

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
MESTRADO EM PSICOLOGIA**

**O ADOLESCENTE PELO ADOLESCENTE:
A DIALOGICIDADE DAS NARRATIVAS DE SI ARTICULADAS
À LÓGICA DE CONSUMO E ÀS MÍDIAS SOCIAIS**

RAQUEL DE ANDRADE SOUZA EW

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Psicologia.

Porto Alegre

Janeiro, 2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
MESTRADO EM PSICOLOGIA

**O ADOLESCENTE PELO ADOLESCENTE:
A DIALOGICIDADE DAS NARRATIVAS DE SI ARTICULADAS
À LÓGICA DE CONSUMO E ÀS MÍDIAS SOCIAIS**

RAQUEL DE ANDRADE SOUZA EW

ORIENTADORA: PROF^a. DR^a. KÁTIA BONES ROCHA

Dissertação de Mestrado realizada no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Psicologia. Área de Concentração em Psicologia Social

Porto Alegre

Janeiro, 2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
MESTRADO EM PSICOLOGIA

**O ADOLESCENTE PELO ADOLESCENTE:
A DIALOGICIDADE DAS NARRATIVAS DE SI ARTICULADAS
À LÓGICA DE CONSUMO E ÀS MÍDIAS SOCIAIS**

RAQUEL DE ANDRADE SOUZA EW

COMISSÃO EXAMINADORA

PROF^a. DR^a. KÁTIA BONES ROCHA – Orientadora
Pontifícia Universidade Católica do RS

PROF^a. DR^a. INÊS HENNIGEN
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

PROF^a. DR^a MARIA CLÁUDIA LOPES OLIVEIRA
Universidade de Brasília

Porto Alegre

Janeiro, 2015

DEDICATÓRIA

Ao meu pai cuja voz internalizada sempre irá incentivar e auxiliar meu processo criativo.

AGRADECIMENTOS

Sempre gostei de ler nos livros as dedicatórias e agradecimentos. Talvez porque nessa parte eu encontre o que me aproxima de grandes autores com seus textos surpreendentes e poesias com as quais me delicio. É nessa parte que os autores nos revelam e reconhecem no outro uma fonte que lhes potencializa. Somos todos tão diferentes e ao mesmo tempo tão parecidos. Também me sinto grata pelas muitas fontes que me potencializaram neste percurso:

Agradeço ao meu amor e amigo Alexandre e às minhas filhas amadas, Júlia e Helena, pela cumplicidade com que nutrem os meus dias, partilhando alegria e esperança. À minha mãe Olívia que é uma inspiração de vigor e fé. Nunca vi tanta torcida e satisfação juntas! E à amiga Iara pelo apoio e conversas estimulantes.

Agradeço muitíssimo a minha orientadora Kátia, pela oportunidade de me propiciar a vivência do que é uma orientação madura, encorajadora e sem desgastes. Com a firmeza de quem demonstra o que sabe e permite com que o outro caminhe motivado.

Agradeço ao professor Adolfo e professor Thiago pelo compartilhamento de seus conhecimentos e pelo tempo envolvido. Entendo que só é possível aprender com mestres que enxergam no tempo um aliado para construção e não um algoz. E vocês são exatamente esses mestres.

Agradeço ao grupo de pesquisa Psicologia, Saúde e Comunidades, que foi fonte de apoio, aprendizagem e trabalho coletivo. Em especial, a parceria dos colegas Isadora, Cristiano e Gustavo.

Aos participantes da pesquisa pela disponibilidade. Agradeço pela confiança e espontaneidade com que interagiram no estudo.

Também agradeço às professoras Inês e Maria Cláudia por aceitarem gentilmente o convite para minha banca e por suas contribuições acadêmicas. E a CAPES pelo fomento à pesquisa e pela viabilização deste estudo.

