópico 4.1 a discussão dos dados da tabela, problematizando a ordem de preferências disponibilizadas pelos adolescentes.

Tabela III - Momentos de utilização das Redes Sociais

Entrevistados	Momentos de utilização da rede
Ana	<i>“O tempo todo. Não tem hora. É indeterminado. Tô sem celular e tô ficando louca já. Gosto de me comunicar, de ver o que o pessoal está falando no grupo. Se fico sem, me sinto sem comunicação. Vou viajar e vou comprar um novo. Já combinamos que será a primeira coisa que faremos quando chegar lá. A Beatriz não aceitou e só vai ficar sem o dela na véspera da viagem, porque disse que não aguenta.”</i>
Beatriz	<i>“WhatsApp é sempre. Todo momento. Todo minuto do dia. Acho que de manhã uso uns 30 minutos, de tarde são umas 3 horas e à noite umas 3 horas e meia se for juntar. Tô em todas as redes ao mesmo tempo.”</i>
Bruno	<i>“Não tenho quantas horas. Tô olhando toda hora, mas só para ver o que está acontecendo de 5 em 5 minutos. Quando não tem solicitação, notificação, só olho mesmo, vejo as últimas fotos que foram postadas e tiro.”</i>
Fernando	<i>“Quando não tenho o que fazer, uso toda hora. É a primeira coisa que faço quando acordo, vou dormir, tô assistindo Tv, fico deitado. Quanto tô ocupado, fico apenas olhando, sem responder tanto.”</i>
Paula	<i>“Uso todo tempo. 1 em 1 minuto, pode ser? E quando acordo, é a primeira coisa que eu faço é olhar.”</i>

Todos os participantes reconhecem usar as redes sociais sem efetuar pausas durante o dia, como se tivessem a sensação de estar *online* sempre e não desligar dos aplicativos citados. Quando em privação, podem surgir sensações de angústia, como o caso de Ana e Beatriz, que precisavam estar sem celular para possível troca por um aparelho ainda mais atual. Podemos hipotetizar que o fato de estar sem celular corresponde a desligar a conexão entre eles e o mundo. Afinal, esse se torna meio de interação privilegiado quando não se investem apenas horas do dia em abundância, mas há uma dedicação pessoal em construir a imagem desde o registro nas redes.

As afirmações de Bruno e Paula escapam do limite temporal, quando consideram que suas práticas na internet não tem período de desligamento. Representa uma utilização sem pausa, como se, independentemente de estar olhando de 5 em 5 minutos ou não, permanecem *online* por não saírem da rede. Ainda que o indivíduo não averigüe os conteúdos da rede, ter o celular ligado, com aplicativos atualizados, sugere que a qualquer momento pode coletar os dados disponíveis, sem a noção de perda levantada por Ana e Beatriz.

Fernando e Paula trouxeram em comum o fato de acordarem e irem utilizar as redes. Podemos cogitar que estar em rede de amigos representa a sensação de permanecer em comunicação com outras pessoas e o mundo, necessária para a vida dos adolescentes. Nesse sentido, não há uma escolha entre determinada atividade e o uso das redes sociais, e sim, as duas atividades acontecendo simultaneamente. Afinal, não há, por parte do adolescente, anseio de desligar-se da rede em nenhum momento do dia.

O discurso dos pais em relação ao uso das redes sociais apresenta-se, na maioria das vezes, como modos de produção de culpa no adolescente quando não cumpre com os limites estabelecidos. Pode ser considerada uma técnica de poder, já que, para educar quanto à utilização, pode ser preciso vigiar e dirigir o uso das redes sociais do filho. Isso pode ser expresso na fala de Bruno que, após orientações do pai, demonstra indícios de arrependimento no emprego de tantas horas ao uso do celular:

Meu pai conversa comigo por muitas horas e eu percebo que é um vício. A pessoa tem que estudar, fazer outras coisas e não ficar amofinado no celular. Não conseguiria estabelecer horário para usar as redes, dá curiosidade de saber o que está acontecendo... Gostaria mesmo de não ter tanto esse vício.
(BRUNO)

Bruno associa a falta de controle no uso ininterrupto da rede a um vício. Entretanto, o vício é movido pela curiosidade de saber o que está acontecendo. A falta de informação não se relaciona apenas com as questões políticas mundiais, e sim, diz respeito aos conteúdos pessoais que outros disponibilizam. O vício aparece no discurso dele associado ao sentimento de culpa.

Vaz (2006) considera que, para falar sobre as responsabilidades, conforme o exemplo retrata, é preciso tornar o indivíduo sensibilizado com o que acontece no seu íntimo, sem que necessariamente os outros tenham acesso aos discursos falados sobre a culpa. Mesmo que haja uma distância entre o falar 'sobre' e 'vir a fazer', como diminuir o emprego de horas para dedicar a outros afazeres, é relevante mostrar que o fazer pode trazer consequências para si. Os pais fazem isso, porém, despertando mais culpa que mostrando possibilidades de como efetuar a administração de tempo. Um exemplo seria o adolescente poder utilizar a internet após realizar as atividades diárias da escola.

Há normas interiorizadas pelos estudantes no contexto escolar, como a reprovação: os que não apresentam resultados satisfatórios no decorrer do ano são reprovados e devem repetir o ano. Acontece o mesmo na situação acima, quando os pais, sem saber como controlar os filhos adolescentes, insistem em submetê-los à

regularização e diminuição de uso de celulares, recolhendo-os após notas baixas, impondo castigos e insistindo na fala de proibição aos adolescentes. No exemplo abaixo, percebemos que, apesar da busca pelo controle das atividades do filho ser configurada, não há por parte de determinados pais a postura de dar exemplo de autocontrole:

Quando vou começar as provas, eles proibem. Ou então, quando tô usando demais, eles pedem para eu dar uma maneirada. Se faço alguma coisa, meu castigo é ficar sem celular. Mas, tipo assim, eu nem obedeco. Me sinto mal porque sei que uso demais. Mas, eles não dão nem exemplo, pra quê que eu vou obedecer? Aí ela (mãe) fica falando e eu digo: dê exemplo primeiro que depois eu faço. Ela aceita. Acho muito sem nexos se a pessoa usa celular mais que eu. (ANA)

Vaz (2006, p. 52) argumenta que “a norma implica um mecanismo de *feedback*: o mero fato de existir é causa para que ela (culpa) exista”. Então, impossibilitados de conseguir alternativas para diminuir o seu uso, convivem com o sentimento de culpa, tentando amenizá-lo quando escapam dos controles de pais e/ou professores, ora interiorizando o discurso dos pais e tornando-o próprio, no caso de Bruno, ora escapando do controle dos pais e deparando-se com as consequências de não seguir as normas, no caso de Ana.

Investir tempo na utilização da internet, conforme discursos dos entrevistados e na atividade descrita no item anterior (Eixo 2 – Você e o seu tempo), pode implicar diminuição do tempo destinado para outras atividades que fazem parte da vida do jovem: estudos, contatos ao vivo, saídas com a família, esportes etc. Quando questionada sobre a possibilidade de que, se não fosse a internet, estudaria mais, Paula mencionou: “Não sei. Difícil falar, pois não sei como é sem ela. Mas, acho que não. Pode ser só uma substituição de coisas. Hoje é o celular, mas podia ser dormir, antes foi assistir televisão” (sic).

Paula não consegue se distanciar do seu contexto atual, pois não sabe o que seria viver sem as redes sociais, além de pouco ser incitada ao exercício de reflexão pelos pais e escolas, segundo ela. Anteriormente, em vez de utilizar as redes sociais, alguns jovens preferiam o uso da televisão e, da mesma maneira, o senso comum citava que o meio eletrônico em vigência atrapalhava os estudos e o contato com a família. Nesse aspecto, podemos sugerir que há uma troca de meios com a mesma finalidade: criar espaços de refúgio para os adolescentes.

Da mesma maneira que as técnicas do poder se modificam, o sujeito

também transforma as maneiras de romper com o que o normatiza. Por exemplo, Paula pode não acessar a internet, mas, em contraposição, dormir, comer, ver televisão etc. As opções citadas podem representar possibilidades de fuga da norma de “ter que estudar” para, por exemplo, “ser alguém na vida”.

Acontece, ainda, não apenas uma vigilância e controle de via única, pois tanto os pais como os adolescentes controlam e driblam as leis. O adolescente não aceita o controle dos pais e/ou escola e, por isso, quebra combinados como o de dialogar no grupo do *WhatsApp* apenas nos horários estabelecidos e não utilizar o celular em sala de aula. Além de episódios que representam a quebra do pacto com a pesquisadora e psicóloga da instituição, ficou evidente que o mesmo ocorre com os controles da instituição escolar na totalidade. Há a determinação usual de não utilizar o celular em sala de aula. Se não a cumprirem, sofrem punições como a saída de sala ou retorno para casa em situações mais graves. Alguns pais, como o de Ana, tentam controlar o tempo gasto pela filha nas redes, porém, não fazem o mesmo com o próprio uso.

O conceito de risco, por sua vez, reduz o peso da culpa sobre os prazeres do indivíduo ao abrir a possibilidade de haver arrependimento por não aproveitar a vida. Entretanto, a ausência de culpa não significa ausência de planejamento do tempo e controle do corpo. Em sentido claro, a predominância do conceito de risco na sociedade contemporânea vai de par com uma relação nova entre ciência, meios de comunicação e vida cotidiana (VAZ, 2006, p. 55).

Justifica-se, assim, a escolha dos adolescentes de romper com a escola e/ou pais, desprestigiando as normas mencionadas. Isso, porque já estabeleceram novas relações com os meios de comunicação e o consumo, desconsiderando a possibilidade de abrir mão dos instrumentos que conduzam à plenitude disso, como a participação nas redes sociais por período ininterrupto.

Sendo a felicidade um objetivo supostamente alcançado pelo consumo, torna-se necessário consumir de diversas maneiras, buscando o prazer de estabelecer interações com os colegas (via redes sociais) pelo uso das escritas e imagens. A ameaça de perda de prazer através de castigos, brigas com os pais e consequências negativas atreladas a esses fatores, como notas ruins, reprovação escolar e insatisfação dos pais, apesar de possíveis punições, não anulam a busca do prazer momentâneo de estar em relação.

Assim, informar sobre os riscos e valorizar o autocontrole são maneiras de ajudar o adolescente a ter maior clareza sobre as atividades realizadas que visem sentir o

prazer e cumprir com deveres de estudantes. Porém, a dificuldade do adolescente é de situar-se entre os riscos apontados por todos os lados (mídia, pais, escola) e a sensação de que, se não optar por elas, rompe com a teia comunicacional em que está inserido.

A ideia central do próximo tópico é fechar o capítulo com a concepção de que as redes sociais podem ter a definição de redes de interação ou sociabilidade pelos participantes da pesquisa. Acessar as redes sociais e disponibilizar imagens atende à finalidade de comunicação entre semelhantes.

3.3 “O meu objetivo maior é me comunicar com a galera.”

Partimos de uma pergunta sobre como os jovens estão compreendendo a inserção nas redes, principalmente, a partir de imagens. A fala de Beatriz diz que o espaço da rede social é, sobretudo, para comunicação, que tanto o consumo como a imagem atendem a esse requisito. Assim como a citação feita por Beatriz mencionada no tema deste subitem, diversas são as falas dos adolescentes sobre as funções das redes sociais atreladas à comunicação:

Tipo assim, você fica mais conectada com as outras pessoas. É mais pela interação, você fica conectado. Não precisa você tá ali com a pessoa. É uma informação direta. Se tenho uma novidade, não precisa esperar o outro dia para contar. Já conto logo. É uma coisa muito rápida. (ANA)

As funções das redes sociais, conforme as falas acima de Ana e a que deu nome ao tópico, são atreladas à possibilidade de sempre estar interagindo. Situações face a face podem ser descartadas, afinal, correm nas redes sociais as informações semelhantes às que poderiam ter sido difundidas pessoalmente. Não é preciso esperar o momento para estar na presença física de outra pessoa, pois quando estiver acessando a rede da mesma, há a possibilidade de troca de interações.

A citação de Bruno, abaixo, corrobora também para a concepção de que o foco das redes é, principalmente, apresentar-se como redes de sociabilidade, que ultrapõem as conexões *online* ou dimensões opacas da tela: “Positivo da rede social é a pessoa conhecer novas pessoas, ficar sabendo de festas, de lazer que as pessoas postam. Assim, a interação é muito maior que em qualquer outro lugar” (sic).

Ao informar quais os locais de festa e as opções de lazer que as pessoas estão frequentando, mostram maneiras pelas quais o usuário pode encontrar interações fora da rede e, desse modo, expande possibilidades de conexões *off-line*. Bruno atentou para o fato de que há listas de festas no *Facebook* disponibilizadas por empresas responsáveis pela realização das mesmas. As pessoas podem dispor o nome completo para entrarem nos eventos com gratuidade ou desconto. Desse modo, com os nomes e perfis das pessoas organizados na página do evento, torna-se possível saber se vai ser “bem” frequentado. Apesar do adolescente não conhecer todos os participantes, pode acessar as páginas pessoais para saber mais informações.

Por outro lado, os pais e responsáveis temem essa interação como possibilidade de, a partir desse mecanismo, o adolescente vir a ter alguns dos seus direitos violados (ao respeito, à dignidade, à privacidade, entre outros). Afinal, não se sabe quem está no outro lado da tela, podendo ser de um amigo da escola a um abusador sexual com outras roupagens manipuladas na internet⁵². Bruno narrou um episódio em que um colega da rede pessoal vivenciou um exemplo de falsidade ideológica:

Um amigo meu, que conheci na rede social, mas um dia a gente já se conheceu numa festa. Tinha uma menina que era *fake*. Muito fã de uma modelo criou o *fake* dela no *Facebook*, acabou criando grupo e eles se conheceram. Ele ficou conversando com ela no *WhatsApp* e começou a gostar dela. Depois, ela colocou a modelo em um dos grupos e ele conheceu a verdadeira, sem ser a *fake*. Claro que, quando ele descobriu quem era, a paixão acabou e ficou muito p***.

Podemos explorar mais esse tipo de perfil na internet ao analisarmos os personagens e performances no capítulo 4. Entretanto, não será nosso foco tratar dos perigos de encontrar personalidades com desvios de conduta, apesar de concordarmos com a ampliação de políticas públicas de promoção à criança e ao adolescente, inclusive em fóruns virtuais.

Interessa-nos, nesse item, analisar a interação nas redes que, para Recuero (2009, p. 31), é sempre um processo comunicacional: “É, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicacional entre indivíduo e seus pares, como reflexo social perene e diretamente ligado ao processo comunicacional”. Interagir acontece até mesmo quando

⁵² Um perfil *fake* é falso na medida em que a pessoa se apodera de outra identidade, que não a sua, para mostrar informações que, na maioria das vezes, não correspondem à realidade, podem ter intencionalidade negativa ou não. A presidente da república, Dilma Rousseff, tem uma página *fake*, chamada Dilma Bolada, em que o fundador utiliza-se do humor para descrever o dia a dia da personagem pública. O intuito é de humanizar a personagem e conferir popularidade.

o indivíduo não recebe retorno da sua atuação em rede, como na ausência de curtidas ou comentários em postagens, já que representa uma tentativa em comunicar algo por parte de quem escreve, mesmo não se tratando de perfis *fakes* semelhantes ao da modelo mencionado por Bruno.

Não há conteúdos específicos e manutenções de perfis em redes descontextualizados do ambiente virtual que não atendam à possibilidade de interação. Afinal, ainda que não se priorize o bate-papo com outras pessoas, manter o perfil comunica que você é um usuário (ativo ou não) da rede, com identidade específica.

Aplicativos de redes sociais em celulares⁵³ possibilitam que os adolescentes acessem as mesmas em todos os lugares com conexão à internet. Ao desligarem ou ficarem sem acesso à internet por determinado período não tem o perfil apagado. O ator não se desconectou do *ciberespaço*, pois suas informações, conteúdos personalizados, continuam a aparecer para quem acessa sua página pessoal (RECUERO, 2009). Isso pode fortalecer a noção dos copesquisadores de não se sentirem excluídos da rede mesmo diminuindo o uso em certas plataformas, como o *Facebook*.

