



Psicologia & Sociedade

ISSN: 0102-7182

ISSN: 1807-0310

Associação Brasileira de Psicologia Social

Ew, Raquel de Andrade Souza; Hamann, Cristiano; Gomes,
Gustavo Affonso; Pizzinato, Adolfo; Rocha, Kátia Bones
MÍDIAS SOCIAIS: CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS DE SI DE ADOLESCENTES
Psicologia & Sociedade, vol. 30, 2018, pp. 1-10
Associação Brasileira de Psicologia Social

DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-0310/2018v30169654>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309358414013>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

redalyc.org
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

MÍDIAS SOCIAIS: CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS DE SI DE ADOLESCENTES

MEDIAS SOCIALES: CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS DE SÍ DE ADOLESCENTES
SOCIAL MEDIA: SELF NARRATIVES CONSTRUCTION OF ADOLESCENTS

<http://dx.doi.org/10.1590/1807-0310/2018v30169654>

Raquel de Andrade Souza Ew

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, Brasil

Cristiano Hamann

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto alegre/RS, Brasil

Gustavo Affonso Gomes

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, Brasil

Adolfo Pizzinato

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto alegre/RS, Brasil

Kátia Bones Rocha

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, Brasil

RESUMO

O objetivo deste estudo é compreender como o espaço digital permite a construção de narrativas de si para adolescentes, evidenciando novas estratégias de sociabilidade contemporâneas, a partir de uma aproximação teórica bakhtiniana. Trata-se de uma investigação exploratória e de inspiração etnográfica. Os participantes da pesquisa foram seis pessoas, com idade entre 16 e 18 anos. O processo de pesquisa ocorreu através da observação das movimentações no *Facebook* e entrevista individual. A análise partiu das narrativas e da produção discursiva dos adolescentes, organizada nos eixos: economia e estratégias de comunicação; relações de pertencimento e filiação; e autoria e autenticidade na construção de narrativas. As interações e identificações dos adolescentes no contexto digital ocorreram dialogicamente, articulando relações de pertencimento, autoria e autenticidade.

Palavras-chave: adolescência; narrativas; *Facebook*; dialogicidade.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue comprender cómo el espacio digital permitió la construcción de narrativas de sí para adolescentes, evidenciando nuevas estrategias de sociabilidad contemporáneas, a partir de una aproximación teórica bakhtiniana. Esta es una investigación exploratoria y de inspiración etnográfica. Los participantes de la investigación eran seis jóvenes, con edades comprendidas entre los 16 y 18 años. El proceso de investigación se llevó a cabo mediante la observación de los movimientos en Facebook y entrevistas individuales. El análisis partió de las narrativas y de la producción discursiva de los adolescentes, organizada en los ejes: economía y estrategias de comunicación; relaciones de pertenencia y filiación; y autoría y autenticidad en la construcción de narrativas. Las interacciones e identificaciones de los adolescentes en el contexto digital, ocurrieron dialogicamente, articulando relaciones de pertenencia, autoría y autenticidad.

Palabras clave: adolescencia; narrativas; *Facebook*; dialogicidad.

ABSTRACT

The proposal of this study is to understand how the digital environment allowed the construction of narratives of themselves for adolescents, evidencing new strategies of contemporary sociability, based on the Bakhtinian theoretical approach. This is an exploratory and ethnographic-inspired investigation. The participants were six adolescents, between 16 and 18 years old. The research process was built through the observation of the movements on Facebook and subsequent individual interviews. The analysis was based on narratives and the discursive production of adolescents, organized in the axes: economy and communication strategies; relations of belonging and affiliation; and authorship and authenticity in the construction of the narratives. The interactions and identifications of the adolescents in the digital context occurred dialogically, articulating relations of belonging, authorship and authenticity.

Keywords: adolescence; narratives; *Facebook*; dialogicity.



Direito autoral e licença de uso: Este artigo está licenciado sob uma Licença Creative Commons. Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra, forneça um link para a licença, e indicar se foram feitas alterações.

Introdução

A diversidade de possibilidades identificatórias no presente, por vezes conflituosas, é um fenômeno que caminha para além das inscrições tradicionais do sujeito da Modernidade. Pensadores que se debruçam sobre o tema ressaltam que características atuais – como a velocidade das comunicações, a noção de consumo imbricada nos fazeres (Lipovetsky, 2007), e a liquidez das relações (Bauman, 2001) – estabeleceriam novos limites e possibilidades de construções identitárias. Esse contexto diverso e plural nos remete a questionar as formas de identificar-se como adolescente na atualidade, observando as possíveis articulações com as mídias sociais.