RESUMO

A presente dissertação de mestrado tem por tema a investigação da construção das narrativas de si em adolescentes. O objetivo é conhecer e analisar como os adolescentes constroem narrativas de si articuladas com práticas de consumo, a partir da análise das diferentes posições de eu e do uso de mídias sociais. Neste contexto nossa investigação recai na análise dos fatores que atravessam e passam a constituir-se como importantes operadores na configuração das narrativas de si em adolescentes. Tratamos então de três importantes articuladores de discursos sociais que favorecem a apropriação, relação e criação de narrativas de si, sendo eles: o consumo, a dialogicidade das narrativas e o acesso às mídias sociais. Para tanto a abordagem desta pesquisa se desdobrou em três estudos empíricos que constituem o corpo desta dissertação. O primeiro estudo aborda a construção das narrativas de si seguindo a lógica do consumo. Neste estudo há uma reflexão sobre a construção de narrativas de si a partir da composição e do acesso a elementos culturais valorizados como aspectos a serem desenvolvidos e adquiridos. O segundo estudo aborda como estas narrativas de si se constituem de forma dinâmica e dialógica ao criar diálogos entre Eu – Outro, ganhando espaços de hierarquização e valores, a partir da contradição, do movimento e da contextualização. Por fim, no terceiro estudo vemos como os adolescentes utilizam as mídias sociais, através da ferramenta do facebook, no processo de construção de narrativas de si dentro do espaço virtual. A análise neste estudo parte de um recorte material ao acessar às narrativas de si no contexto virtual observando a dialogicidade e questões relativas ao tensionamento entre autor e audiência. Os estudos foram de cunho qualitativo cuja coleta de dados foi realizada através de entrevistas e também com uma perspectiva de aproximação, através da etnografia virtual, para o estudo sobre o facebook.

Palavras-Chaves: Adolescência; narrativas; dialogismo; mídias sociais; identidade.

Área conforme classificação CNPq: 7.07.00.00-1 - Psicologia

Sub-área conforme classificação CNPq: 7.07.05.00 – 3 - Psicologia Social

ABSTRACT

This study has as central theme the investigation on how self narratives are built among teenagers. The goal is to understand and to analyze how teens build narratives about themselves linked with consumption practices, by analyzing the different positions of the self, and the use of social media. In this context, this research analyzes the factors that traverse and which become important tools in configuring the self narratives in teenagers. We deal with three important social discourse articulators which favor the assumption, relationship, and creation of the self narratives, namely: consumption, narratives dialogicity, and social media access. Therefore, we divided this research into three empirical studies, which constitute the body of this paper. The first study focuses on the self narratives development following the logic of consumption. In this study, there is a reflection about the construction of the self narratives from the composition and access to cultural elements valued as aspects to be developed and acquired. The second study addresses how these self narratives constitute a dynamic and dialogical way to create dialogues between I – Others, gaining hierarchy space and values, from contradiction, movement, and context. Finally, in the third study, we perceive how teenagers use social media, through Facebook, in the process of building of the self in virtual space. Analysis is based on a material extract, gathered by accessing the self narratives in virtual context, examining dialogicity and issues related to tension between author and audience. The studies have a qualitative nature, and their data collection was carried out using interviews with a perspective of approaching the teenagers, through virtual ethnography, for the study on Facebook.

Keywords: Adolescence; narratives; dialogism; social media; identity.

Area according to CNPq classification: 7.07.00.00-1 - Psychology

Sub-area according to CNPq classification: 7.07.05.00 - 3 - Social Psychology

SUMÁRIO:

DEDICATÓRIA.....	4
AGRADECIMENTOS.....	5
RESUMO.....	6
ABSTRACT.....	7
SUMÁRIO.....	8
RELAÇÃO DE FIGURAS.....	9
1.APRESENTAÇÃO.....	10
1.1 REFERÊNCIAS.....	13
2. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	16
2.1 ESTUDO 1: LÓGICA DO CONSUMO, IDENTIFICAÇÕES E NOÇÕES DE SI EM JOVENS.....	16
2.2 ESTUDO 2: DIALOGICIDADE E CONTRADIÇÃO NAS NARRATIVAS DE SI EM ADOLESCENTES BRASILEIROS.....	40
2.3 ESTUDO 3: MÍDIAS SOCIAIS: PROCESSO DE PRODUÇÃO DE NARRATIVAS DE SI EM ADOLESCENTES.....	62
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
4. ANEXOS.....	84