Na página social *Facebook*, é possível estabelecer diálogo, criar relações e não apenas dispor comentários na página. Porém, através de relatos dos entrevistados, a interação entre usuários se resume a aceitar e recusar amigos e curtir os conteúdos dispostos nas páginas das outras pessoas:

Acho que o principal uso é ver fotos no *Instagram* e conversar no *WhatsApp*. *Facebook* é mais como uma conta que você deixa lá. Só aparece notícia boa quando curtem suas fotos. Notificações são muito boas. As outras notícias que aparecem são marcações de comentários de propaganda. Não curto, não. Ou fulano convidou você para lista de festa. (BRUNO)

Apesar de nem sempre serem consideradas interações mútuas, são situações que têm implicações sociais. Se há aceitação de alguém na rede como amigo, as pessoas unem-se por conexão, de modo que será mais uma pessoa a ter acesso aos dados pessoais, captando suas notificações específicas. Por outro lado, há ainda a presença dos amigos dos usuários recém-adicionados, que também podem vir a ter acesso às publicações e serem impactados por isso. Um exemplo de impacto no outro é lançar uma notícia e essa afetar a quem a lê, como na afirmação abaixo de Ana, em que

⁵³ Os participantes afirmam não utilizar computadores, pois já tem as mesmas funções nos celulares e podem levá-los para vários lugares, fornecendo mais comodidade. Dados do TIC *Kids Online* Brasil mostram que 81% da proporção de crianças e adolescentes estão utilizando conexão 4G no celular, 28% *wi-fi* e sem fio, enquanto que 2% não sabem informar (TIC KIDS ONLINE BRASIL, 2013).

considera “babados” alguns dos materiais disponibilizados em rede:

Facebook é mais para ver as coisas, os babados. Tem muita coisa que é besteira, mas tem muito babado. Às vezes nem olho direito o que as pessoas postam. Só vou curtindo. As minhas amigas até brigam, dizendo como que fiz isso. Antigamente eu fazia muito isso para a galera ver assim: “olha a Ana aí”. Assim, é mais fácil as pessoas me seguirem. Hoje não faço mais isso. (ANA)

Ana afirma que curti materiais sem filtrar quais conteúdos tinham seu real interesse. Assim, é uma opção mais fácil de permanecer visível para os outros usuários e, quem sabe, vir a receber curtidas como retribuição. Não se sabe, por outro lado, quais as implicações das curtidas de Ana em quem os recebia. Possivelmente, esses podem vir a ter sentimentos de aceitação e, assim, serem afetados positivamente pela presença de Ana na rede. Quanto às amigas, há o receio de julgamentos negativos das outras pessoas, apesar de não cogitarem que, ao mencionarem que Ana não deveria fazer isso, estão sendo críticas em relação ao uso pessoal dela.

Apesar de estarmos diante de usuários ativos, haja vista que o uso dos recursos entre os entrevistados não admite a ideia de estado *off-line*⁵⁴, esse não obviamente será um “diálogo, experiência ou pensamento: isso depende das operações que cada um realize” (SIBILIA, 2013, p. 186). A autora afirma que a conexão na rede social pode estar *online*, operando tecnicamente com rapidez e eficiência, mas não necessariamente servindo a um diálogo ou experiência com os demais usuários. Quanto a isso, podemos cogitar que, ainda que a curtida de Ana não fomente futuros diálogos, representa uma experiência prazerosa para quem o faz e quem a recebe.

Apresentamos, a seguir, exemplos de falas dos adolescentes no grupo do *WhatsApp*, em que os discursos parecem desconexos, sem continuidade de assunto por muito tempo⁵⁵. Ao contrário da proposta inicial de dar continuidade ao que discutimos no grupo de apoio, os conteúdos não fazem referência aos mesmos:

⁵⁴ Independente do horário do dia, vimos nas entrevistas que, mesmo quando estão engajados em outras atividades, permanecem *online* nas redes sociais, ainda que não estejam as acompanhando naquele momento. Desligar pode ser uma opção que representa uma desconexão de determinado convívio social.

⁵⁵ Os participantes do grupo estão adaptando suas falas à música de John Langed – All of me. Exemplo: quando falam “hates”, a música traz a palavra “love”. Ver link: <<https://www.youtube.com/watch?v=450p7goxZqg>>.

Conversa II- Grupo *WhatsApp* 'Festa de Antônio'

23h22 12 de Mar - X: Eita q a festa ta paia ne antonio
 23h22 12 de Mar - X: O cara no wpp no meio da festa e foda
 23h22 12 de Mar - X: Ne
 23h23 12 de Mar - Y: Ou e mto tédio ou muito amor pela paula
 23h29 12 de Mar - Y: kkkkkkk
 23h30 12 de Mar - Y: o bom é que 4 pessoas falam num grupo
 23h31 12 de Mar - A: Pse
 23h32 12 de Mar - A: Kk
 0h18 13 de Mar - A: Cala boca bruno
 0h22 13 de Mar - A: Falei
 0h22 13 de Mar - A: Oi
 0h22 13 de Mar - A: Kkkkk
 0h29 13 de Mar - Y: kkkkkkk
 0h30 13 de Mar - Y: o bruno tá nem dizendo nada
 0h51 13 de Mar - B: Borã; lecaaaaa
 0h51 13 de Mar - B: Alll of meee
 0h51 13 de Mar - B: Cause all of meeeeeee
 0h52 13 de Mar - B: Hates
 0h53 13 de Mar - B: Of you
 0h53 13 de Mar - B: Isso sim
 0h53 13 de Mar - B: Marromeno isso
 0h53 13 de Mar - B: Essa musica eh mt linda

O grupo fechado no *WhatsApp* foi sugerido por uma das participantes, Paula. Durante a entrevista, questionamos sobre o que ela estava achando do grupo, quando respondeu: “Fiz para a gente conversar, mas não se fala nada com nada nesse grupo” (sic). A falta de continuidade de um mesmo assunto parece algo visível para os membros do grupo. Entretanto, não foi apontado pela entrevistada quais assuntos poderiam ser discutidos e como poderia render uma discussão mais aprofundada.

Não duvidamos que haja um laço relacional, pois esse existe em qualquer tipo de interação intensificada pelo pertencimento e intenção de fazer parte de um grupo (RECUERO, 2009). Pode existir, ainda, um julgamento errôneo do que se denomina

como diálogo. Afinal, não se pode requerer de adolescentes conversas semelhantes às do mundo adulto. Além disso, há elementos contextuais restritos à comunidade de adolescentes. A troca de mensagens pode não tratar de discussão acerca de temas politizados ou intelectualizados por envolver o grupo da escola, mas se tratam de temas que circundam o espaço do adolescente: imagens, provas, festas, músicas e relacionamentos. A troca de mensagens em si já é um entretenimento, o que permite entender o tom jocoso das mensagens na amostra de conversa do grupo.

O *Facebook* também tem *chat* de bate-papo, porém, mencionado como não utilizado pelos entrevistados, já que as redes como o *WhatsApp* possibilitam conversas descontraídas com os contatos do telefone. Essa explicação corrobora para a preferência pela rede *WhatsApp*, uma vez que interagir através de mensagens é a principal função do aplicativo.

O Interacionismo Simbólico busca compreender a constituição dos sentidos de objetos sociais, construídos por atores em relação com outros indivíduos. Blumer (*apud* Ribeiro & Braga, 2012) afirma que o indivíduo interpreta o ambiente em que vive para pensar linhas de ação. De acordo com o que capta do ambiente, pensa possibilidades de agir de maneira que sinalize consequências benéficas para si. Por isso, a resposta do outro, em relação ao que despeja nas redes como conteúdos particulares (fotos, textos), como as curtidas, influenciam nos comportamentos posteriores do indivíduo. Isso é visto na citação de Bruno: “Quando fui curtido sei que a foto teve aceitação boa. Se não tem muita curtidão aí fico meio assim, meio mais ou menos. A pessoa pensa: ‘Ave. Pouca curtida’” (sic).

Podemos cogitar que, se Bruno posta uma foto em frente ao espelho e recebe bastante curtidas, tenderá novamente a postar imagens do tipo, conforme acontece abaixo:

Ilustração VIII - Postagens Bruno 'Selfies no espelho'



Finalmente cortei o cabelo !

Curtir · Comentar

35curtidas3comentários



Novo estilo kkk'

Curtir · Comentar

28curtidas

Enquanto a postagem de cima data de 25 de janeiro de 2014, a segunda corresponde a 29 de janeiro de 2014. O tempo curto pode representar que se uma foto teve boas curtidas como a de cima, aumentam as chances de, em curto espaço temporal, vir a ter a mesma aceitação que outra em posições semelhantes.

Não há como refletir sobre o processo de constituição e exposição da imagem de si de modo isolado, pois a estrutura social na qual o indivíduo está integrado

vai influenciando características pessoais, levando-o a ocultar outras (antipatia, dificuldade de relacionamento) e evidenciar elementos distintos (sorrisos, relacionamentos e o que tiver mais probabilidade de aceitação entre usuários) nas redes.

Se não tenho curtida, não tem problema, vou lá e apago (risos). Geralmente as minhas fotos tem muita curtida. Quando vejo que não faz muito sucesso, eu olho e penso: “Por que postei isso? Nem gostei dessa foto”. (ANA)

Os sentidos de que falam os interacionistas são mobilizados a partir da interação com o outro. Na maioria das redes, essa interação que visa aceitação, um dos sentidos evidenciados em casos como o de Ana, acontece por comentários, marcações, publicações, curtidas, interferindo, desse modo, nas relações entre usuários e na visão de si. Apesar de se constituir como interferência, a interação é necessária para a manutenção de trocas sociais em sociedade, imprescindíveis na constituição humana (RIBEIRO; BRAGA, 2012).

As interações sociais formam as relações na medida em que abrangem determinados requisitos, como necessidade de envolvimento de dois ou mais atores. As trocas entre indivíduos podem considerar diferentes âmbitos da vida: o trabalho, a vida pessoal, os grupos religiosos. O grupo de apoio realizado é um exemplo de local em que as trocas sociais podem acontecer, em que as relações ultrapassam os limites de uma rede social apenas *online*.

As trocas sociais nas redes auxiliam a estabelecer e nutrir relações presenciais:

Ela começou a me seguir no *Instagram* e eu pensei: “Que menina linda!”. Cheguei no *Instagram* e pedi o *WhatsApp* dela. Aí começamos a conversar, marcamos de sair e aí aconteceu. (...) Eu me envolvo mais nas redes sociais, porque ela é do 3º ano e precisa estudar mais. No recreio a gente passa junto, mas 15 minutos não é nada. Pessoalmente é 15 minutos e *WhatsApp* são duas horas. (BRUNO)

A relação de namoro de Bruno foi inicialmente mediada por computador e/ou celular, e assim persiste enquanto continuam a optar por trocas de mensagens no *WhatsApp*. Entretanto, uma interação face a face também acontece, mesmo com tempo reduzido por circunstâncias específicas, uma vez que não se limita ao *ciberespaço*.

A escola, local de pertencimento comum, também facilita a manutenção dos laços relacionais, porém, o que nos interessa é que são ampliados também no espaço virtual: investem tempo *online* mais que em algumas relações presenciais, apreciam a

conversa com o outro, vivenciam conflitos em rede.

O capítulo evidenciou, principalmente, a discussão sobre sociabilidade feita pelos participantes da pesquisa. Interação social, através das redes, foi o foco apontado pelos adolescentes. O grupo presencial representou um caminho para compreender os dados sobre a imagem de si na medida em que os adolescentes discutiam sobre a preocupação com a aceitação, reconhecendo a influência dos outros na constituição de si e a necessidade de se dedicarem ao estabelecimento de redes interacionais. Dessa maneira, o material trazido foi além das queixas escolares mencionadas no primeiro encontro como motivações para frequentar o grupo de apoio.

A interação estabelecida no grupo foi conduzida às redes sociais, afinal, foi uma escolha dos participantes fazer com o grupo de apoio o mesmo que faz com outras relações: aproximá-las do contexto virtual. Desse modo, um grupo de uma hora semanal passou a ser acessado diariamente pelo grupo no *WhatsApp*.

O celular aparece como instrumento principal para acesso à internet. Os participantes registraram sensações de não participação e desinformação quando permanecem sem acesso às redes sociais. Eles reconhecem, ainda, as possibilidades que as mesmas oferecem: opções de consumo, interações, informação, entre outras.

No próximo capítulo, analisamos a interação social a partir de imagens. Essa discussão perpassa conceitos de personagem e performance, além da noção de corpo como símbolo da imagem. As redes sociais aparecem como cenários para exposição de imagens dos participantes, cabendo articular a discussão do próximo capítulo com a interação social mencionada nesse capítulo.

4 AS IMAGENS DE SI EM REDES SOCIAIS

Neste último capítulo, analisamos os resultados finais dessa pesquisa. Esclarecemos, inicialmente, sobre quais adolescentes estamos falando, ao contextualizar historicamente mudanças importantes no modo como a sociedade os percebe e os trata. Articulamos essas concepções ao universo da comunicação, do consumo de si e das imagens: o adolescente se modifica, o consumo ganha novas roupagens, então, a comunicação também é transformada.

Na sequência, nosso foco recai sobre as imagens projetadas nas redes sociais, partindo do pressuposto de que as imagens em redes sociais podem ser vistas como impulsionadoras para que a sociabilidade aconteça. Estamos tratando de uma comunicação que acontece por intermédio de imagens, aparecendo como refletores das maneiras que os sujeitos adolescentes se apropriam do *ciberespaço*.

Abordamos a questão de um “eu” personagem, que representa papéis na rede quando não dispensa a espetacularização como premissa. Afinal, mesmo os que se consideram opositores às tendências atuais não abrem mão de fazer pose de determinada maneira, de mostrar-se a partir da exposição de determinadas características: sedutores e/ou puros, com ou sem pudor, felizes ou tristes etc. Estão todos inseridos na mesma lógica comunicacional, utilizando-se das mesmas ferramentas para ser convite de acesso à interação e, mais que isso, alvos de curtidas e olhares como somente um grande artista performático anseia.

A projeção da imagem de si requer a apresentação de um corpo físico. Mas, que corpo adolescente é esse? Um corpo que, antes de estar inserido em rede, engaja-se em rituais de consumo e práticas sociais de investimento em modelagem corporal para atender aos ideais de beleza, longevidade e juventude exigidos pela sociedade. Teóricos como Baudrillard (1995) e Lipovetsky (2007) defendem, respectivamente, tais noções de corpo e ideais pós-modernos. Os dados de pesquisa confirmam as concepções apresentadas, quando os adolescentes mostram preocupação com o corpo e a imagem de si atrelada à opinião que outros indivíduos fazem dele.

O último item desse capítulo aborda, ainda, um dos aspectos mais relevantes na discussão da pesquisa. Quem está se exibindo, realizando performances e representando personagens é sempre o outro. Os entrevistados acreditam não estarem submetidos aos processos exibicionistas semelhantes.

Mesmo que as redes e as imagens apareçam no discurso de copesquisadores, sendo marcos simbólicos de novas formas de ser e de se relacionar, avaliamos que há uma baixa reflexão sobre si e quanto ao uso das redes sociais e de imagens. Instâncias promotoras de reflexão social, como família e escola, também aparecem investindo pouco na discussão sobre tais assuntos.

4.1 Redes como expressão de si

Conforme vimos anteriormente, todos os entrevistados apresentaram o uso da rede *Facebook* em última colocação, enquanto o *Instagram*⁵⁶ e o *WhatsApp*⁵⁷ apareceram em evidência. Na ferramenta *Instagram*, o aspecto principal é o compartilhamento de imagens, já na rede *WhatsApp*, além de comunicações via textos, utilizam a funcionalidade de envio de fotografias e vídeos. Um fato questionável foi que, apesar do *Facebook* agrupar as mesmas funcionalidades das outras redes, foi eleito como o de menor uso pelos copesquisadores.

Nas entrevistas, realizei o seguinte questionamento: “Estamos vivenciando uma evasão do *Facebook*? Por que a diminuição do seu uso?”. Afinal, dados recentes revelam o enorme crescimento e superação de outras redes em relação à página *Facebook*⁵⁸.

Paula justificou o declínio no uso do *Facebook* alegando maior interesse dos adolescentes por imagens, pois “As pessoas colocam muita besteira no *Facebook*. Quando aparece, fico impaciente. Não é nem a exposição, é o que eles falam, compartilham, as piadinhas sem graça” (sic). A ênfase nas imagens foi compartilhada por todos,

⁵⁶ Rede social de fotos oferecidos para download aos usuários de *Android* e *iPhone* desde 2010. É possível tirar fotos com o celular, aplicar efeitos em imagens e compartilhar com os amigos ou outras redes, como o *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Foursquare*. Assim como o *Facebook*, disponibiliza a opção de curtir comentários ao clicar nas fotografias. Quando alcançou número elevado de usuários do mundo inteiro, foi comprado pelo *Facebook* (Folha de São Paulo, 2013).

⁵⁷ O nome representa um trocadilho com *What's Up* (E aí?), como alternativa para mensagens SMS. Há opções de compartilhar imagens, vídeos, áudios e locais. Além disso, conversas em grupos são possíveis. O aplicativo opera com confirmações de recebimento de mensagens e notificações de digitações em tempo real (WhatsApp, 2014).

⁵⁸ Há alguns indicadores de pesquisa sobre a evasão de jovens do *Facebook* para outras redes. A Folha de São Paulo (2013) publicou dados de resultados trimestrais do *Facebook*, feitos pelo diretor financeiro da empresa, David Ebersman, afirmando que houve um declínio no uso diário dos jovens, considerando que a hipótese seja a aderência de adultos à rede, enquanto que migram para outras redes para se comunicarem sem a intromissão de responsáveis, familiares e professores.

o que pode sinalizar uma preferência pelo uso do *Instagram* e *Snapchat*⁵⁹, redes sociais de fotos.