Segundo Lopes de Oliveira (2006), em contextos socioculturais concretos as pessoas agem e negociam significados que, mutuamente, produzem conhecimentos e formas de subjetivação. É dessa interação comunicativa que se desenvolve uma noção de si, um *self*, que parte dessas transações de diferentes coparticipantes de determinado contexto social. Essa noção de *self* não se propõe enquanto concepção individualista e autocontida de unidade psíquica, mas sim se alia às compreensões de subjetividades como processos psicossociais. Essa noção teórica comprehende que o *self* se constitui dialogicamente, com movimentos que se dirigem sempre ao *alter*, ou seja, em termos bakhtinianos a uma audiência, por meio da qual tornam possíveis as experiências sociais, ao mesmo tempo em que se reconhece, se transforma e se ressignifica em cada ato (Lopes de Oliveira, 2006). Nessa perspectiva, a constituição de um senso de si (*self*) ocorre no contexto das interações discursivas, nas quais os sujeitos aprimoram estratégias retóricas que darão suporte para esta constante construção dos itinerários pessoais (Bamberg, Meister, Kindt, Schernus, & Stein, 2004).

Na esteira da derivação teórica de matriz bakhtiniana, a perspectiva dialógica de *self* propõe pensar certos princípios operadores, para além do conceito amplo de dialogicidade, como: a relação Eu-Outro; a noção de alteridade; autoria; audiência; e narrativa. Podemos pontuar a noção de dialogicidade como princípio dinâmico e comunicacional que oportuniza um sistema de endereçamento entre o Eu e o Outro. Essas esferas comunicacionais, Eu-Outro, são compreendidas como subjetivantes – nas quais se estabelece contextualmente uma noção de Eu a partir do Outro, assim como uma noção do Outro a partir do que se comprehende como Eu (Marková, 2006). O espaço comunicacional estabelecido entre essa noção Eu-Outro, que é central para a

perspectiva bakhtiniana, põe em pauta os processos enunciativos como experiências sociais e dialógicas. Neste âmbito, a alteridade – ou seja, a compreensão do Eu como necessariamente vinculado à noção de que existe um Outro – torna-se intrinsecamente relacionada ao estabelecimento de interlocuções comunicativas (Accorssi, Scarparo, & Pizzinato, 2014).

Esse processo é interpretado por Tajfel (1981) como profundamente vinculado à noção de pertencimento, em que identificar-se com um grupo ou situação significaria categorizar, diferenciar os de dentro (nós) dos de fora (eles). Nesse estabelecimento de redes de pertencimento e sociabilidade, as enunciações elaboradas põem em pauta a sua capacidade de se posicionar como autores numa articulação de discursos sociais (Pires, 2002), ou seja, numa situação em que um sujeito assume uma posição enunciativa (autoria) e se coloca em relação a um destinatário presumido (audiência). Entendemos que audiência, neste contexto, se refere ao exercício experencial configurado na comunicação (Salgado & Gonçalves, 2007), sendo que tanto a autoria como a audiência se estabelecem em uma relação dialógica de complementaridade e continuidade (Bakhtin, 1979/2011).

Ao considerar essa premissa dialógica, entendem-se as possibilidades de caracterização do que se concebe como adolescência enquanto intrinsecamente comunicacional e, portanto, relacionadas às modificações de circulação e conteúdos também midiáticos. O termo mídia em si é um exemplo das modificações que vêm se operando ao longo dos anos, possibilitadas por um alargamento dos recursos tecnológicos e das compreensões acerca desse processo histórico. Segundo Santaella (2007), o termo mídia passou a ser usado no início dos anos 90 e se referia aos meios de propagação da informação em massa (jornais, rádios, revistas e televisão) e foi se expandindo para todos os meios de comunicação – inclusive os mediados pelo computador. A historicização desse processo remete-nos ao papel estratégico das mídias na produção de cultura, ao articular referências, imagens e ao ampliar a circulação de discursos que produzem efeitos de verdade (Hennigen, 2006). Nesse espaço de produção social, os significados e sentidos acerca da adolescência vão se gestando e possibilitando campos de subjetivação. Essas formas de comunicação têm se expandido, a ponto de pôr em pauta a relação com maquinários digitais e percursos comunicacionais menos circunscritos a ambientes fixos e encontros pessoais, abrindo espaços de interação e pertencimento (Santaella, 2007).