RELAÇÃO DE FIGURAS

Figura 1 Eixos de análise resultantes das respostas dos participantes.....	22
Figura 2 Representação do self dialógico.....	43
Figura 3 As estratégias mencionadas pelos adolescentes diante das contradições resultantes da dialogicidade.....	47
Figura 4 Gráficos do fluxo das narrativas do self dialógico dos participantes.....	49
Figura 5 a = Valência para as posições – Moisa, b = Valência para as posições –Clark, c = Valência para as posições – Alessandro	55
Figura 6 Valência para as Posições - quadro geral.....	56

1. APRESENTAÇÃO

O interesse no estudo deste tema decorreu a partir de uma longa trajetória profissional da pesquisadora como orientadora ao acompanhar jovens universitários que manifestavam suas dúvidas e expectativas a respeito da construção de sua identidade social. Essas questões eram seguidas por dilemas que envolviam a acomodação de diferentes discursos que os demandavam num gradiente de forças que oscilavam da dedicação e eficiência nas decisões profissionais, à urgência de um aproveitamento das muitas ofertas de experimentação de vivências e objetos, que se apresentavam evocando um consumo na expectativa de uma vida bem sucedida.

A sociedade na atualidade apresenta-se com profundas transformações nas instituições tradicionais, como a família e as empresas, partindo para um formato global interconectado tecnologicamente, cuja aceleração nas mudanças das relações sociais é praticada numa velocidade superior às referências anteriores. Neste contexto os adolescentes estão expostos à forte pressão social em fazer escolhas que lhes direcionarão a um futuro próximo (Bertol & Souza, 2010). A partir da perspectiva social, torna-se então fundamental identificar como a mídia e a cultura do consumo têm afetado a construção e oferta de marcadores identitários dentro dos contextos nos quais os adolescentes estão inseridos (Campos & Souza, 2003; Passos, 2008).

Neste estudo a adolescência é vista a partir da perspectiva da psicologia social em que o adolescer se apresenta numa configuração contextual, histórica e não estrutural. Neste sentido, funda-se nas interações sociais e apresenta-se numa construção múltipla e dinâmica em suas configurações. Assim o tema da adolescência desdobra-se ao longo do tempo ao ponto de considerarmos sua multiplicidade de possibilidades. Além disso, a juventude sob a perspectiva social passa também a configurar-se como uma forte influência, adquirindo atributos comercialmente associados a produtos e bem-estar que a tornam uma referência positiva de oportunidades, um marco de possibilidades para sociedade em geral (Rocha & Garcia, 2008; Rocha & Pereira 2009).

Senna e Dessen (2012) também destacam o caráter de interação entre adolescentes e contextos, já que estes também influenciam o contexto sendo referências das novas inserções a partir das perspectivas tecnológicas da comunicação e da demanda ativa de criação de novas formas de interação. Assim a relação entre a adolescência e consumo vem sendo analisada pelos diferentes campos do conhecimento, como a psicologia, a antropologia, a sociologia e a comunicação. O que torna possível pensar, apesar dos diferentes desdobramentos conceituais destas áreas a respeito deste período da vida, que os marcadores identitários dos adolescentes,

associados às questões de consumo dentro da dinâmica social, ainda se apresentam como um tema a ser explorado.

O consumo neste estudo é entendido do ponto de vista simbólico como processo plural de produção cultural e subjetiva (Lima, 2010). Este vincula a aquisição de atributos materiais, intelectuais e culturais que são valorizados na sociedade. Desta forma, o consumo não se restringe a aquisição de bens materiais simplesmente, mas ocorre em diferentes arenas do cotidiano possibilitando acessos e desenvolvimento das relações sociais. Ao verificar algumas das produções mais recentes feitas sob enfoque da psicologia a respeito desta temática de estudo, verificamos que a alteração de comportamento social impactado por fatores econômicos, alteração nos meios de produção, aumento do consumo e da comunicação dirigida para sociedade, tem sido foco de reflexão para a academia especialmente sobre o aspecto da construção identitária. Há compreensão de que o modo de configuração do consumo influencia na relação de maior individuação e distanciamento do envolvimento com a dimensão pública da existência humana (Colombo, 2012; Gonçalves, 2009). O consumo ainda aparece como um criador da ilusão de inclusão que pode amenizar, mas não extingue as desigualdades sociais e econômicas (Pedrozo, 2011).