No caso dos sites de redes sociais (SRS) destinados ao compartilhamento e fotografias, percebemos que as interações ocorrem em torno de conteúdos imagéticos, através dos quais dinâmicas e articulações sociais alimentadas por discussões provenientes das páginas dos usuários se mostram em crescente processo de expansão de experiências interativas (RIBEIRO; BRAGA, 2012, p. 66).

A interação em torno dos conteúdos imagéticos pode justificar a preferência pelas imagens em detrimento aos conteúdos escritos. O que está em evidência são as imagens, pois tudo é contado a partir delas: no *Facebook* há uma página pessoal em que se disponibiliza um nome próprio e uma foto compondo o perfil. Enquanto outras redes de acesso já citadas também funcionam com destaque no envio de imagens aos usuários como aspecto principal mencionado. Entretanto, a migração entre redes considera o seguinte aspecto:

Outro fator característico da interação mediada pelo computador é sua capacidade de migração. As interações sociais podem, assim, espalhar-se entre as diversas plataformas de comunicação, como, por exemplo, em uma rede de *blogs* e mesmo entre outras ferramentas, como, por exemplo, entre *Orkut* e *blogs* (RECUERO, 2009, p. 36).

A migração pode ser considerada uma hipótese explicativa do *Facebook* ser “abandonado” por esses jovens. Dispomos aspas, pois o perfil continua *online*, disponível para marcações e recebimento de mensagens. Esse fenômeno não se resume contudo, a uma troca por outro instrumento comunicativo. Na verdade, há uma expansão nas opções de uso de diferentes plataformas: *Instagram*, *Snapchat* e *WhatsApp*. Afinal, o processo de diversificação das redes reflete a cultura na qual estamos inseridos, marcada pela liquidez dos processos, pela intensidade e velocidade das mudanças, quando desperta no indivíduo a sensação de transformação constante. Há múltiplas possibilidades de escolha quando o indivíduo não precisa distinguir entre “a” ou “b”, e sim, escolher “a”, “b” e “y”, podendo, ainda, acrescentar facilmente o “x” às opções.

Além do argumento de valorização das imagens em detrimento do conteúdo escrito, alguns adolescentes destacaram a invasão dos pais ao *Facebook* como motivação para o declínio no uso desta rede:

⁵⁹ Aplicativo com troca de fotos e vídeos curtos, disponibilizados por um período de tempo definido. O *Wall Street Journal* publicou a tentativa do *Facebook* de comprar a rede *Snapchat* por 3 bilhões de dólares (Folha de S. Paulo, 2013).

Pois é, curtir não tem problema, mas comentar, peço para eles não fazerem. Tenho vergonha. Uma vez já comentaram: “meu bebezão lindo”. Aí eu não gosto. Ninguém falou nada, mas não gosto. Queima filme. Tenho certeza que depois que eles passaram a usar muito o *Face*, muito jovem saiu. Esse é o nosso espaço! (FERNANDO)

Meu pai é exagerado. É o pior. Usa muito o *Facebook*. Só publica besteira de negócio ‘réi’ falando de governo, política, porque ele também mexe com área do direito. Ele fala muito sobre o que tá acontecendo no mundo. Acho muita besteira. Para onde ele vai, ele tem que levar. Uma vez ele foi para o aniversário do meu primo. Esqueceu o *iPad* dentro do carro. Pegou, deixou tudo dele, era perigoso e ele voltou. Meu Deus, isso é muito vício! Posta foto, viagem, coisa comemorativa também. Minha mãe também. Ela gosta muito de jogar *Candy Crush* e *WhatsApp*. (...) Você vai sair com a sua família e pode olhar. Todos da mesa estão olhando o celular. Antigamente, saía eu, meu pai, minha mãe e meu irmão e, tipo assim, não é sempre, mas geralmente todo mundo no celular. Ninguém interagindo. Antigamente ficava brincando e tal. Minha mãe às vezes diz ou até eu mesmo. Digo: “Vamos lá um pouquinho aterrissar na terra. É tão automático que as pessoas nem percebem. Minha mãe nem escuta se você falar com ela. Eu também sou assim. (ANA)

Dois aspectos ganham relevância nos discursos mencionados: o primeiro é o *Facebook* aparecer como um espaço específico para adolescentes e jovens. Semelhante a isso, observamos adolescentes comparecendo a festas ou boates, locais em que o público maior é formado por jovens. Nesses lugares, podem vir a se sentirem intimidados pela presença dos pais, como se estivessem sendo vigiados ou incitados a agir conforme orientações recebidas. Podemos fazer um paralelo com as redes sociais, as quais aparecem como lugar de lazer e sociabilidade. Assim, quando os pais ingressam nesse espaço, mesmo sem o mesmo domínio do(a) filho(a), desencadeiam sensação de estranhamento semelhante, possibilitando a migração para outro espaço de exclusividade e privacidade.

Outra questão pontuada por Ana é que, no lazer, as pessoas deixam de aproveitar momentos com pessoas queridas para acessarem as redes. Quando ficam mais tempo utilizando o celular nessas ocasiões, o momento presencial pode não ser bem vivenciado. Entretanto, isso não anula a possibilidade de que as redes sociais também aparecem como espaços de afeto, na medida em que também proporciona interação com outras pessoas queridas. Pode parecer que o indivíduo tenha que realizar uma escolha entre o contato virtual ou presencial, excluindo a possibilidade de que os dois possam acontecer simultaneamente, mesmo que um capte mais a atenção que outro.

Da mesma maneira que festas ou idas aos restaurantes funcionam como momentos de lazer, participar das redes se configura também como entretenimento na medida em que os conteúdos das conversas, por exemplo, podem ser comuns nos dois

espaços: o pai de Ana conversa com colegas numa roda de bar sobre política e faz o mesmo nas redes sociais. Frequentar ambos os espaços conduz à sociabilização, ainda que uma seja instrumentalizada pelos meios eletrônicos e a outra permaneça numa interação face a face.

No momento em família trazido por Ana, os membros participantes em vez de interagirem entre si, têm a sua atenção e o diálogo captados através de celulares. A pouca atenção conferida pode gerar de um simples incômodo a situações de afastamento real e/ou geradora de conflitos. O que faz os membros optarem por não interagirem entre si e conferirem maior atenção aos aparelhos midiáticos são motivações comuns, como estabelecer contato com pessoas não presentes e ler conteúdos particulares de interesse. Talvez, se questionados, os membros da família não identificariam claramente como e o porquê de existir, em determinados momentos, mais envolvimento com as relações virtuais.

É totalmente diferente. O afeto é diferente. Pelas redes sociais você não está tendo afeto nenhum. Tipo, não tem como você começar um relacionamento pelas redes sociais. Não tem como. Você não sabe como ela vai agir, se vai ser verdadeiro. Se você não tiver o afeto, não tem como você saber. (ANA)

Conforme apontamento feito por Ana, está em jogo averiguar se há ou não uma minimização do afeto nas redes sociais em relação aos contatos estabelecidos fora dela. Citamos um exemplo de um começo de relacionamento pela internet que vem dando certo, como o de Bruno⁶⁰, e outro em que o prognóstico da relação não foi positivo, como o de seu amigo que se apaixonou por um *fake*⁶¹. A diferença, porém, é que no caso de Bruno, havia uma continuidade das conversas *online* pessoalmente na escola. Já tinham o conhecimento ao vivo, dificultando a possibilidade de falsear informações físicas sobre si.

No próximo item, discutimos sobre o eu personagem e performático nas redes sociais. Partimos do pressuposto que as redes sociais podem parecer com palcos, em que o adolescente tem a liberdade de atuar e vestir o personagem que desejar. A participação nas redes inclui posar, na maioria das vezes, a partir de determinadas performances que favoreçam o usuário diante dos olhares de outros usuários na rede.

⁶⁰ Ver página 110.

⁶¹ Ver página 104.

4.2 Eu personagem, eu performático nas redes sociais

Um dos fenômenos presentes na atualidade é que os indivíduos não apenas expõem com frequência imagens de si e de suas relações com pessoas, lugares e objetos, mas o fazem de forma similar a um espetáculo. Por isso, essa exposição é ensaiada, com cores e luzes, ou seja, não se mostra qualquer coisa. As imagens publicizadas nas redes devem ser agradáveis para os demais. Afinal, quando vamos a uma peça teatral, procuramos, na maioria das vezes, saber quais são os atores, diretores, do que trata a peça. Da mesma forma acontece quando imagens são ofertadas em rede.

Mas, como ficam as postagens que desagradam a uma parte do público? Bruno publicou a frase abaixo no *Facebook*, modificando a letra de uma música do cantor Luan Santana⁶². Recebeu críticas de alguns colegas nos comentários e na escola, inclusive foi tema de destaque no grupo de apoio, quando as colegas Beatriz e Ana falaram que parecia “coisa de gente sem noção” (sic). Porém, para ele (autor), a frase postada vem impregnada de sentido específico.

Ilustração IX - Postagem Bruno ‘Luan Santana e Soim’

5 de fevereiro

Eu, você , 10 filhos e um soim . rsrss'

22 pessoas curtiram isso.

D: soim kkkkkkkkk

Belos Fortal Brasil -'-

S: soim awn

J: Kkkkkk

M: kkk,

Bruno: Soim kkkkk

⁶² Cantor sertanejo brasileiro. A letra original menciona: “Eu, você, dois filhos e um cachorro”.

Bruno: Q foi? Belos Fortal Brasil?

Bruno: Kkk

T: tu é doidim certeza!

Bruno: Pq?

Acho que elas não são ativas no *Facebook*. Só porque a pessoa é ativa no *Facebook* ela é uma pessoa mongol, tipo assim? Do mesmo jeito que elas não gostaram, outras pessoas gostaram. Me preocupo só com quem é ativo no *Facebook*. (BRUNO)

Por mais que a postagem de Bruno não tenha agradado a todos, pode ter alcançado algumas pessoas, como T., que apesar da emissão do comentário “*Tu é doidim certeza!*”, curtiu a publicação. Não sabemos os motivos que levaram T. a curtir a publicação, mas podemos ter como hipótese a aprovação do humor inserido na publicação. Determinados usuários podem ser captados pelo viés humorístico disponível nas redes sociais, preferindo postagens com tais características a conteúdos mais sérios e polêmicos.

Conforme a discussão já iniciada anteriormente sobre a subjetividade alter-dirigida, Sibilía (2012) atenta para uma subjetividade apoiada nos traços biológicos ou físicos (traços genéticos, hormonais). Isso poderia explicar a exposição de si por meio de uma imagem não apenas feita por linguagem escrita como a da frase de Bruno, mas, prioritariamente, visual, como no caso de Fernando, que dispôs uma fotografia em frente ao espelho, sem camisa, antes de sair com amigos para uma boate e recebeu os seguintes comentários:

Ilustração X - Comentários Postagem Fernando ‘Sem camisa’

To.: Tá bonito!...kkkkkk

Fernando: Vlw tio, kkkk

F.: lindoo

Fernando: Obg F.

S.: LINDOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOO

Fernando: Obg S.

Fernando cita que, quando recebe esses tipos de comentários, sente a autoestima mais alta: “Paga uma semana da minha academia receber esse tipo de comentário” (sic), pois tem seu esforço por cuidar do corpo e da aparência reconhecido. Com isso, temos um exemplo de um tipo de performance, quando há o consumo de práticas de cuidado com a imagem respaldado e legitimado pelo olhar do outro.

Para Schechner (2006), performance na vida cotidiana é exhibir, mostrar ação para ser assistida. Trata-se sempre de uma ação ou atitude, não uma maneira estática apenas de “ser”. Porém, busca-se a excelência ou bom desempenho, e não algo a ser mostrado de qualquer maneira. Representa, no senso comum, um termo empregado para artistas, desempenhos profissionais e acadêmicos. Porém, atualmente, é uma força social capaz de atravessar sujeitos e defini-los, inspirando-os a buscarem serem melhores que os demais.

Uma performance pode ser definida como toda e qualquer atividade de um determinado participante em uma certa ocasião, e que serve para influenciar de qualquer maneira os participantes. Tomando um participante em especial e sua atuação como ponto básico de referência, podemos nos referir a aqueles que contribuem para outras performances, como o público, os observadores, os outros participantes. O padrão pré-estabelecido da ação desenvolvida durante uma performance e que pode ser apresentada ou encenada em outras ocasiões pode ser chamada de “parte” ou de “rotina”. (...) Quando uma pessoa ou um ator executa o mesmo papel para o mesmo público em ocasiões diferentes, quase que surge uma relação social. Definir papel social como encenação de direitos e deveres de um certo status, podemos dizer que um papel social envolverá um ou mais papéis, e cada um destes papéis diferentes podem ser executados pelo performer em uma série de ocasiões, para os mesmos tipos de público ou para um público das mesmas pessoas (GOFFMAN, 1985, p. 15-16).

O que o autor mencionou acima, em consonância com o conceito apresentado por Schechner (2006), representa a concepção de que, para ajustar papéis numa performance, é preciso treino e ensaio em público. Porém, não se espera do mesmo indivíduo atuar da mesma maneira que outro, ainda que o foco de treinos específicos seja o de uma imitação. Tratam-se de histórias de vidas, construções subjetivas e circunstâncias eventuais diferentes.

Paula afirma que “nas redes sociais, as pessoas são mais bonitas que pessoalmente. Já me arrumei muito para tirar uma foto sem sair de casa. As pessoas fazem o mesmo” (sic). Os indivíduos podem se tornar bem reconhecidos quanto maior for o seu treino performático, submetendo a versão final à visão de determinado público. O que é reconhecido como belo para Paula pode não ser o mesmo para Ana,

outra entrevistada. A ação de arrumar-se apenas para a tiragem de fotos pode funcionar como um treino performático, testando poses específicas para endereçá-las aos outros em redes sociais.

A leitura feita pelo público tem base nas experiências pessoais e do lugar de que fala um indivíduo, não somente do quanto treina para desempenhar determinada performance. Isso explicaria o motivo de determinadas postagens no *Facebook* afetarem de maneiras diferentes os adolescentes envolvidos. Paula define o que são postagens bonitas, como “Não sei explicar, mas são aquelas que terão curtidas e comentários. Assim que a gente percebe as reações das pessoas” (sic).

Curtidas e comentários funcionam como termômetros que indicam a aceitação da performance particular do indivíduo. O público, nesse aspecto, incentiva o prolongamento de ações performáticas nas postagens dos adolescentes, porém, moldando-as de acordo com as motivações individuais específicas de quem as julga.

Para Schechner (2006, p. 3), as “performances existem apenas enquanto ações, interações e relações”, de maneira que dependendo do público no qual o indivíduo se relaciona pode ser modificada. Ou seja, se o grupo no qual Paula se relaciona reconhece positivamente fotografias que privilegiem o corpo, a participante tem mais chances de exibir as dimensões corporais, que outro(a) adolescente inserido num grupo que condene o uso do corpo indiscriminado em fotografias. É de comum acordo que qualquer performance exibida será sempre de cunho relacional.

De fato, numa época denominada cultura mediática, qualquer vida não só gera uma quantidade crescente de imagens e relatos inspirados em tais moldes, mas, além disso, essa ‘vida comum’ tende a se realizar nas imagens: ganha consistência ao se produzir com a ajuda dos códigos midiáticos e ao se plasmar nas telas que se multiplicam em toda parte (SIBILIA, 2014, p. 4).

A autora busca explicar, com a afirmação acima, a força das imagens performáticas que, nas entrevistas, revelou-se como aspecto de relevância no uso nas redes sociais. Na fala de Fernando, a preferência pelas publicações imagéticas em detrimento das escritas é explicitada: “Me interessa mais pelas fotos. Não me importo com o que a pessoa escreve” (sic).

Torna-se quase um imperativo trazer à tela as próprias imagens e publicá-las, torná-las reais para, assim, serem alvos de desejos de outros e ponto de partida para as relações. As performances em fotografias tiradas de si mesmo, as *selfies*, representam o apelo às imagens. Na ausência de fotógrafos, o indivíduo pode ser também o

espectador de si mesmo, analisando os desempenhos pessoais e pensando estratégias de como posar com maior excelência.

A performance corresponde ao movimento de personalidades alterdirigidas, que podem ser denominadas dessa forma ao se tornarem visíveis para o outro. O indivíduo é, porém, aquilo que mostra de si, seja através de imagens, como a de Fernando, ou pela escrita, como a de Bruno. Sendo assim, algumas pessoas demonstram uma preocupação maior com os conteúdos veiculados, independentemente de estilo.

Não sou de postar muita foto em *Instagram* nem em *Facebook*. Gosto mais de olhar. Às vezes compartilho, mas não posto muita coisa. Minha vida não é uma coisa para ser exposta, tipo, é uma coisa minha. Eu sou assim. Pra quê eu vou botar no *Facebook* pra todo mundo ver, gente que nem conheço? Muita gente não tá nem aí. Às vezes, posta o que nem é, entendeu? Só para se exibir ou dizer uma coisa que não é. (BEATRIZ)

O que esses adolescentes buscam e que se expressa na fala de Beatriz seria, então, a possibilidade de se tornarem autênticos. Não se opta por uma personalidade falsa através de uma performance, como se essa fosse associada a mentiras e enganações. Até mesmo os mais performáticos podem acreditar que são ainda mais autênticos que outras pessoas, pois são capazes de expor o que elas escondem.

Sibilia (2008) afirma que há contradição, que percebemos em falas como a de Beatriz, pois as subjetividades estão cada vez mais diversificadas, flexíveis e mutantes, indo de encontro às noções rígidas de essências e verdades absolutas. Quando Beatriz diz, em outras palavras, ‘sou assim e não me exponho, guardo minha vida, me reservo’, pode representar uma opinião fechada, rígida e sem abertura para reposicionamento de conceitos. Afinal, vivemos numa sociedade em que nos expomos de maneira inevitável, mesmo minimamente, em ambientes de estudo ou lazer, sem ser preciso optar por tal movimento nas redes sociais.

Outra interpretação possível, que contradiz a afirmação feita acima, é que a afirmação de Beatriz, em vez de representar uma rigidez própria do atravessamento de valores morais, funciona como uma resistência em relação à sociedade que expõe tudo em demasia. Ir contra a exibição própria das redes sociais representa uma maneira de se apropriar da rede de maneira particular. Se partimos do pressuposto que o imperativo nas redes é a exposição, quem não a faz está rompendo com homogeneização, modificando o ambiente do *ciberespaço* no qual está inserido.

As contradições levantadas pela autora também aparecem nos discursos dos

entrevistados, como Fernando, que afirmou na entrevista que “Tem gente no *Facebook* que diz até que vai dormir, “Vou comer”, “Vou tomar banho”, “Vou beber água”. Postam as fotos e saem pedindo pra galera curtir. Não gosto disso nem faço” (sic). Mas, observando o movimento do grupo do *WhatsApp*, ele pediu curtidas, que afirmou anteriormente não gostar nem fazer:

Conversa III - Grupo *WhatsApp* ‘Solicitação de Curtidas’

19h35 29 de Abr – Fernando: Qro td mundo desse grupo curtindo minha ft

19h35 29 de Abr - Fernando: Pfv

19h54 29 de Abr - Paula: kkk

19h55 29 de Abr - Paula: a pessoa implora pra outra curtir a ft

19h55 29 de Abr - Fernando: N estou implorando

19h55 29 de Abr - Fernando: î’î’î’

19h56 29 de Abr - Fernando: qse

19h56 29 de Abr - Fernando: Estou sugerindo

Fernando solicitou⁶³ que os membros do grupo curtissem a foto publicada, enquanto, pelo tom da conversa, Paula considerou que ele estava implorando. Fernando disse se tratar de uma sugestão, o que pode corresponder, junto com a fala na entrevista, ao anseio em ter maior despreocupação com a aceitação alheia. Pode acreditar, ainda, ser motivo de vergonha deixar claro que posou para solicitar o olhar e opinião do outro.

Subjacente a toda interação social parece haver uma dialética fundamental. Quando o indivíduo se apresenta a outros, desejará descobrir os fatos da situação. Se possuir esta informação, poderá saber, e levar em consideração, o que irá acontecer, e dar às pessoas presentes o que lhes é devido, de modo coerente com seu interesse próprio assim esclarecido. (...) Raramente se consegue completa informação dessa ordem. Na falta dela, o indivíduo tende a empregar substitutos – deixas, provas, insinuações, gestos expressivos, símbolos de status, etc. – como recursos para previsão. Em resumo, como a realidade em que o indivíduo está interessado não é percebida no momento, em seu lugar terá de confiar nas aparências (GOFFMAN, 1985, p. 228).

Fernando não apresentou mensagens discrepantes por malícia ou consciência do ato, e sim para permitir receber impressões válidas a respeito de si. Há um interesse em manter a impressão de que vivencia padrões moralmente aceitos, como não ceder ao exibicionismo. Porém, episódios como o da conversa de Fernando no grupo do

⁶³ As abreviaturas seguintes correspondem à ‘qro’ = quero, ‘td’ = todo, ‘ft’ = foto, ‘pfv’ = por favor, ‘kkkk’ = risos, ‘n’ = não, ‘qse’ = quase.

WhatsApp, tratam-se de “uma questão amoral de maquinar uma impressão convincente de que esses padrões estão sendo realizados” (GOFFMAN, 1985, p. 230). Ainda que o indivíduo não reconheça a exibição em rede, está inserido nela, comportando-se de maneiras semelhantes aos adolescentes de sua página pessoal.

Considerando que fazer performance é buscar ser, principalmente, observado pelo outro, independentemente da maneira que o faça, estão todos na mesma teia. De modo escancarado ou não, afirmando ou não desejar olhar mais o outro que captar o olhar dele para si, uma imagem de si é constituída quando há possibilidade de ser olhado. Enquanto olhar para o outro auxilia a tornar a performance do outro digna de atenção mesmo quando desaprovada.

Quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita de seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles. Pedelhes para acreditarem que o papel que representa terá as conseqüências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral, as coisas são o que parecem ser. (GOFFMAN, 1985, p. 25)

Assim, o adolescente pode estar completamente imerso no contexto, desempenhando fortemente o seu papel, que considera ser a verdadeira realidade. Nesse ambiente, a função do pesquisador é questionar sobre o que vem sendo representado como a realidade do indivíduo.

A discussão incita o pensamento para quem seria uma imagem de si verdadeira. Goffman (1985) afirma que todos os homens exercem determinado papel, colocando máscaras para omitir aspectos de si. Essa atuação, sendo convincente ou não, mostra o que gostaríamos de ser como única verdade apresentada em imagens. O caminho para se tornar uma pessoa, e não um mero indivíduo sem distinção de outros, seria, então, o da representação⁶⁴.

Na concepção do autor, para o indivíduo representar, precisa, inicialmente, constituir um cenário, mobília e decoração. O cenário pode ser representado pelas redes sociais quando são utilizadas como ambientes para fomentar atuações e relações. O que aparece de mais íntimo identificado com o ator são as características pessoais, como o local onde mora, escolaridade, expressões faciais, representando a fachada do indivíduo imerso na rede social. Essas informações podem ser consideradas mobílias e decorações

⁶⁴ Representação é um termo utilizado por Goffman (1985) para se referir às atividades realizadas pelo indivíduo no período em que está diante de um grupo de observadores. No caso do grupo de apoio proposto pela escola, enquanto estamos no formato grupal, mesmo que por intermédio do *WhatsApp*, estamos desempenhando um papel específico.

no cenário das redes.

Quando o adolescente coloca informações sobre si, como quando responde à pergunta sugerida pelo *Facebook*: “O que você está pensando?”, está fornecendo o que Goffman (1985) denomina aparência para quem o lê. O indivíduo faz isso de maneiras diversas: com agressividade, deboche, seriedade. Tal mecanismo também é válido para imagens, considerando que admitem leitura por parte de quem a vê.

Outra análise passível de ser feita seria de como, através da fachada e aparência, ocorre a apresentação de um indivíduo idealizado. O uso mais ponderado de quais características são dispostas em rede atendem à preocupação em continuar mantendo a representação de um sujeito idealizado, isento de críticas negativas. Goffman (1985, p. 41) discute sobre isso ao afirmar que “assim que o indivíduo se apresenta diante dos outros, seu desempenho tenderá a incorporar e exemplificar os valores reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento do indivíduo como um todo”.

Desse modo, se os valores reconhecidos pela sociedade são os da beleza, de um indivíduo com corpo malhado, é mais fácil que o indivíduo mostre, dessa forma, o próprio corpo. Entretanto, se moralmente isso não for bem visto com máxima importância, a tendência será de que o indivíduo, como Fernando, continue dizendo que não faz performances nem se importa com a opinião dos outros, enquanto omite solicitação de curtidas.

Na próxima discussão, no tópico 4.3, analisamos o corpo como a própria imagem. O corpo aparece como o físico, enquanto ganha a dimensão de imagem ao se tornar visível para os outros. Não importa apenas ser visto pelo outro, mas, principalmente, como o outro o percebe.

4.3 O corpo como imagem

A adolescência, conforme discutimos no capítulo 2, é definida como uma avalanche de mudanças físicas influenciadas pelos condicionantes socioculturais. Enquanto o corpo se modifica, adquirindo contornos físicos de adulto, o indivíduo tenta administrar as exigências estéticas definidas pela sociedade e cultura, em especial a dos padrões midiáticos que requerem a adequação dos corpos aos seus modelos. Proust

(*apud* Fischer, 1996, p. 209) afirma que o corpo passou a ser local de identidade pessoal. Ele seria capaz de agrupar em si todas as características definidoras do indivíduo, sendo o próprio corpo o ser individual. Se o corpo se torna sinônimo de vergonha, seja pelo formato ou pela pouca expressão, o indivíduo pode transferir tais inferiorizações para sua pessoa:

Em contraposição, habitam plenamente seus corpos: o corpo é a própria pessoa. Mais do que as identidades sociais, máscaras ou personalidades adotadas, mais até mesmo do que as ideias e convicções frágeis e manipuladas, o corpo é a própria realidade da pessoa. Portanto, já não existe vida privada que não suponha o corpo.

Assumindo tal definição, o corpo passa a ser a própria imagem de si enquanto expressão, sendo o primeiro e principal representante do eu. O sofrimento gerado por esse processo de contemplar no corpo todos os rituais de sacrifício não é considerado, e sim, seu produto final espetacularizado, o que aparece para os outros. Assim, os meios para alcançar o corpo esperado são, de certa forma, esquecidos, importando apenas o que se apresenta como versão final (os fins):

Nas interações em que o indivíduo apresenta um produto a outros, ele lhes mostrará apenas o produto final, levando-os a apreciá-lo com base em uma coisa acabada, polida e embrulhada. Em certos casos, se foi exigido muito pouco esforço para completar o objeto, esse fato será escondido. Em outros, serão longas e cansativas horas de trabalho isolado que se ocultarão (GOFFMAN, 1985, p. 48).

A afirmação acima é uma das discrepâncias enumeradas entre aparência e realidade. O que o indivíduo evidencia, ao mostrar um corpo definido é, sobretudo, a dimensão da aparência ou imagem. Não queremos dizer, com isso, que se trata de algo falseado, porém, a realidade por trás da imagem permanece oculta. Os sacrifícios degradantes para sustentar a boa aparência são dispensados do foco de atenção.

Freitas (2012, p. 86), em sua dissertação de mestrado, faz um paralelo entre a concepção de corpo atual e o modelo disciplinar⁶⁵ de Foucault, nos séculos XII e XVIII. O corpo era vigiado e controlado, devendo obediência e produção para quem

⁶⁵ A disciplina era eficaz, nas sociedades disciplinares, quando velava pelos corpos. Confinava-os em escolas, fábricas, exército, hospitais e prisões. A arquitetura panóptica, torre feita para observar dos indivíduos nas instituições, fornecia aos indivíduos a sensação de que estavam sendo visualizados permanentemente. Uma vigilância anteriormente localizada é, atualmente, distribuída. Os meios eletrônicos e digitais permitem a produção de conhecimento dos vigiados e intervenção pelo olhar do outro. A vigilância distribuída se espalha por muitos contextos e práticas, em que todos podem vigiar uns aos outros (BRUNO, 2013).

exercia o controle ocular. Assim, pode vir a ser docilizado ainda hoje, no século XXI, por meio da dinâmica dos hábitos higiênicos e de beleza *teens*, incitando que cada indivíduo precisa cuidar-se:

Sua imagem é facilmente “acessada” por todos, enquanto o desleixo com a aparência é socialmente condenado. De acordo com Foucault, nos regimes disciplinares, ocorre uma inversão da visibilidade: não é uma figura de autoridade que se destaca por impor obediência, é a constante sensação de ser visto e analisado que estimula as pessoas a tornarem seus corpos “dóceis”. Da mesma forma, as redes sociais (e outros tipos de páginas da internet), os anúncios nos quais o consumidor aparece, as revistas que publicam nas ruas com o “*look certo ou errado*”, todas essas novas formas de visibilidade propiciadas pelas mídias.

O controle disciplinador perdura sobre o corpo-organismo, como no caso do adolescente, individualmente, e sobre o corpo-espécie da população, regulando como se vive. A forma que isso irá acontecer é por intermédio da norma, que estabelece relação entre saberes. O saber midiático, através da divulgação de determinados itens a serem consumidos se relaciona com o biológico, que divulga a necessidade de práticas higienistas para manter a saúde corporal e promover ajustes populacionais.

(...) pode-se dizer que o elemento que vai circular entre o disciplinador e o regulamentador, que vai se aplicar, da mesma forma, ao corpo e à população, que permite a um só tempo controlar a ordem disciplinar do corpo e os acontecimentos aleatórios de uma multiplicidade biológica, esse elemento que circula entre um e o outro é a “norma”. A norma é o que pode tanto se aplicar a um corpo quanto a uma população que se quer regulamentar (FOUCAULT, 1999, p 302).

A identidade mostrada através do corpo ou imagem direciona ao exercício da sociabilidade quando é feito um convite para que a imagem do corpo seja acessada, ou seja, para que outras pessoas a apreciem. Quando não há cuidado com a aparência, sendo essa o prolongamento do corpo e o que se faz com ele (linguagem corporal e verbal), castigos atingem a vida social do sujeito. Implica estigmatizações negativas, possibilidade de fracasso em relacionamentos, descarte de amigos, como no caso abaixo, em que Beatriz descreve uma ex-amiga de *Facebook* que posta fotos evidenciando o corpo:

Acho que as amigas influenciam muito, ela é tipo pirangureira. Esse povo que é tudo “i”, “iu”, “tuf”, “cearamor”. Se você não é quenga, você se torna pela convivência. Às vezes você não é, mas pelo grupo, as pessoas acham que é. Pela escrita que é toda doida, errada, dá para perceber. Ela posta de um em um minuto. Todas as fotos mostram o corpo. Exclui ela do *Facebook*, porque não aguentava mais. A mãe dela teve que fazer um *Facebook* para ver, porque as pessoas comentavam as postagens dela sobre virgindade, dormir...

A mãe teve que agir, deram castigo e ela diminuiu. Tudo é educação, quem tem boa educação não faz isso.

Há exercícios para fomentar disciplina no intuito de evitar punições sociais, como a própria educação baseada em conceitos morais citados por Beatriz. Ações específicas (evitar más companhias, não evidenciar o corpo em fotos) e linguagem apropriada (português correto, não utilização de gírias) são vistas como educação mínima juntamente à intervenção materna. São requisitos para a convivência *online* na opinião da entrevistada. Porém, para um grupo de adolescentes com as mesmas intencionalidades da ex-amiga de Beatriz, pode haver uma ampla aceitação de exposição semelhante, como no grupo de “meninos que buscam isso”⁶⁶ (sic).

O corpo, quando exibido, ainda pode ser alvo de preconceito, conforme exemplo de Beatriz, enquanto, na maioria das vezes, o outro quer apenas ser olhado por ter aprendido socialmente que, para ser olhado, tem que se fazer visível. Mas, se nem tudo pode ser visível para não cair em punições, resta captar dentro do grupo o que pode ser mostrado como aceitável.

Vaz (2006, p. 42) aponta o corpo como símbolo do que queremos ser aparentemente, local de passagem de tempo e aproximação da morte. Para conseguir a forma desejada, temos a escolha de recorrer às práticas de cirurgias plásticas, próteses, engenharia genética etc. O corpo pode se tornar dependente da ação técnica, o que explica que um único procedimento nem sempre é suficiente. Se há algum fracasso nesse processo, a experiência com essa imagem tende a ser desastrosa.

A técnica da comunicação também proporciona certa independência do pensamento em relação à materialidade do corpo na medida em que fazem do imediato – definido pelo nexos entre a extinção perceptiva e motora do corpo com o entorno espacial – apenas mais um modo de os homens interagirem entre si e o mundo.

A citação acima vai ao encontro do que os jovens objetivam nas redes ao disporem imagens do corpo. Receber curtidas pode funcionar como uma certificação de que a forma desejada, exposta desde cedo às ações técnicas, está mais perto de ser alcançada. No entanto, o caminho oposto, sendo esse o da angústia, incapacidade e insatisfação com a própria imagem também se configura com rapidez. Para isso, bastam apenas as ausências de curtidas: “Acho desespero pedir para ser curtido, mas me sinto

⁶⁶ Na opinião de Beatriz, há um grupo de meninos que buscam fotos que evidenciem o corpo e a articulação com a sexualidade.

triste quando não sou. Fico pensando que não gostaram da minha foto: ‘Será que acharam feia?’ Só dá para saber a reação das pessoas pelas curtidas” (FERNANDO).

A fala de Fernando torna concreta a importância da curtida como registro de aceitação da própria imagem, já que se trata de fotografias de si disponibilizadas em rede. Na ausência de curtidas, Fernando não sabe como sua imagem mobilizou o outro, podendo pensar que agradou negativamente ou foi indiferente. Ele desconsidera outras questões que podem estar envolvidas: horário de postagem em consonância com maior número de pessoas acessando a rede, fotos disponibilizadas somente para determinado público (secreto, amigos, amigos de amigos).