Em relação à questão da constituição das narrativas de si esta é compreendida como um processo construtivo permanente e flexível, que se encontra imerso no contexto social. O sujeito neste contexto se encontra descentrado, sendo que usa o recurso de construção de narrativas para dar contorno e unidade às diferentes posições e contradições que experencia na sua subjetividade diante das relações de alteridade (Bakhtin, 2011; Hermans, 2001). É neste contexto de dialogicidade que se apresenta a perspectiva de construção do self dialógico, tendo em vista os múltiplos acessos e a dinamicidade de posições ocupadas pelo self (Hermans, 2001).

O self dialógico, construção narrativa fruto de uma interação entre o sistema social e o individual, representa uma possibilidade de entendimento e acesso para conhecermos como as narrativas de si dos adolescentes se articulam com as práticas simbólicas de consumo. Uma vez que identificamos que a lógica de articulação de nossa cultura está alicerçada em uma sociedade de macropolítica capitalista que tem no consumo uma ferramenta de consolidação, que passa a moldar e dar contorno às relações do sujeito com e no mundo (Streeck, 2012). O que torna importante pensar na relação do consumo e de seus impactos sobre a construção das narrativas de si dos adolescentes.

A dialogicidade das narrativas de si é tratada como a articulação de discursos e significados presentes no contexto social e cultural, através do qual se ofertam diferentes

possibilidades de ser. Entende-se por discurso as formas de interações e ações que ocorrem no contexto social em que todos os participantes são atores ao pertencerem a grupos, sendo marcados politicamente e culturalmente (Van Dijk, 2008). Por sua vez, as mídias sociais são exploradas como espaços de criação na dinâmica de acesso a diversos contextos de realidade virtual, em um tempo de identidades globais e fluídas (Bauman, 2001; Hermans & Dimaggio, 2007).

Stecher (2009) ao analisar os modelos de identidade promovidos pela mídia, através da análise de comerciais de televisão, afirma que estes são identificados como matrizes simbólicas caracterizadas pelo individualismo competitivo e autenticidade narcisista. Sendo assim, o consumo está relacionado não somente com a aquisição de bens materiais, mas também com o valor simbólico que este outorga ao demarcar os tipos de acessos dentro dos contextos sociais. Há uma construção de um estilo de vida ideal associado aos atributos da juventude e adolescência, no que diz respeito à beleza, liberdade e sucesso, que permeiam a sociedade atual fortemente vinculado a mídia de massa (Gunter, 2012; Hennigen, 2010a; Preto, 2008; Rocha & Garcia, 2008). A partir das implicações subjetivas dos discursos presentes na mídia vemos também as implicações objetivas como o superendividamento na construção do sujeito consumidor (Hennigen, 2010b) e também as atividades de consumo que se manifestam como recursos de construção identitária (Bronstein, 2008; Chidid & Leão, 2011). Nesse sentido, marcas de vestuário entre outros objetos de uso pessoal estão afinados com a demonstração de identidade é o que revela o estudo de Rhee (2008) com adolescentes americanos.

Logo, este estudo tem por tema a investigação da construção das narrativas de si dos adolescentes e a análise do atravessamento da lógica do consumo neste processo. O objetivo é conhecer e analisar como os adolescentes constroem narrativas de si articuladas com práticas de consumo, a partir da análise das diferentes posições de eu por eles ocupadas (amigo, filho, colega, estudante) e do uso de mídias sociais. Neste contexto nossa investigação recai na análise dos fatores que atravessam e passam a constituir-se como importantes operadores na configuração das narrativas do si dos adolescentes. Tratamos então de três importantes articuladores de discursos sociais que propiciam a apropriação, relação e criação de narrativas de si, sendo eles: o consumo, a dialogicidade das narrativas e o acesso às mídias sociais.