Nunca bati foto de corpo inteiro, acho isso feio. Não acho isso bonito. Tem menina que coloca foto de biquíni, dobra o short curto e a blusa para aparecer mais o corpo. Acho que são pessoas que não se dão valor, não tem valor próprio. Chamar atenção, principalmente dos meninos. É o tipo de menina que quer receber elogio direto para se sentir melhor. (PAULA)

Paula descreve um exemplo de alguém que pode vir a mostrar o corpo direcionando-o ao olhar dos outros, a fim de torná-lo esteticamente apto para influenciar nas relações sociais, seja para investir em paqueras com rapazes ou rivalizar com meninas do mesmo sexo e outras possibilidades. É como se, nesse momento da postagem, o corpo fosse um produto consumido por aqueles que o curtem. O valor recebido pode ser a atenção através de curtidas e comentários ou o reconhecimento e a aproximação em momentos posteriores à postagem.

Se há uma preocupação em não aparecer de biquíni em fotos posadas, isso atende aos possíveis valores morais aprendidos ou à visão de que o próprio corpo não representa uma imagem aceitável aos padrões de beleza vigentes. Na análise feita pela entrevistada, há um predomínio dos princípios morais (de pudor), quando o corpo descoberto pode representar rompimento com o que considera correto. Uma pessoa menos atravessada pela moralidade pode ter uma leitura bastante diferente da formulada por Paula.

Foucault (1985) iniciou a série “História da Sexualidade” no intuito de desconstruir a repressão da sexualidade, no contexto em que até então não era possível falar sobre sexo. Mesmo com a interdição, havia, em contraposição, uma incitação paradoxal para se falar mais sobre isso. Na ciência, escolas, literaturas, cresciam o interesse e o debate sobre o assunto. Atualmente, falar sobre sexo pode ser um imperativo social, já que falamos constantemente sobre temas como educação sexual, mercado voltado para

sexo e problemas sociais sexuais, como a pedofilia.

Em vez de habitar um universo mudo ou silencioso, que evita tocar nesse assunto, descobrimos que falamos disso até quando não falamos, ou inclusive quando falamos de outras coisas. Foi assim como nos tornamos ‘uma sociedade singularmente confessada’, pois o homem, nos últimos séculos da cultura ocidental, tornou ‘um animal confidente’. (SIBILIA, 2008, p. 7)

Desse modo, não é apenas a censura que opera fazendo calar, como no caso dos jovens que falam que não mostram seu corpo nem falam sobre sexo em rede. Mas, há um “fazer falar” quando ele já está falando sobre o assunto e traz à tona o viés sexual por meio de fotografias do corpo de si e do outro, ainda que difunda um discurso crítico que aponta o “mau uso” do corpo realizado pelos outros.

A aparência torna-se, então, critério avaliativo para legitimar a beleza em vários espaços, como o das redes sociais. Bruno cita que teve sua foto sem camisa postada numa página do *Facebook* “Belos de Fortaleza”. Para ser categorizado como um corpo bonito, uma seleção de parâmetros estéticos de julgamento deve ser atendida: ausência de barriga, sorriso, bronzamento, corpo malhado etc. Então, as práticas que conduzem a um corpo ideal ganham cada vez mais espaço, como ida às academias, restrições alimentares, consumo de suplementos alimentares.

Por essa expressão é preciso entender que o princípio do cuidado de si adquiriu um alcance bastante geral. O preceito segundo o qual convém ocupar-se consigo mesmo é em todo caso um imperativo que circula entre numerosas doutrinas diferentes; ele também toma a forma de uma atitude, de uma maneira de se comportar, impregnar formas de viver; desenvolver procedimentos, em práticas e em receitas que eram refletidas, desenvolvidas, aperfeiçoadas e ensinadas; ele construiu assim uma prática social, dando lugar a relações interindividuais, a trocas e comunicação e até mesmo a institucionalização, ele proporcionou, enfim, um certo modo de conhecimento e elaboração de um saber. (FOUCAULT, 1985)

O corpo, para ser imagem, precisa passar por um processo de legitimação de modo a poder agradar ao público. As imagens trazem consigo um acesso às identidades, ao que o sujeito representa como indivíduo. São modificadas quando os cuidados de si se alteram rapidamente, como envolver-se em práticas pró-saúde (*fitness*) ou grupos apartados dessas questões, moldando novas maneiras de agir, pensar e assumir estilos de vidas. A mídia, por sua vez, além de oferecer espaço constante para divulgá-las, tem sempre novas palavras de ordens para orientar como deve ser exibida, apoiada em capi-

tais da beleza, juventude e bem-estar.

No decorrer desse capítulo e dissertação, estamos falando de cuidados de si como condição e não finalidade técnica (FOUCAULT, 2010, p. 77). Através de tarefas e exercícios, o indivíduo ocupa o tempo e se dedica às atividades voltadas para si e não somente visando ao bem-estar do outro. O autor considera que se trata de uma prática “vigilante, contínua, aplicada e regrada”.

O cuidado de si aparece como prática vital para os adolescentes copesquisadores. Utilizam de relações consigo para transformar-se, adotando regras e princípios. Em algumas ocasiões, o exemplo de cuidado que impera é o de Bruno, que realiza ações (academia, alimentação balanceada, performances em fotografias que evidencie o corpo) em prol de manter um corpo físico belo. Enquanto em outros momentos, para Paula, são exemplos de práticas de preservação do corpo, que precisa ser protegido e não exibido em tela.

O último tópico dessa dissertação discute a análise dos adolescentes quanto à exposição que os outros fazem. Geralmente, trazem críticas negativas quanto ao excesso de exibição por parte de outras pessoas, sem reconhecer que também expõe seus conteúdos particulares em rede de maneiras parecidas em determinados momentos.

4.4 “Os outros se expõem, eu não!”

Este capítulo, seguindo o modelo de capítulos anteriores, teve o cuidado de trazer dados empíricos relevantes de análise da pesquisa. A começar pela discussão das redes sociais como expressão de si, em que aparecem como campo de experimentação de subjetividades. São expostas amostras de gostos, preferências e buscas específicas na manutenção de perfis *online*, independentemente de nos referirmos à rede *Facebook*, *Instagram* ou qualquer outra.

Em seguida, analisamos esse Eu performático, que não se mostra de qualquer maneira nem se compõe de elementos sem significados específicos. Seleciona posturas particulares, treinando papéis para publicar em rede. Reveste-se de conteúdos, vestimentas e pensamentos na busca de afetar e ganhar o aval dos outros usuários. Pode-se ser o que quiser, desde que isso atinja o outro positivamente.

Continuando a discutir sobre o corpo, percebemos que a sua razão de ser na

contemporaneidade é justamente a de transformar-se em imagem. Essa, sendo o próprio eu performático, representa uma imagem visível, forte e digna de estar *online*. Aqui, continuamos aprofundando as mesmas discussões, porém, interessa-nos compreender o conteúdo presente nas falas dos entrevistados de que há exibicionismo em rede sim, porém, trata-se de uma prática realizada exclusivamente pelo outro.

Identificamos que há clareza por parte dos adolescentes de possíveis consequências no uso das redes, como o fato de uma mesma imagem poder ter desdobramentos diversos, como mobilizar conflitos, sentimentos de inadequação, preconceito, entre outros. Porém, é como se tudo isso existisse, mas não parecesse passível de atingir:

Minha vida não é uma coisa para ser exposta, tipo, é uma coisa minha. Pra quê eu vou botar no *Facebook* para todo mundo ver, gente que nem conheço? Muita gente não tá nem aí. Às vezes, posta o que nem é, entendeu? Só para se exibir ou dizer uma coisa que não é. Acho que às vezes as pessoas fogem da realidade na internet e mostram ser o que elas não são no dia a dia. Tipo, assisto um programa, o *Catfish*⁶⁷, na *MTV*. É de pessoas que se conhecem na internet, namoram anos por internet. Eles ligam e vão pesquisar para que o programa descubra quem realmente é a pessoa. E a maioria das vezes não tem nada a ver com a realidade, tipo a aparência, a realidade. (BEATRIZ)

Em sua análise, Beatriz lista que são os outros que se expõem, enquanto ela parece estar imune a isso. Afinal, ela está do outro lado da tela do programa televisivo que aborda tal questão, na posição de parte do público. Analisamos, anteriormente, uma situação semelhante exposta por Bruno, em que o colega se apaixonou por um *fake*. Para ambos os casos podemos ter a hipótese que a realidade mostrada é a que o indivíduo gostaria de ser, não como de fato é fisicamente.

No prolongamento da entrevista, questionamos o que motivaria uma pessoa a fugir dessa realidade e ela prontamente respondeu que

A grande maioria das vezes é um problema. Nesse programa muita gente diz... Tem uma menina lá que dizia que nunca conseguiu fazer amigos, porque sofria tipo *bullying*. A única forma era jogando um jogo virtual e demonstrar ser o que ela era virtualmente sem que as pessoas vissem seu físico, que ela era gorda. Muita gente não tem com quem conversar e vai desabafar (na rede).

Hum et al. (2011) analisam os conteúdos de fotografias no *Facebook* de

⁶⁷ Trata-se de um seriado que expõe casais que não se conhecem pessoalmente, mas se relacionam através das redes sociais. O intuito é colocá-los face a face e analisar verdades e mentiras sobre relacionamentos *online*.

universitários⁶⁸, particularmente as fotos disponibilizadas nos perfis, pois funcionam como representações de si. Os propósitos das imagens disponibilizadas nos perfis seria colaborar na aquisição de capital social, manter amizades e melhorar a autoimagem. Para embasar essa discussão, os autores citam Bugeja (2006), que trabalha com a concepção de autores como Christina Rose, de que o *Facebook* não serve tanto para realizar conexões como uma comunidade *online*, e sim para funcionar como uma personalização. Apresentar a descrição de gostos pessoais nas redes, como se representassem produtos individuais corresponderia à ação de personalizar expressa pela autora.

Se a personalização é uma função da rede, poderíamos questionar um indivíduo que, muitas vezes, não tem aceitação em outros lugares, busca encontrá-la nas redes sociais expondo características pessoais do campo real ou do desejo. A questão ainda levantada pela mesma autora é que, apesar de o *Facebook* ter a opção de representação individual, é sempre um desafio contemplar a totalidade do indivíduo por possibilitar o compartilhamento apenas de amostras limitadas do indivíduo.

Simplificamos as trajetórias e identidades ao acreditar que, um indivíduo com história de vida construída ao longo do tempo, possa se apresentar integralmente nas redes sociais. Mas, muitas vezes, esse movimento de busca por personalidades autênticas de quem acessa as redes, desconsidera que o material exposto é apenas uma pequena superfície de um indivíduo.

Ainda sobre a pesquisa empírica de Hum et al. (2011), os autores destacam que muitos indivíduos têm a percepção de que os outros são sempre mais felizes e têm vidas melhores como um de seus resultados. Quando o outro faz uma apresentação de si favorável, principalmente de aspectos positivos em questão, como momentos felizes, realização amorosa e pessoal, pode despertar nos outros a sensação de completude e felicidade.

Quem utiliza mais as redes pode vir a ter mais facilmente essa impressão de que os outros são mais felizes, pois parecem se apropriar da rede como um dos principais espaços, fortemente inserido ao intensificar o número de relações sociais já existentes. A maioria das percepções de mundo são moldadas a partir do uso das redes. Já

⁶⁸ O objetivo seria analisar os perfis de usuários, determinar quantidade de fotos de perfis e se havia conteúdos diferentes a partir de uma análise de gêneros. Como resultado, os usuários geralmente tinham mais de 20 imagens de perfis. Não houve variação de conteúdo quanto ao gênero, afinal, as práticas sociais e educativas muitas vezes se coincidem. A foto do perfil aparece como o primeiro conteúdo de acesso, pois está incluído nos resultados de pesquisa. Além disso, oferece uma primeira tentativa de construção da linha de identidade que, com a alta quantidade, pode sugerir que o tempo da faculdade é considerado de transição ou experimentação de diferentes identidades ao mudar constantemente a foto do perfil.

quando o indivíduo tem conexões *off-line* bem estruturadas, os autores consideram que a rede relacional *online* não ganha maior destaque facilmente, portanto, não há tanta preocupação com a comparação entre os estados de felicidade particulares de usuários.

Sobre essa sensação de que o outro é ou aparenta ser feliz ao discorrer sobre isso, muitas vezes, o adolescente não tem tanta consciência. Porém, aqueles que possuem maior capital social através de número de curtidas, convites para ser amigo na rede ou participação em eventos⁶⁹ podem ter algo diferente para quem os vê. Pode surgir a impressão de que a imagem do outro é mais agradável e, então, desperta em quem distribui mensagens positivas de si sensações de felicidade, boa autoestima e plenitude. Entretanto, esse mesmo indivíduo bem visto, pode vir a ter, em seguida, a visualização de alguém mais feliz e rico de sociabilidade, gerando sentimentos de impotência e inferioridade semelhantes aos de quem o observa.

A noção de reflexividade fica comprometida também quando se pensa que já se tem clareza suficiente sobre possibilidades e riscos na utilização das redes sociais, assumindo que não precisa de uma orientação, como a menção abaixo de Ana:

As meninas hoje em dia estão perdendo a infância. As pivetas descem e ficam tudo no celular. Quando eu tava malhando embaixo do meu prédio, tava vendendo. Elas tudo descem e ficam no *WhatsApp*. Tão perdendo a infância, deixam de aproveitar.

Enquanto Ana tece afirmações sobre o uso excessivo de meios eletrônicos por crianças, esquece de considerar que os adolescentes também estão engajados nas mesmas práticas. Porém, parece que por estar engajada no processo, não considera que seja “perda de tempo”. Adolescentes podem funcionar, assim como os adultos que realizam políticas de uso parecidas, modelos de comportamento para crianças. Enquanto isso, as crianças pretendem parecer com quem tem mais idade para se inserir mais facilmente na sociedade.

Ana, quando questionada sobre o que pode ser feito para ter uma maior orientação, afirma que “As pessoas têm que se conscientizar e não mandar foto pelada. É questão de bom senso. Tem que ter orientação dos pais, a escola não fala também. Deve fazer mais para os pivetinhos, porque são muito imaturos e fazem as coisas sem pensar” (sic). Mais uma vez, aparece a concepção de orientação necessária apenas para as crianças, excluindo os adolescentes, que são também sujeitos em desenvolvimento.

⁶⁹ São opções disponibilizadas na rede *Facebook*. Tanto estar inserido na rede do outro como amigo e a participação em eventos acontece mediante convites entre usuários.

Além da citação de Ana sobre a interferência da escola, nenhum dos entrevistados concordou que a escola deveria divulgar orientações sobre as consequências do uso das redes sociais, conforme o recorte da fala de Paula:

As pessoas usam mais por lazer. Meus pais conversam comigo, mas só dizem não: “Não adicione ninguém que não conhece”, “Não diga sua localização”. Acho que a escola não devia falar sobre isso, porque ela se mete muito às vezes. Apesar de que, tem muita menina que faz uso sem noção, mas acho que não iam nem ligar se a escola falar. Geralmente não se pensa sobre o uso da imagem e qual a consequência disso. (PAULA)

A sensação de que a escola “se mete muito às vezes” (sic) é constante. Em relação a isso, Sibilia (2013) discute a possibilidade de a escola estar vivendo uma crise por não considerar os novos processos de subjetivação atual, perpassado pelos meios eletrônicos em evidência, como o computador e celular. A crise atual é reflexo de quando vivíamos em sociedades disciplinares, realizando práticas de individualização e assujeitamento⁷⁰. Veiga-Neto e Gallo (2007), *apud* Gadelha (2009), consideram que a conexão da obra de Foucault à educação deve-se ao apego ao sujeito. Porém, o autor não se ocupou de um sujeito universalizado, abstrato, essencial e impulsionado a se desenvolver pela educação. O sujeito é uma invenção moderna, uma produção histórica. A ligação da subjetividade e educação é feita pelo envolvimento em processos de construções identitárias, de personalidades, de maneiras de ser e pensar sujeitadas, reguladas ou controladas.

Uma vez que a escola aparece como dispositivo, ferramenta ou tecnologia de produção, orientando como os indivíduos devem se conduzir, torna-se incompatível com os corpos e subjetividades das crianças e adolescentes de hoje. Esses sujeitos em desenvolvimento também querem produzir sem assumir a posição de meros produtos estabelecidos, homogêneos e serializados como até então era difundido.

A individualização acontecia por meio de categorizações específicas, que iam do normal ao anormal, como as caracterizações atribuídas aos adolescentes discutidas aqui: motivados a desmotivados. O discurso sobre a desmotivação dos adolescentes em relação aos estudos foi absorvido pelos adolescentes através da instituição da normalização, quando essa classificação passou a ser mencionada por escolas e família. Trata-se de um equívoco, considerando que não “medimos” a motivação escolar do adoles-

⁷⁰ Atualmente, vivemos numa sociedade do controle definida por Deleuze (1992). O controle não é mais disciplinar. Se o objetivo era confinar, agora é controlar continuamente em todos os espaços, como nas redes sociais. Curtir e comentar uma postagem pode funcionar com um tipo de controle. Isso não quer dizer que não vivenciamos resquícios da sociedade disciplinar discutidas nessa dissertação.

cente nem podemos taxá-la apenas em razão de ser mais atrativo ao adolescente estar se comunicando em rede a estudar conteúdos para cumprir o programa educativo escolar.

A normalização disciplinar consiste em traçar primeiro um modelo, um modelo ótimo que está construído em função de um determinado resultado, e a operação de normalização disciplinar consiste em tratar de conformar as pessoas, os gestos, os atos a este modelo. O normal é, precisamente, o que é capaz de adequar-se a esta norma, e o anormal, o que não é (FOUCAULT *apud* CASTRO, 2006, p. 71).

O descontentamento do adolescente na escola e família, conforme mencionado por Paula, é explicado pelo estabelecimento da norma, adotando modelos prévios de condutas de vida: estudar por longos períodos, incluir pais e responsáveis no lazer, ter boa performance acadêmica e, em nenhum momento, sucumbir ou desmotivar. Afinal, acreditam que, cumprindo as orientações, têm maiores possibilidades de alcançar bons cursos universitários e situação econômica favorável. Qualquer desvio, como não cumprir receitas de conduta, pode ser considerado “anormal” ou “desviante”.

Na sociedade do controle em que vivemos, o regime escolar é o de controle e avaliação contínua. Há uma preocupação permanente com a formação e uma escolaridade que se aproxima mais dos modelos empresariais⁷¹, exigindo uma formação mais ampla e infinita (DELEUZE, 1992). Se havia cobranças em sociedades disciplinares, essas se intensificaram quando o controle passou a estar em todo e qualquer lugar.

A escola desempenha, desde o seu início, o papel de ensinar a pensar, enquanto, atualmente, o que o adolescente quer é ser ouvido, pensar em voz alta através de redes quando diz o que pensa sem requerer do adulto sua aprovação. Entretanto, se há uma aprovação partindo de outro adolescente, ganha maior validade e interesse por parte de quem está se mostrando.

Para disciplinar era preciso confinar, despejando indivíduos em instituições capazes de correção e endireitamento de corpos. A escola, atualmente, exige a presença diária do aluno em horários estabelecidos, controlando o tempo destinado às aulas, recreios e provas, porém não mais nos modelos de internamento. O adolescente frequenta a escola, mas, concomitantemente, acessa no celular diversas possibilidades de mundo: relações, lugares, informações instantâneas. Apesar de manter a presença física, não necessariamente se encontra participando ativamente do espaço escolar, quando pode

⁷¹ A empresa substitui a fábrica na sociedade do controle, principalmente estabelecendo relações de competitividade e rivalidade entre os indivíduos. Anteriormente, concluía-se a escola no Ensino Médio ou graduação, hoje, sabemos que a formação é permanente (DELEUZE, 1992).

estar em vários outros. Utilizar o celular para esse fim representa um dos principais descumprimentos de regras, já que não se pode utilizar internet em salas de aulas⁷² e, se o fizer, punições podem acontecer.

Não queremos propagar a concepção de que a escola exerce maior influência nos processos de normalização. Ela pode reproduzir discursos normativos inerentes à população de perigos e consequências negativas⁷³. A mídia, a igreja, a família e outras instituições também são propagadoras de discursos semelhantes. A família, por exemplo, confia o seu filho aos cuidados da escola, para que o aprendizado de regras, normas e condutas iniciados no lar tenha continuidade.

Paula questiona a orientação de determinados pais que apenas estabelecem que “não” poder fazer isso ou aquilo, sem mencionar os porquês dos interditos e/ou limites e quais possíveis consequências de práticas de risco. Uma alternativa, diferente de apenas fornecer a norma ou regra com fins pedagógicos seria, por exemplo, que ao dizer “não coloque localização que você está no *Facebook*”, discutir os motivos dessa orientação, como a citação de que nem todas as pessoas estão vestidas de boas intenções, citar o que já aconteceu com adolescentes de semelhante faixa etária que fizeram isso.

A fala de Bruno revela a prática de pais que se esforçam para orientar os filhos, mas o fazem de modo pouco eficaz: “Já brigaram de eu passar muito tempo no celular. Eles se preocupam mais com o tempo que eu passo lá do que o que estou fazendo” (sic). Os pais buscam averiguar os conteúdos de acesso dos filhos ao *Facebook*, mas nem sempre se interessam sobre as motivações do adolescente em permanecer *online*. Há uma preocupação com a quantidade de tempo sem que se problematize sobre o modo como está sendo utilizado.

⁷² A Lei 14.146 de autoria do deputado estadual Artur Bruno foi aprovada pela Assembleia Legislativa em 25 de junho de 2008. O artigo proíbe utilização de telefone celular, *walkman*, *discman*, MP3 *player*, MP4 *player*, *iPod*, *bip*, *pager* e outros aplicativos similares em estabelecimento de ensino no Estado do Ceará durante o horário de aula (LEGISLATIVO E EDUCAÇÃO CEARENSE, 2009).

⁷³ A biopolítica considera a distribuição dos casos, quantificando fenômenos coletivos. Noções de risco ou perigo refere-se ao aumento ou diminuição de ocorrências. Técnicas preventivas e de seguranças, próprias de um sistema biopolítico, são empregadas no intuito de controle da população. Não se trata do controle do indivíduo isolado, e sim, da população inteira (GADELHA, 2009).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os adolescentes, copesquisadores, com os quais interagimos, nesta pesquisa, revelam que a adolescência não se reduz à vivência de um período específico do desenvolvimento humano. Experimentam não apenas o surgimento de um corpo mais maduro, mas novas maneiras de relacionar-se consigo, o mundo e com o outro. A constituição de si acontece por meio dessas relações, portanto, se faz como construção.

Dentre as relações sociais vivenciadas pelos adolescentes, interessou-nos as que acontecem nas redes sociais. Partimos do pressuposto reconhecido por eles de que eles não se desconectam dessas redes. Ela aconteceu quando os adolescentes, em nossa prática, narravam relações que começavam, cresciam, entravam em conflitos, desfacelavam-se e reconstituíam-se através das redes. Aliás, a narrativa de suas vidas se constitui com frequência através dos usos das redes e migrações entre elas. Sendo esse fator relevante, norteou nosso foco de interesse na pesquisa em questão.

As redes sociais apareceram em seus discursos como lugares de “liberdade”. Vale ressaltar, contudo, que embora as redes sejam reconhecidas como tal, revelam, em sua efetividade, o condicionamento desses adolescentes aos seguintes imperativos: “Consuma!”, “Mostre-se!”, “Cuidado, performances apropriadas são necessárias!”, “Interaja!”.

Os imperativos presentes nas redes, por outro lado, não eliminam propriamente essa sua dimensão potencial de liberdade, já que oferece a possibilidade do adolescente em rede optar ser *fake* ou personalidade real, transitar entre os grupos que proporcionem maior aceitação, mostrar apenas os conteúdos que desejarem e treinar diversas performances. Na história da humanidade, nunca foi possível e, concomitantemente, tão instantâneo, ser o que quiser e com amplitude de acesso: o mundo aparece compactado numa tela.

As redes, entretanto, não irão definir que tipo de uso os adolescentes farão delas. Elas não podem obscurecer a dimensão de sujeitos desses adolescentes, responsáveis, portanto, por suas escolhas. Trata-se de um espaço no qual podem ser e interagir como desejam diante de constrangimentos próprios a estas redes. Quais performances e personagens serão filtrados e escolhidos nas relações estabelecidas entre eles, como quando, numa rede de amigos cujo interesse seja religioso, conteúdos comuns entre eles passam a ser mais difundidos.

Funcionando como depósitos *online* de imagens, as redes oferecem mais que a possibilidade de se expor e exibir. O propósito evidenciado pelos copesquisadores parece ser o de depositar experiências e afetos em cada imagem disponibilizada. Nesse jogo, as mesmas imagens que sinalizam tais vivências e sentimentos surgem como convites para que as relações sociais aconteçam, conseqüentemente, mais sensações e experiências como as estampadas na imagem inicial (fotografia que possivelmente narra uma história, situação, ambiente e sentimentos).

Os copesquisadores recorrem à constituição da imagem respondendo aos imperativos para que as relações sociais aconteçam. Se o grupo no qual estiver inserido é mobilizado por pautas políticas, conteúdos do tipo tendem a ser mais compartilhados. Assim, para inserir-se num grupo específico, haverá um consumo dos itens que sejam mais reconhecidos entre eles, como produtos e marcas, interesses temáticos e estilos de vida.

Os adolescentes participantes confirmaram em seus depoimentos que a família e a escola não aparecem como instâncias norteadoras de suas vivências particulares. As manifestações ficam evidentes quando não informam os nomes de pais e familiares, compartilham informações com eles e publicam qualquer manifestação da relação em rede. Os amigos tendem a ocupar o posto de protagonistas da família que gostariam de escolher, quando aparecem como alvos de homenagens e com quem se compartilha momentos registrados em fotografias.

A tentativa de delimitar limites aos adolescentes por parte dos adultos é necessária para garantir que estejam seguros e protegidos. Contudo, o corpo “protegido” deixa de pertencer aos adultos na medida em que o adolescente diz: “Tenho minhas próprias leis, vontades, desejos e buscas”. Isso exclui os pais e/ou responsáveis, quando esses, há pouco tempo, estavam preocupados em dar a sustentação necessária para que dessem os seus primeiros passos, seja na vida pessoal ou escolar. Agora, a dependência tende a ser minimizada, porque se torna prazeroso descobrir a vida com as próprias pernas, o que inclui se inserir em novos contextos para conquistar novas formas de subjetivação.

Os processos identitários dos participantes perpassaram a lógica do consumo nos discursos deles. Esse não surgiu nos moldes atuais, pois com a mesma flexibilidade que os adolescentes transitam em muitos grupos, o consumo sofreu modificações. Se era preciso ir às magazines e *shoppings* para adquirir determinados produtos, hoje eles frequentam lojas *online* em poucos cliques e segundos. O consumo

através das redes não aparece apenas como possibilidade, mas como escolha de ação apontada pelos copesquisadores. Dessa maneira, podemos inferir que o consumo aparece como um dos principais mantenedores da presença deles em redes.

As redes sociais são espaços de tamanha magia e encanto quanto os *shoppings*, afinal são muitos produtos disponibilizados. O próprio indivíduo passa a ser “produto” a estampar a vitrine dessa grande loja. Nas páginas pessoais do *Facebook*, os adolescentes posam, postam informações, compartilham interesses, aproximam-se dos outros como se batessem no peito e dissessem: “Olha, estou aqui. Veja quantos atributos posso ter. Clica, confere, mas não esquece de curtir”. Interessa aos participantes saber como estão sendo percebidos nas redes, por isso o tema da recepção de curtidas tende a se repetir entre eles. Poucas curtidas tendem a revelar menor aceitação e/ou popularidade. Expondo imagens, modificando-as constantemente, surge o esperado: a interação. Afinal, se as “redes” têm como complemento a palavra “sociais”, não estariam cumprindo com excelência a função supracitada se não conduzisse prioritariamente à sociabilidade.

No grupo presencial que acompanhamos nessa pesquisa, assim como no grupo *online* que compartilhamos no *WhatsApp*, os adolescentes falavam prioritariamente sobre suas imagens. Durante a realização das atividades e discussões, demonstravam preocupação com a aparência e, sobretudo, com a maneira que ela é encaminhada para o outro. A fala e a construção grupal indicavam as redes como construtoras de interação, na medida em que a “fuga” das ordens escolares e dos pais derrubava a concepção da adolescência como exclusivamente direcionada aos estudos.

Se alguns autores, como Avanzini (1980), Calligaris (2000) e Ariès (1981), defendiam a adolescência como período preparatório para a fase adulta, moral ou vida profissional, os copesquisadores foram além disso. Mostraram que o período do desenvolvimento vivenciado corresponde, prioritariamente, à construção de si através das relações sociais e dos outros.

O corpo apareceu nas falas e postagens dos participantes como subjugado ao imperativo de ser magro, requerendo cuidados para ser apresentado. O desenho de si, na atividade sugerida do grupo, assim como evidenciado nas redes, não tem como ser feito de qualquer maneira. Os lápis e canetas coloridas, apesar das tentativas, não foram capazes de exprimir como se viam, acostumados que estão às possibilidades de manipulação de imagens oferecidas em redes. A criatividade maior, para eles, está em ensaiar poses, jogá-las em redes e esperar a repercussão disso através de curtidas.

Na atividade dos relógios, em que pintaram as horas simbólicas gastas para determinada ocupação, como internet, pais, amigos e estudo, as redes sociais apareceram mais uma vez de maneira apartada da internet. Pois, há clareza em seus discursos particulares de que o uso é das redes, e não da internet na totalidade. *Sites* informativos, apesar de construtivos, não oferecem aos mesmos a possibilidade de estar em comunicação permanentemente.

O grupo *online*, principalmente, proporcionou a compreensão de que o universo do adolescente tem particularidades em relação ao do adulto quando, por exemplo, manifesta seriedade em diálogos estabelecidos no campo profissional. Observamos no uso particular das redes que o próprio adulto, quando utiliza tais plataformas, parece quebrar com a busca por uma postura mais rígida. Isso acontece pelas redes se estabelecerem como espaços de descontração, entretenimento e comunicação verbal ou através de imagens, informações de si e do mundo em meio a manifestações de humor.

O instrumento primeiro de acesso às redes mencionado pelos adolescentes foi o celular, ainda que discorde dos dados apresentados por pesquisas nacionais, como *TIC Kids Online Brasil* (2013). Entretanto, apesar de uso de instrumentos midiáticos, a finalidade parece ser sempre conduzir o indivíduo à interação. A possibilidade de se desconectar das redes ao desligar celular não é cogitada pelos participantes, pois, para eles, corresponde ao encerramento de contato com o mundo. Sair da rede aparece como optar por ausência de informações, de envolvimento com pessoas e conhecimento do que acontece com elas.

Os adolescentes copesquisadores informaram que estão abandonando o *Facebook*. Há controvérsias nessa fala, pois continuam migrando para outras redes, acumulando plataformas sociais e não excluindo as anteriores. A inserção em mais redes proporciona não necessariamente uma troca, mas acúmulo de mais informações, relações, interações, contatos e, principalmente, comunicação. Permanecem no *Facebook* colhendo informações sobre usuários, compartilhando fotografias visualizadas em outras redes, como no *Instagram*, e aguardando muitas curtidas. Não adianta poucas curtidas, sempre se espera muitas e em quantidade cada vez maior.

O último conceito apresentado na dissertação foi o da imagem de si, ainda que perpassasse as discussões anteriores. As imagens não aparecem sem influências específicas do consumo e sociabilidade. Assim como numa fábrica, em que a matéria-prima é modificada para apresentar-se como produto final, o mesmo acontece com os

corpos dos adolescentes e suas imagens. O “produto final” é a imagem do indivíduo oferecida em rede, capaz de ser porta de entrada para que a interação social aconteça.

Ao contrário do que se espera numa indústria, em que máquinas são responsáveis pela feitura de produtos, o “produto” homem precisa continuar a dedicar-se ao aprimoramento de si mesmo. Ele que procura quais matérias-primas utilizar em sua própria composição. O indivíduo que não está atestado na lei da oferta e da procura, como qual a tendência em alta do mercado, pode obter prejuízo e, como qualquer outra mercadoria, ser descartado.

Publicizar a imagem sem performanceá-la não é usualmente cogitada. O adolescente quer aparecer e demarcar o lugar no mundo, mas o corpo precisa sofrer sacrifícios sucessivos. Ida às academias, ensaios de poses em casa, uso de vestimentas que estampam marcas simbólicas estrangeiras aparecem como práticas evidenciadas pelos participantes no cuidado de si. Nossa compreensão é a de que o adolescente constrói e compreende sua imagem com base em tais ações.

Um corpo pronto, para alguns dos adolescentes copesquisadores, é o que atende aos padrões midiáticos: magro, forte e cuidado. São exemplos de sinônimos para o belo e indicadores de como a imagem pode aparecer para ter bom reconhecimento. Quando não se consegue o pleno atendimento dos requisitos mencionados, o indivíduo pode mostrar como realidade o que gostaria de ser, falseando informações sobre si. Apesar disso, gostaríamos de registrar que nem todos estão buscando fama e sucesso nas redes sociais. Há políticas de proteção nas redes utilizadas por alguns adolescentes, como bloqueios de informações específicas que deixam de ser visualizadas pelo público.

Há de se reconhecer que, apesar de não serem equiparadas a sujeitos, as redes oferecem um ambiente propício para fisgar a atenção desses jovens. Apresentam um cenário que agrada aos *teens*, com inúmeras pessoas potencialmente atentas em comparação aos locais externos às redes, no qual o adolescente pode ter um repertório reduzido de sociabilidade (menos amigos e dados explícitos da vida dos outros, por exemplo). Oferecem oportunidades de consumo sem sair de casa desde roupas às relações. Por que não seria essa uma escolha do adolescente atual?