Os participantes do estudo foram seis alunos do terceiro ano do ensino médio de uma escola privada de Porto Alegre, que receberam nomes fictícios designados a partir de personagens com os quais estes manifestaram se identificar na entrevista. A coleta de dados

da pesquisa se desdobrou em três momentos: primeira entrevista (anexo a), etnografia virtual do facebook e segunda entrevista (anexo b). Sendo que a abordagem desta pesquisa se consolidou em três estudos que constituem o corpo desta dissertação. O primeiro estudo tem por objetivo conhecer e analisar como jovens constroem narrativas sobre suas noções de si mesmo e a relação desta construção com as lógicas de consumo.

No segundo estudo abordamos como estas narrativas de si se constituem de forma dinâmica e dialógica no sentido de implicar diferentes vozes, que são instituídas a partir do nomeado self dialógico. Estas vozes perfazem um diálogo entre Eu – Outro que ganham espaços de hierarquização e valores dentro das narrativas de si, apontando para uma narrativa que se constrói a partir da contradição, do movimento e da contextualização. Para o primeiro e segundo estudo foi aplicada entrevista (anexo a) através da qual pudemos evidenciar as questões pertinentes acerca da relação das construções das narrativas de si com as lógicas de consumo e a articulação dessas narrativas numa perspectiva dialógica

No terceiro estudo buscamos analisar como os adolescentes utilizam as mídias sociais através da ferramenta do facebook no processo de apresentação de si e construção de relações dentro do espaço virtual. A análise neste estudo parte de um recorte material ao acessar às narrativas de si dentro do contexto virtual, observando a dialogicidade e questões relativas ao tensionamento entre autor e audiência. Foi utilizada, no terceiro estudo, uma perspectiva de aproximação através da etnografia virtual do facebook dos participantes e também do uso de entrevista (anexo b).

1. 1. REFERÊNCIAS

- Bakhtin, M.M. (2011). *Estética da criação verbal*. 6ª edição. SP: Martins Fontes.
- Baudrillard, J. (2003). *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Edições 70.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bertol, C.E. & Souza, M. (2010). Transgressões e adolescência: Individualismo, autonomia e representações identitárias. *Revista Psicologia: Ciência e Profissão*, Brasília, 30(4), 824-839.
- Bronstein, M.M. (2008). Consumo e adolescência: Um estudo sobre as revistas femininas brasileiras. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação da Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro.
- Campos, C.C.G. & Souza, S.J. (2003). Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 23(1), 12-21.

- Chidid, I.R. & Leão, A.L.M.S. (2011). Atividades de consumo como recursos da construção da identidade pré-adolescente em interações verbais. *Revista Organizações em Contexto- online*, 7(13), 59-83.
- Colombo, M. (2012). Modernidade: A construção do sujeito contemporâneo e a sociedade de consumo. *Rev. bras. psicodrama*, 20(1), 25-39.
- Gonçalves, R.R. (2009). Identidade, consumo e sociabilidade: Implicações éticas. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, Rio de Janeiro, 9(1). Recuperado em 22 de junho de 2013, de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S1808-42812009000100015&lng=pt&tlng=pt
- Gunter, B. (2012). The role of the media. Em N. Rumsey & D. Harcourt (Eds). *The Oxford handbook of the psychology of appearance* (pp. 455-467). New York, NY, US : Oxford University Press.
- Hennigen, I. (2010a). Superendividamento dos consumidores: Uma abordagem a partir da psicologia social. *Revista Mal-Estar e Subjetividade*, 10 (4), 1173-1202.
- Hennigen, I. (2010b). A gente se vê por aqui? A recepção da novela *Malhação* pelos jovens. *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, 5(2), 182-192.
- Hermans, H.J.M. (2001). The dialogical self: Toward a theory of personal and cultural positioning. *Culture & Psychology*, 7(3), 243-282. Recuperado em 7 de julho de 2013, de <http://cap.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/3/243>.
- Hermans, H. J. M., & Dimaggio, G. (2007). Self, identity, and globalization in times of uncertainty: A dialogic analysis. *Review of General Psychology*, 11, 31-61. Recuperado em 7 de maio de 2014, de <file:///C:/Users/user/Downloads/e0b49522ef60e5a437.pdf>
- Lima, D.N.O.(2010). *Consumo: Uma perspectiva antropológica*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Passos, M.H.S. (2008). *Televisão e adolescentes: Investigações de construções de identidade*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Pedrozo, S. (2011). To be 'cool' or not to be 'cool': Young people's insights on consumption and social issues in Rio de Janeiro. *Journal of Youth Studies*, 14(1), 109-123. Recuperado em 16 de maio de 2013, de <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=search.displayRecord&id=1E44C686-0FB5-CA4A-78E4-801DD37498D5&resultID=1&page=1&dbTab=all>.
- Preto, A. (2008). O indivíduo e a família na sociedade de consumo pós-moderna. *Revista Think*, Porto Alegre, 6 (1), 54-60.

- Rhee, J. (2008). Investigating relationships between branded apparel and identity with adolescents. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering*, 68(8-B). Recuperado em 16 maio de 2013, de <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=search.displayRecord&id=1E39BC9D-9089-F7F7-A6D4-E93E83EAE29B&resultID=1&page=1&dbTab=all>.
- Rocha, A.P.R., & Garcia, C.A. (2008). A adolescência como ideal cultural contemporâneo. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 28(3), 622-631.
- Rocha, E. & Pereira, C. (2009). *Juventude e consumo: Um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Senna, S.R.C.M., & Dessen, M.A. (2012). Contribuições das teorias do desenvolvimento humano para a concepção contemporânea da adolescência. *Revista Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 28(1), 101-108.
- Stecher, A.(2009). La competencia por el éxito y la búsqueda de la autenticidad: Modelos de identidad en el Chile actual. *Psicoperspectivas*, 8(2), 266-291. Recuperado em 11 de maio de 2013, em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0718-69242009000200013&lng=pt&nrm=iso&tlng=es.
- Streeck, W. (2012), "How to study contemporary capitalism?" *European Journal of Sociology*, 53, 1-28.
- Van Dijk, T. A. (2008), *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo buscamos fazer uma compreensão das narrativas de si dos adolescentes partindo do pressuposto de três importantes operadores da dinâmica de construção dessas narrativas: o consumo como referência de valores e desejo, a dialogicidade como dinâmica para a construção das narrativas de si e o uso das mídias sociais como espaço de apresentação de si num exercício de autoria e audiência.

Sendo assim, vimos que no primeiro estudo o consumo apresentou-se como um norteador de valores e desejos a serem compostos numa tentativa contínua de dar contorno a si mesmo. Como recurso na apresentação do adolescente para suas redes de relacionamento, permitindo sua circulação e possibilidades de ser, ao dar significado para suas ações presentes e seus planos futuros.

Quando os adolescentes descreveram a si mesmos, o ponto comum para identificação deste momento de vida era o reconhecimento de uma mudança do pensamento e da reflexão a respeito do entendimento sobre si mesmo, com a intensificação dos sentimentos devido à constante exposição a situações de escolhas. Os participantes apresentaram como um desejo recorrente o sonho de estabilidade e trabalho, associado às referências de personagens cotidianas e midiáticas com as quais se identificavam. Estes estavam carregados de atributos e construções sociais de formas de ser ou viver que em suas narrativas apareceram como algo a ser consumido e alcançado.

Assim no segundo estudo conseguimos acompanhar um recorte de como estas narrativas de si ocorrem através da dialogicidade do self. Vimos que os participantes tinham consciência de estarem em processo contínuo de conversa interna cuja função indicada por eles foi de organização, reconhecimento da ambivalência interna e auxílio nas decisões. Os participantes também reconheciam que estas conversas internas produziam contradições e consequentes tensionamentos, cujas estratégias de enfrentamento eram o abandono da situação conflito, reclusão, ponderação de opiniões e até a aceitação das escolhas feitas.