Diante da pervasividade das redes na vida dos adolescentes, propiciando novas possibilidades de viver e conviver no mundo, configurando-se, do ponto de vista deles, como espaço de “liberdade”, somos incitados a refletir sobre a necessidade imperiosa das escolas se transformarem para atender aos novos parâmetros de

sociabilidade atual. Nós, profissionais, temos formações insuficientes para lidar com as mudanças que os meios de comunicação proporcionam a todo vapor. E, para uma maior preparação, não há outra via que não seja a pesquisa.

Professores, psicólogos, pedagogos ou qualquer profissional que esteja inserido nas relações com crianças e adolescentes podem aproximar-se da realidade deles para pensar as consequências da utilização nas redes sociais junto com eles. Afinal, a prevalência do crescimento das redes sociais pode ser usada a favor da educação e do adolescente, não como algo que pode ser apartado do universo do adolescente enquanto ele permanecer engajado em atividades escolares.

Retomamos aqui, para finalizar as considerações, uma frase de Bruno: “Poxa! Nunca parei para pensar em nada disso” (sic). Os adolescentes que construíram esse estudo conosco, na condição de copesquisadores, representam o primeiro público que gostaríamos de despertar a reflexão. Se essa proposta de pesquisa proporcionou espaço para pensar criticamente sobre eles e com eles, a pesquisa cumpriu o esperado. Quem sabe, assim, possam eles mesmos terem autonomia para fomentar novos espaços reflexivos sobre o uso da imagem de si e as interações constituídas em rede.

REFERÊNCIAS

ABERASTURY, A.; KNOBEL, M. **ADOLESCÊNCIA NORMAL – Um enfoque psicanalítico**. Porto Alegre: Artmed, 1981.

ALBERTI, S. **O adolescente e o Outro**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

ALMEIDA, C. Pequenas mulheres antes dos 9 anos. **Revista Viva Saúde**. Disponível em: <<http://revistavivasaude.uol.com.br/saude-nutricao/76/artigo145708-1.asp/>> Acesso em 03 mar. 2014.

APPADURAI, A. Introduction. In: APPADURAI, A. (ed). **The social life of things**. Commodities in cultural perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

AVANZINI, G. **O tempo da adolescência**. Lisboa: Editorial Portático, 1980.

ARIÈS, P. **História Social da Criança e da Família**. 2a ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

_____. Por uma história da vida privada. In: ARIÈS, P. e CHARTIER, R., **História da Vida Privada**, vol. 3, p. 7-19. São Paulo: Ed. Schwarcz, 1997.

BARROS, L. M. Recepção, mediação e midiaticização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: Maria Ângela Mattos, Jeder Janotti Junior e Nilda Jacks (Organizadores). **Mediação e Midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade do consumo**. Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos Ed. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BRAGA, José Luís. Circuito versus campos sociais. In: MATTOS, M. A., JANNOTI, J. J.; JACKS, N. A. (Orgs.). **Mediação e Midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012.

BRANDÃO, C. R. Reflexões sobre como fazer trabalho de campo. **Sociedade e Cultura**, Vol. 10, n. 1, p. 11-2, Jan/junho 2007.

BRASIL. **ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 13 set. 2003.

_____. **Estatuto da Juventude**. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.html> Acesso em: 05 jan. 2015.

_____. Saúde de adolescentes e jovens. **Caderneta**. Disponível em: <<http://portal.saude.gov.br/saude/>> Acesso em: 10 jun. 2014.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

_____. **Sociologia y cultura**. México: Grijalbo, 1990.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BUGEJA, M. J. **Facing the Facebook**: Unless we reassess our high-tech priorities, issues of student insensitivity, indiscretion, and fabrication will consume us. *Chronicle Careers*, v. 52, 2006.

CALLIGARIS, C. **A adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

CAMPOS, C. C. G. de; JOBIM E SOUZA, S. e. Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância. **Psicologia Ciência Profissão**, Brasília, v. 23, n. 1, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141498932003000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 04 abr. 2014.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução Maurício Santana Dias. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

Ciência. **Uso excessivo do Facebook pode destruir relacionamentos**. In: VEJA. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/ciencia/facebook-demais-pode-destruir-relacionamentos>>. Acesso em: 23 set. 2013.

CANESIN, M. T., CHAVES, E. G.; QUEIROZ, E. M. O. de. (2002). Contribuições conceituais sobre juventude e suas relações com o trabalho e a educação. Inter-Ação. **Revista da Faculdade de Educação da UFG** [Goiânia], v. 2, p. 1-25. Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/interacao/article/view/1508/1495>. Acesso em: 02 out. 2013.

CASTRO, E. Leituras da modernidade educativa. Disciplina, biopolítica e ética. In.: GONDRA, J. e KOHAN, W. **Foucault 80 anos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 63-77.

DEBORD, G. **La sociedad del espectáculo**. Buenos Aires: La Marca, 1995.

DELEUZE G. **Post-scriptum sobre as sociedades de controle**. Conversações: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992. p. 219-226.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **The world of goods**. New York: Basic Books, 1979.

ERIKSON, E. H. **Identidade, Juventude e Crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

EXAME.com (2014). **As filas para comprar o iPhone 6 pelo mundo**. Disponível em: <<http://exame2.com.br/mobile/tecnologia/album-de-fotos/as-filas-para-comprar-o-iphone-6-pelo-mundo>>. Acesso em: 02 jan. 2015.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma ‘analítica’ da midiatização. In: **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89- 105, 2007. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88>>. Acesso em: 10 jun 2013.

FEATHERSTONE, M. **Global culture**. London: Sage Publications, 1990.

_____. **Consumer culture & postmodernism**. London: Sage Publications, 1991.

FISCHER, R. M. B. **Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade**. 1996. 297 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1996.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução de Sandra Netz. 2a Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FOLHA DE S. PAULO (2013). **Jovens adotam apps como Snapchat e WhatsApp para fugir dos adultos no Facebook**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/11/1372135-jovens-adotam-apps-como-snapchat-e-whatsapp-para-fugir-dos-adultos-no-facebook.shtml>. Acesso 04 jun. 2014.

FONTES, B. C.; UZEDA, F. C. A. A adolescência: o processo de afastamento familiar versus tendência grupal e a construção da identidade. **Revista Letrando**, v. 1, 2012.

FORMIGLI, V. L. A.; COSTA, M. C. O.; PORTO, L. A. Evaluation of a comprehensive adolescent health care service. **Cadernos de Saúde Pública**, n. 16, p. 831-841, 2000.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade**: o cuidado de si. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

_____. **Em defesa da sociedade**: curso no College de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **Hermenêutica do sujeito**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FORTALEZA EM FATOS. **Pelas Ruas e Avenidas de Fortaleza – Parte II**. Disponível em <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2012_05_01_archive.html>. Acesso em: 04 abr. 2014.

FREIRE FILHO, J. **Fazendo pessoas felizes**: o poder moral dos relatos midiáticos. In: GT de Comunicação e Sociabilidade, Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XIX, 2010, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1473.doc>. Acesso em: 04 abr. 2014.

FREITAS, T. A. 2012. 196f. **Adolescência como público-alvo**: o discurso da publicidade de produtos *teens* na categoria higiene e beleza. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

GADELHA, S. **Biopolítica, governamentalidade e educação**: introdução e conexões a partir de Michel Foucault. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martins W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GROSSMAN, E. La adolescencia cruzando los siglos. **Adolescencia Latinoamericana**, v. 1, p. 68-74, 1998.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

HEYWOOD, C. **Uma História da Infância: Da Idade Média à Época Contemporânea no Ocidente**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2004.

HUM, N. J. et al. A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs. **Computers in Human Behavior**, v. 27, p. 1828–1833, 2011.

KEHL, M. R. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAS, R.; VANNUCHI, P. **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

JACCOUD, M.; MAYER, R. A observação direta e a pesquisa qualitativa. In: **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**/Tradução de Ana Cristina Nasser. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

LEGISLATIVO E EDUCAÇÃO CEARENSE: As leis de 2008. Disponível em: <<http://leis-educacionai-em-2008.blogspot.com.br/2009/01/lei-n-14146-fr-3500608-do-de-300608.html?m=1>>. Acesso em: 02 jan. 2015.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MOREIRA, J. O.; ROSÁRIO, A. B.; SANTOS, A. P. S. Adolescência. **Psico**, Porto Alegre, PUCRS, v. 42, n. 4, p. 457-464, out./dez., 2011.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Problemas de la salud de la adolescencia. Informe de un comité de expertos de la O.M.S** (Informe técnico n° 308). Genebra, 1965.

OSÓRIO, L. C. **Adolescente hoje**. Porto Alegre: Ed. Artes Médicas, 1989.

OZELLA, S. Adolescência: uma perspectiva crítica. In: CONTINI, M. L. J.; KOLLER, S. H. **Adolescência e psicologia: concepções, práticas e reflexões críticas**. Brasília, DF: Conselho Federal de Psicologia, 2002.

PEREIRA, A. C. **Adolescência em desenvolvimento**. São Paulo: HARBRA, 2005.

PORTAL DA EDUCAÇÃO. Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/pedagogia/artigos/20588/universalizacao-do-ensino-medio#ixzz3QDJWwIXJ>. Acesso em: 02 jan. 2015.

POUPART, J. A entrevista do tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Tradução de Ana Cristina Nasser. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, J. C.; BRAGA, V. Interações em ambientes online de compartilhamento de fotografias: considerações baseadas nas perspectivas interacionista e dramatúrgica. **FAMECOS**. Mídia, Cultura e Tecnologia. Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 65-82, janeiro/abril, 2012. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/11341/7732>. Acesso em: 02 jan. 2014.

RIESMAN, D. **A multidão solitária**. São Paulo. Perspectiva, 1995.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Presença Editorial, 1997.

SAMPAIO, I. S. V. Juventudes na encruzilhada da formação para a cidadania e o consumo. In: SAMPAIO, I. S. V. (org.) **Comunicação, Cultura e Cidadania**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

- _____. **Televisão, publicidade e infância.** São Paulo: Annablume, 2000.
- SANTROCK, J. W. **Adolescência.** 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
- SCHECHNER, R. **What is performance?** In: Performance Studies: an Introduction, 2a ed. New York & Londres: Routledge, p. 28-51, 2006.
- SENNETT, R. **O Declínio do Homem Público:** as tiranias da intimidade. Tradução de Lygia Araújo Watanabe. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- SIBILIA, P. **Autenticidade e performance:** A construção de si como personagem visível. In: LIMA, R. (Org). **Desafios da Bioficção:** Estudos sobre o Espaço Biográfico. Salvador: UFBA, 2014.
- _____. **Redes ou paredes:** a escola em tempos de dispersão. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- _____. **O show do eu.** A intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SIMMEL, G. **Sociologia.** Organização de Evaristo de Moraes Filho. São Paulo: Ática, 1983.
- SODRÉ, M. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TIC Kids Online Brasil 2013 [livro eletrônico]. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil.** 1ª ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/kids-online/>> Acesso em: 04 jan. 2015.
- TOALDO, M. M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. **Anais XXI Encontro Anual da Compós.** Salvador: PPGCOM/UFBA/Compós, 2013. Disponível em <http://compos.org.br/data/biblioteca_2115.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2013.
- TECHTUDO (2014). **IPHONE 6:** lugar na fila da Apple Store chega a custar mais de R\$ 400. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/mobile/>>. Acesso em: 02 jan. 2015.

TUDO SOBRE FACEBOOK (2014). **Tutoriais.** Disponível em <http://www.tudosobrefacebook.com.br/categoria/tutoriais/pessoal/> Acesso em: 04 jun. 2014.

UNICEF. **ONU celebra o Ano Internacional da Juventude 2010-2011.** Disponível em: http://www.unicef.org/brazil/pt/media_18637.htm. Acesso em: 11 jun. 2012.

VAZ, P. Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. **Comunicação Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 3, n. 6, p. 37-62, 2006.

WEB INTERACTIVE (2011). **A história do Facebook / Mark Zuckerberg.** Disponível em: <http://www.agenciars.com.br/blog/historia-do-facebook-mark-zuckerberg/#>. Acesso em: 20 mai. 2014.

WHATSAPP (2014). **Mensagens simples. Pessoais. Em tempo real.** Disponível em: <http://www.whatsapp.com.br/>. Acesso em: 02 jan. 2015.

WEINBERG, C. (Org.). **Geração delivery: adolescer no mundo atual.** São Paulo: Sá, 2001.

ANEXOS

Local: Colégio 7 de Setembro



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
ROTEIRO PARA A ENTREVISTA

Um estudo sobre os adolescentes e a construção da imagem de si nas redes sociais

Mestranda: Ilana Camurça Landim

1. Nome
2. Idade
3. Você utiliza a internet em quais momentos do dia? Quantas horas?
4. Você utiliza a internet para acessar que tipo de conteúdo, material, sites?
5. Como é a sua relação com as redes sociais?
6. Do que você gosta e não gosta nas redes sociais?
7. Quais são os desafios e pontos a serem questionados nas redes sociais?
8. Como os seus pais percebem a sua utilização das redes sociais? Eles também utilizam as redes? Do mesmo jeito que você?
9. Você se preocupa com o que os outros pensam de você nas redes sociais? Isso interfere na sua utilização? Em que circunstâncias?
10. Você publica que tipo de imagens nas redes sociais?
11. De quais imagens você gosta e não gosta?
12. Como você percebe a reação das outras pessoas diante das suas publicações?
13. Qual a influência das redes sociais nas suas amizades e inimizades?
14. Qual a ordem de preferência na sua utilização das redes? Justifique.
15. Você acredita que as pessoas estão saindo do *Facebook*? Se sim, por quê?

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) PAIS E/OU RESPONSÁVEIS

Pesquisa: Um estudo sobre a construção das imagens de si de adolescentes nas redes sociais
Pesquisadora Responsável: Ilana Camurça Landim

Estou realizando uma pesquisa com o título “Um estudo sobre os **adolescentes e a construção das imagens de si nas redes sociais**” junto aos jovens que participam de atividades do Grupo de Apoio ao Aluno do Colégio 7 de Setembro e que aceitem participar do estudo. Dessa forma, gostaria de obter a sua autorização para que seu filho ou filha participe desta pesquisa que objetiva analisar a relação existente entre a adolescência e a construção das imagens de si nas redes sociais. A contribuição do seu filho ou filha nesta pesquisa **possibilitará a construção de propostas de intervenções coerentes com a realidade da adolescência.**

A participação do seu filho ou filha será da seguinte forma: ele ou ela participará do Grupo de Apoio ao Aluno, uma entrevista individual e coleta de dados expostos nas redes sociais. Esta participação não irá atrapalhar as atividades do seu filho ou filha na Escola. Você ou ele/ela terão a liberdade de se recusar a participar e pode, ainda, se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para ambos. Sempre que quiser, você pode pedir informações sobre a pesquisa através da responsável pela pesquisa Ilana Camurça Landim, através do telefone 85- 89110001.

A participação nesta pesquisa não traz complicações legais e nem envolve nenhum tipo de pagamento. Os procedimentos utilizados nesta pesquisa obedecem aos critérios da Ética na Pesquisa com Seres Humanos conforme Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde.

Nenhum dos procedimentos utilizados oferece riscos a dignidade dos participantes.

Todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. As gravações e os relatos de pesquisa serão identificados com um código, e não com o nome do participante. Apenas a responsável pela pesquisa terá conhecimento dos dados. Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para que seu filho ou filha possa participar desta pesquisa. Portanto preencha os itens que seguem.

Endereço da responsável pela pesquisa:

Nome: Ilana Camurça Landim	Instituição: UFC
Endereço: R. Israel Bezerra, 326, apto. 701	
Telefones para contato: 85 89110001/ 85 30889802	

ATENÇÃO: Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a sua participação na pesquisa entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFC – Rua Coronel Nunes de Melo, 1127 Rodolfo Teófilo fone: 3366-8344

O abaixo assinado _____ anos, RG: _____ declara que é de livre e espontânea vontade que aceita que o filho ou filha participe como voluntário da pesquisa. Eu declaro que li cuidadosamente este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e que, após sua leitura tive a oportunidade de fazer perguntas sobre o seu conteúdo, como também sobre a pesquisa e recebi explicações que responderam por completo minhas dúvidas. E declaro ainda estar recebendo uma cópia assinada deste termo.

Fortaleza, ____/____/____

Nome do voluntário
Assinatura

Data

Nome do pesquisador
Assinatura

Data



COLÉGIO 7 DE SETEMBRO



O Colégio que ensina o aluno a estudar

Senhores Pais e/ou Responsáveis,

O Serviço de Orientação Educacional (SOE) do Ensino Médio está promovendo um grupo de apoio ao aluno, no intuito de trabalhar questões relacionadas aos processos de aprendizagem e desafios enfrentados. Nos encontros, realizar-se-ão atividades específicas:

- trabalhar a autoestima dos alunos;
- reduzir os níveis de estresse e ansiedade;
- promover a autoconfiança.

Essas questões devem ser tratadas no âmbito da Escola para promoverem o amadurecimento dos estudantes e, por conseguinte, auxiliar no rendimento escolar satisfatório.

Os alunos que se comprometerem com o grupo de apoio deverão comparecer a todos os encontros até o fim das atividades. As vagas são limitadas. As inscrições devem ser feitas no SOE até 28 de fevereiro de 2014, próxima sexta-feira.

Turma Enem 1000 – 1º e 2º Anos

1º Encontro	14/03 (sexta-feira)	13h30 às 15h
2º Encontro	21/03 (sexta-feira)	13h30 às 15h
3º Encontro	28/03 (sexta-feira)	13h30 às 15h
4º Encontro	04/04 (sexta-feira)	13h30 às 15h
5º Encontro	11/04 (sexta-feira)	13h30 às 15h

Turmas Regulares 1º e 2º Anos – Manhã

1º Encontro	12/03 (quarta-feira)	13h30 às 15h
2º Encontro	19/03 (quarta-feira)	13h30 às 15h
3º Encontro	26/03 (quarta-feira)	13h30 às 15h
4º Encontro	02/04 (quarta-feira)	13h30 às 15h
5º Encontro	09/04 (quarta-feira)	13h30 às 15h

Turma ITA 1º e 2º Anos

1º Encontro	13/03 (quinta-feira)	9h às 10h30
2º Encontro	20/03 (quinta-feira)	9h às 10h30
3º Encontro	27/03 (quinta-feira)	9h às 10h30
4º Encontro	03/04 (quinta-feira)	9h às 10h30
5º Encontro	10/04 (quinta-feira)	9h às 10h30

Turmas Regulares 1º e 2º Anos – Tarde

1º Encontro	14/03 (sexta-feira)	9h às 10h30
2º Encontro	21/03 (sexta-feira)	9h às 10h30
3º Encontro	28/03 (sexta-feira)	9h às 10h30
4º Encontro	04/04 (sexta-feira)	9h às 10h30
5º Encontro	11/04 (sexta-feira)	9h às 10h30

A fim de mais esclarecimentos, estamos à disposição.

Atenciosamente,
Serviço de Orientação Educacional

**COLÉGIO 7 DE SETEMBRO****PROF. EDILSON BRASIL SOÁREZ***O Colégio que ensina o aluno a estudar.*Central de
Atendimento: **4006.7777****Entrevista de Triagem – Grupo de Apoio**

ALUNO(A): _____ Nº: _____ TURMA: _____

1. Por que deseja participar do Grupo de Apoio ao Aluno?

2. Quais são suas expectativas em relação ao grupo?

3. Atualmente, no âmbito escolar, quais os aspectos que interferem na sua autoestima?

GRUPO DE APOIO AO ALUNO

Planejamento

Objetivos: trabalhar a autoestima; reduzir o estresse, ansiedade e insegurança; promover a autoconfiança.

Período: março e abril (5 encontros – 1 vez por semana)

Público: alunos do 1º e 2º anos do Ensino Médio

1º Encontro (Autoconhecimento)

- **Técnica de quebra-gelo:** Quem sou eu?

Metodologia: Oportunizar um maior conhecimento de si mesmo e facilitar melhor relacionamento e integração interpessoal.

O facilitador pede que cada um escreva, na folha em branco, cinco características pessoais, fazendo isso anonimamente e com letra de forma. A seguir, o facilitador recolhe as folhas, redistribuindo-as, cabendo a cada qual ler em voz alta a folha que recebeu, uma por uma. Caberá ao grupo descobrir de quem é, ou a quem se refere o conteúdo que acaba de ser lido, justificando a indicação da pessoa. Após um espaço de discussão sobre alguns aspectos da autobiografia de cada um, seguem-se os comentários e a avaliação do exercício.

- **Atividade principal:** Juventude e comunicação

Metodologia: Distribuir aos participantes papéis e convidá-los a fazer um desenho de um homem e uma mulher. Anotar na figura:

Diante dos olhos: as coisas que viu e mais o impressionaram.

Diante da boca: 3 expressões (palavras, atitudes) das quais se arrependeu ao longo da sua vida.

Diante da cabeça: 3 ideias das quais não abre mão.

Diante do coração: 3 grandes amores.

Diante das mãos: ações inesquecíveis que realizou.

Diante dos pés: piores enroscadas em que se meteu.

Colocar em plenário:

- Foi fácil ou difícil esta comunicação? Por quê?

- Este exercício é uma ajuda? Em que sentido?

- Em qual anotação sentiu mais dificuldade? Por quê?

- Fechamento do contrato

Metodologia: Conversar em grupo sobre as expectativas.

Disponibilizar papel madeira para que juntos possam nomear o grupo, estabelecer regras e ressaltar as expectativas para o grupo. Quando finalizar o contrato a coordenadora explica o processo, datas, horários e o comprometimento com o grupo. *(30 minutos)*

- Material necessário:

Papel

Caneta

Papel madeira

Canetinhas

2º Encontro (Ansiedade)

- Atividade de quebra-gelo: Trabalhando a autoestima

Metodologia: No 1º momento rasgar uma folha de papel à medida que a nossa autoestima é afetada diante de uma situação. No 2º momento unir o papel rasgado para elucidar a recuperação dessa autoestima através de situações positivas.

Frases que podem afetar a autoestima:

Você não conseguiu atingir boas notas no seu boletim.

Seus pais brigaram com você, pois não obteve êxito nas provas.

Você não consegue se organizar e se planejar para estudar e acumula muita matéria.

Você estudou bastante para aquela prova, porém no momento não consegue resolver nenhuma questão e não se sai bem.

Na hora de resolver os exercícios você fica com muitas dúvidas e não consegue responder as questões.

Você briga com seu namorado (a) ou melhor amigo (a).

Você não dorme bem.

Você recebe críticas.

Frases que podem recuperar sua autoestima:

Tirou boas notas nas provas.

Na hora de fazer as tarefas escolares conseguiu resolver as questões.

Seus colegas pedem sua ajuda para tirar dúvidas sobre a matéria.

Seu pai e sua mãe disseram que você é a coisa mais importante da vida deles.

Percebe que você está em dia com os conteúdos dados em sala.

O professor elogiou você pelo crescimento do seu rendimento escolar.

Você é elogiado pelos seus amigos.

Você está bem no seu relacionamento afetivo.

- Atividade principal: (Anexo 2) Qual o seu tempo?

Metodologia: Refletir sobre como organizar melhor o seu tempo no dia a dia.

Todos os participantes recebem uma folha com relógios desenhados sem ponteiros, divididos em alguns momentos da vida. Eles deverão preencher como cada atividade ocupa seu tempo. Após o preenchimento do relógio, o orientador solicita que alguns comentem como está seu tempo. Você pode melhorar o seu tempo? Em quê?

Legendas: Família; Estudos; Alimentação; Sono; Religião; Lazer; Amigos; Namoro; Conversar com os seus pais; Atividades domésticas; Atividade física; Outros.

- Atividade final: Fotografias positivas/negativas

Metodologia: Fotografias diversas, utilizando sempre os opostos (feliz/triste, animado/desanimado...)

- Material necessário:

Papel

Caneta

Canetinhas

Anexo 2

Fotografias

Fita adesiva

3º Encontro (Medo e Insegurança)

- **Técnica de quebra-gelo:** Guia cego

Metodologia: Atividade realizada em dupla. Uma das pessoas fica de olhos vendados e a outra vai guiá-lo pelos obstáculos. Depois troca o papel da dupla, para que todos participem.

- **Atividade principal:** Estabelecer um clima de confiança e segurança entre as pessoas.

Metodologia: 1. Pedir que as pessoas caminhem, devagar, passando umas pelas outras, olhando-se. 2. Formar subgrupos de três participantes. 3. Dois devem ficar em pé, frente a frente e o terceiro ficará entre os dois (de frente para um e de costas para o outro).

4. O do meio deve ficar bem ereto, pernas juntas, braços esticados e colados às pernas.

5. Os outros dois devem se posicionar com uma das pernas um pouco atrás, bem firmes, e as mãos espalmadas, em posição de apoio. 6. O do meio deve, de olhos fechados (preferencialmente), jogar o corpo inteiro - não flexionar apenas da cintura para cima, é o corpo inteiro mesmo! - para frente e para trás, formando um pêndulo. 7. Depois de alguns minutos, revezar, até que os três tenham participado do exercício.

Refletir sobre: - Como foi estar no meio? - Você teve medo? - Confiou plenamente?

- Acreditou que poderia cair? - O riso (se tiver acontecido) dos que estavam segurando lhe deixou inseguro? - Teve dificuldade de se entregar totalmente? Por que?

- **Atividade final:** Atividade com massinha de modelar

Metodologia: com as luzes apagadas, realizar um relaxamento em grupo. A massinha de modelar é utilizada como estratégia para trabalhar a psicomotricidade e sentimentos internos, como raiva, amor e ansiedade.

- **Material necessário:**

Massinhas de modelar

Venda ou saco de lixo

4º Encontro (Estresse)

- **Atividade inicial:** Resolução de problemas

Metodologia: Iniciar distribuindo papéis brancos e iguais para todo grupo, como também canetas de uma mesma cor ou lápis. Os alunos terão que escrever em letra de

forma, alguma dificuldade pessoal (Por exemplo: Sou ansioso). Depois recolhemos, dobramos ao meio os papéis da mesma forma, a fim de não identificar quem escreveu e vamos redistribuir. Perguntamos quem gostaria de iniciar e pedimos para a pessoa pegar um papel e ler em voz alta o que estiver escrito. A pessoa que começar dá a solução para o problema que aquele papel traz e como ela acha que a pessoa que escreveu deve lidar com isso. E assim por diante.

- **Atividade principal:** Exercícios de alongamento e respiração na sala.

Metodologia: Essa atividade será feita com a proposta de trabalhar exercícios de alongamento e respiração, a importância deste para prática diária, ressaltando o quanto somos relapsos com os sinais do nosso corpo e desmerecemos a prática de atividade física para promoção de saúde.

- **Atividade final:** Visualização criativa e relaxamento. Trabalhar afirmações positivas sobre si mesmo.

Metodologia: Procure sentar-se de forma ereta, respire numa sequência profunda, mas sem forçar nada. Naturalmente, confortavelmente. Imagine-se diante de um espelho. Perceba que sua imagem vai ficando cada vez mais nítida e mais próxima do espelho. Veja cada detalhe de seu corpo. Sem críticas, apenas veja-se completamente. Pergunte ao seu íntimo o que gostaria de transformar. Escute-se com amor, respeito e muito carinho. Em seguida, veja cada situação que deseja mudar. Por exemplo, se você se sente desmotivado, com falta de ânimo para estudar e deseja inspiração e força de vontade para isso, procure se ver prestando atenção nas aulas, tirando dúvidas com os professores, chegando em casa e estudando a matéria dada, inicialmente, tente se ver conseguindo resolver os exercícios daquelas matérias que você sente facilidade. Depois daquelas que você sente mais dificuldade. Procure ver-se confiante, perceba que você vai ficando mais motivado à medida que você vai dominando os conteúdos, e pouco a pouco você escuta uma voz que começa baixinha mais depois aumenta o tom dizendo: “Você pode, você consegue, você é capaz, parabéns pelo seu resultado, continue assim... Saiba que quando você precisar você pode contar comigo”. Você não sabe quem está falando, procura, mas só consegue ouvir a voz, mas tem certeza que é de alguém muito especial, que pode ser seu pai, sua mãe, um professor, um irmão, um tio, enfim de alguém que gosta muito de você e que torce por você! Até que a voz vai ficando mais distante, você não consegue mais ouvi-la. Você volta-se para o espelho novamente, fixa

o olhar para si e vai se libertando dia a dia das suas “amarras” e se sentindo uma pessoa mais segura, percebendo que você pode e tem capacidade de fazer a diferença. Pouco a pouco a sua imagem no espelho vai ficando mais distante e distorcida e lentamente você volta para seu lugar de origem abrindo os olhos, espreguiçando e voltando para a sala.

- Material necessário:

Papel

Caneta

5º Encontro (Promoção da autoconfiança e Autoestima)

- Técnica de quebra-gelo: Palavras geradoras

Metodologia: Distribuir pela sala almofadas e cada uma estará acompanhada de uma placa (medo, ansiedade, descomprometimento, família, falta de vontade, falta de tempo, expectativa dos outros). Essas placas simbolizarão os impasses e as dificuldades que se pode enfrentar nas escolhas.

É importante nesta dinâmica que cada um diga quais desses impasses são mais presentes em sua vida e justifique.

- Atividade principal: Dinâmica do cartaz “antes e depois”

Metodologia: Fechamento e avaliação pessoal e do grupo. O facilitador deve dispor de material como cartolinas cortadas ao meio, revistas e tesouras. Deve distribuir duas metades de cartolinas a cada participante do grupo e solicitar que cada um se concentre e comece a refletir sobre sua experiência no Grupo de Apoio ao Aluno, tentando lembrar como estava se percebendo antes de entrar no grupo. É solicitado que os alunos representem este momento através de colagens. Depois, é pedido que os alunos tentem entrar em contato com seu momento atual: “O que mudou? O que aprendeu? Como está se sentindo após o fim do grupo?”, representando suas ideias através de uma segunda colagem. Depois de finalizados os trabalhos, cada aluno deve apresentar e explicar seus dois momentos ao grupo, que pode fazer comentários. Tal atividade será realizada com uma música tocando ao fundo.

- Atividade de encerramento: Avaliação do Grupo de Apoio e sugestões.

- Lanche de confraternização**- Material necessário:**

Almofadas

Placas de sentimentos

Papéis

Canetas

Cartolinas

Canetinhas



COLÉGIO 7 DE SETEMBRO

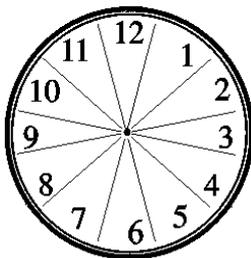
FUNDADOR PROF. EDILSON BRASIL SOÁREZ

O Colégio que ensina o aluno a estudar

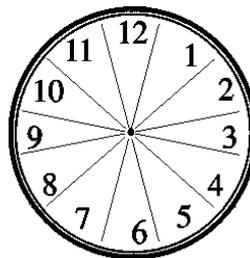


Como você organiza o seu tempo?

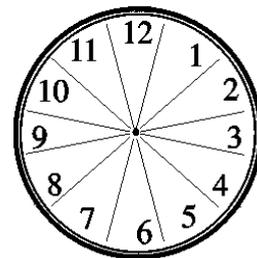
Família



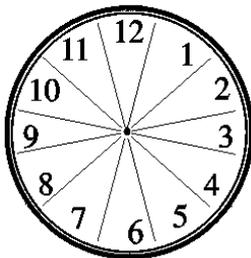
Estudos



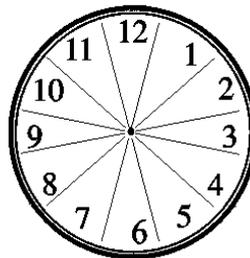
Alimentação



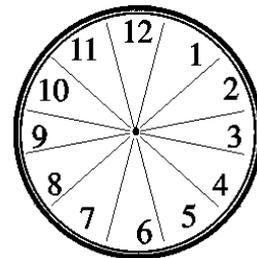
Sono



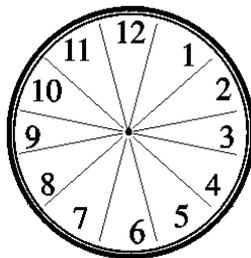
Religião



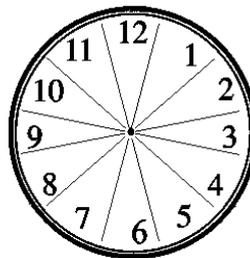
Lazer



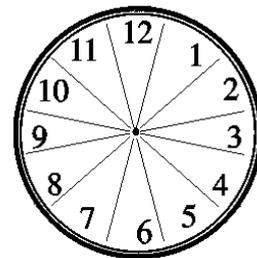
Amigos



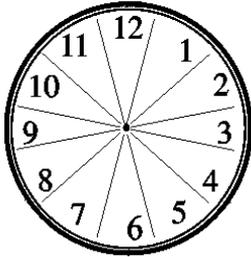
Namoro



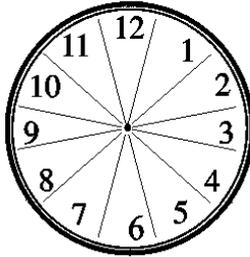
Conversar com os pais



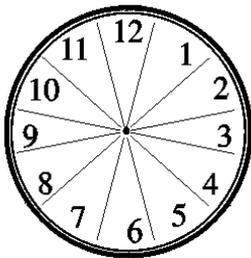
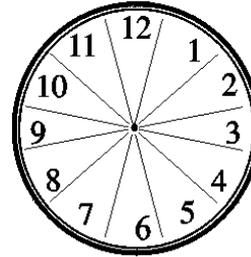
Atividades Domésticas



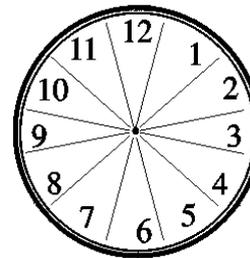
Atividade Física



Internet



Outros: _____



Outros: _____