O fluxo das narrativas de si dos participantes apresentou intensa dialogicidade num fluxo contínuo de trocas de vozes (Eu, Outros e Neutro) de forma singular para cada participante. Cada unidade de significado da fala carregou em si uma voz de autoria, com uma valência moral constituída contextualmente (família, escola, amigos e ti mesmo) e conforme as posições sociais ocupadas por cada participante (estudante, filho, amigo e pessoa). Essas posições foram estabelecidas através de vozes narrativas, sendo que cada voz representou estruturas de avaliação moral, correspondendo a concepções e arranjos de diferentes discursos da sociedade. Discursos de concordância, complementação ou de oposição aos quais os

participantes se apresentaram contextualmente engajados. Observamos também que a análise geral dos participantes indicou que as posições estudante e filho demonstraram um equilíbrio de valências positivas e negativas mostrando maior ambiguidade nestas posições. Já as posições amigo e pessoa tendiam a uma valência mais positiva e homogênea.

Destaca-se que ao considerar que a escola é um importante espaço de exercício social e de construção conceitual sobre aptidões e planejamentos futuros, é fundamental atentarmos para a percepção dos participantes deste estudo de que a escola apresenta um conceito generalista e homogeneizante sobre as diferentes posições que ocupam. Neste sentido entendemos ser um desafio, mas também uma necessidade, flexibilizar a perspectiva que a escola faz sobre o estudante, permitindo aprofundar os espaços de motivação e reflexão dialógica entre as diferentes posições que nesse espaço podem emergir.

No terceiro estudo, os participantes manifestaram que percebem as mídias sociais como possibilidade de criação de um grupo social. O contexto virtual viabiliza e facilita as relações de longa distância e também é utilizado para falar com as pessoas que fazem parte de seu cotidiano próximo. Sendo que os participantes utilizam diferentes ferramentas, se mantendo 24 horas conectadas nas redes sociais. A constituição de autoimagem, evitação de conflito e formação de sentimento de pertencimento foram importantes aspectos que norteavam a autoria das narrativas de si no facebook. Evitar certas exposições de ideias que poderiam virar polêmicas e conflitos, tendo especial cuidado na postagem do que possa vir a ser considerado indireta, guiavam suas ações para neutralizar embates. Assim como o ato de curtir no facebook refletia não somente aprovação ou concordância, mas também aludia aproximação que fomentava o sentimento de pertencimento.

A dinâmica entre a noção do Eu-Outro dentro do espaço virtual se configurou na relação de autoria e audiência de forma dialógica, em que a questão da autenticidade se revelou como um importante fator de interpretação e limitação para interação a ser estabelecida através do facebook. Neste sentido, os participantes consideravam como autêntico aquele que fala (ou posta) o que pensa; aquele que mostra a pessoa que verdadeiramente é. Os adolescentes percebiam que no facebook poderia haver distorção entre o que as pessoas são e o que o facebook apresentava. O que se tornou um fator importante de ponderação e avaliação sobre a interação através do facebook, revelando que para os participantes há articulação de autenticidade e autoria, tendendo a serem mais categóricos na avaliação da autenticidade do outro e mais relativos e ponderados em relação a sua própria enunciação.

Sabemos que o presente trabalho reflete uma análise circunscrita a um contexto específico de determinada escola particular em Porto Alegre, que atende alunos da classe média, o que circunscreve e interfere nos acessos de consumo e experiências de vida. Entretanto, entendemos que neste estudo houve colaborações a serem destacadas como o uso de diferentes metodologias e abordagens para aproximação da construção das narrativas de si em adolescentes. Os participantes da pesquisa manifestaram sua satisfação com o processo de reflexão e conscientização de suas percepções, além de afirmarem que o descrever-se sob o ponto de vista dos outros e falar sobre a construção do seu facebook, teria sido um exercício original em sua experiência de vida.

Assim, entendemos que ao conhecer melhor os referenciais dos adolescentes, a partir das suas narrativas de si, é possível pensarmos em estratégias que possam ampliar a reflexão sobre suas possibilidades de constituição de si e dos outros, especialmente em espaços como a escola e família; ao ter em vista que estes foram contextos sociais fortemente apontados como produtores de narrativas ambíguas e de intensa socialização. Portanto, na atualidade consideramos que há tensionamento em relação à produção das narrativas de si para os adolescentes, uma vez que estas encontram-se atravessadas por questões referentes ao consumo e acesso a diferentes contextos através das mídias, tornando ainda mais complexas e múltiplas as interações entre Eu-Outro.