Considerando a emergência dos meios de comunicação e das redes de socialização digitais nas últimas décadas, é importante analisar as articulações entre os significados sociais sobre o “ser adolescente” e as dinâmicas da própria linguagem. Nesse sentido, o formato de comunicação desenvolvido por meio das novas mídias, enquanto forma de narrativas socialmente localizadas (em termos temporais, culturais, técnicos), irá oferecer possibilidades de atualização de discursos e também um terreno fértil para novas estratégias de sociabilidade (Fischer, 2005; Santaella, 2007).

Nesse palco de discussões e atentos às articulações entre itinerários pessoais e as redes discursivas, alguns teóricos enfatizam o papel das narrativas na construção desse processo identitário dinâmico (Bruner, 1997; Ricoeur, 1997). A construção dessa noção de si a partir da narrativa, estabelecida num sentido de continuidade no tempo e de coerência de trajetórias, comprehende-se tanto determinada pelas percepções do passado quanto modelada pelas perspectivas de futuro (Bruner, 1997). Em consonância com esses autores que defendem a contextualização dos processos identitários em processos posicionais e dinâmicos, observamos que as possibilidades concretas e simbólicas de experienciar-se na contemporaneidade nos remetem a espaços diversos, como as mídias e seu importante papel no processo de caracterização do que pode ser entendido como adolescente. Analisar o uso que se faz de uma ferramenta de mídia social passa a ser uma forma de compreender como podem ocorrer as construções das narrativas de si nesta posição de sujeito.

Nesse âmbito, alguns estudos ressaltam a intensa utilização da rede sociocomunicacional *Facebook* como ferramenta de sociabilidade, assim como seu potencial em pesquisa (Brooks, Hogan, Ellison, Lampe, & Vitak, 2014; Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009). O *Facebook*, além de ser muito utilizado, apresenta uma interface diversificada – cujos elementos constituintes são dinâmicos e relacionados aos modos de ser e às preferências do usuário (Bauerlein, 2011). Dessa forma, a rede social *Facebook* é compreendida como um potente meio para conhecer algumas facetas da produção do sujeito adolescente, ao apresentar a possibilidade de dispor imagens, ícones e posicionamentos escritos, abrindo espaço para um campo singular de produção cultural. Nesse contexto, o objetivo do presente estudo foi compreender como o espaço digital permitiu a construção de narrativas de si para os indivíduos em questão, atualizando elementos tradicionalmente relacionados à adolescência e evidenciando novas estratégias de sociabilidade entre jovens.

Método

Participaram do estudo 6 estudantes, 3 do sexo masculino e 3 do sexo feminino, entre 16 e 18 anos, cursando o terceiro ano do ensino médio de uma escola privada de Porto Alegre. O presente estudo faz parte de um projeto de pesquisa amplo, no qual os seis participantes já haviam realizado uma entrevista anterior em profundidade, em que descreveram os significados atribuídos a si em diferentes posições sociais que ocupavam – como filho, como estudante, como amigo.

A pesquisa foi apresentada via carta dirigida a pais/responsáveis e alunos, através de um convite para inscrição de voluntários, encaminhado pela comunicação interna da escola. Os(as) estudantes que participaram foram sorteados mediante lista de inscritos. Esses receberam nomes fictícios, assegurando seu anonimato nesta pesquisa. Nesse processo, eles escolheram nomes de personagens com quem mais se identificavam, a partir dos quais foram estabelecidos seus pseudônimos. Assim, Diana mencionou a *Mulher Maravilha*, heroína das histórias em quadrinhos. Moisa mencionou *Moisés*, personagem bíblico patriarca do povo judeu. Cindi indicou a *Cinderela*, personagem dos contos-de-fadas. Clark citou o *Super Homem*, super-herói das histórias em quadrinhos. Paul mencionou o ator norte-americano Paul Walker do filme *Velozes e Furiosos*. Alessandro indicou o jogador de futebol *D'Alessandro*.

O encontro com os(as) participantes foi organizado em dois momentos: no primeiro foi feita a apresentação da pesquisa e acordada a observação do *Facebook* pela pesquisadora; no segundo, foi realizada a entrevista presencial. A aproximação do *Facebook* dos(as) participantes ocorreu através de uma perspectiva de etnografia em mídias digitais (Hine, 2000). A etnografia na *internet* permite explorar os usos que são feitos dos recursos disponíveis, buscando conhecer os significados a eles atribuídos, verificando as relações que se estabelecem e os processos sociais que ocorrem nesse ambiente (Hine, 2000). O processo de análise do perfil do *Facebook* dos participantes foi acordado com o consentimento dos mesmos e ocorreu antes da entrevista presencial, por um período de dez dias no ano de 2014. Foi realizado um diário de campo com registros de cada um dos participantes no qual eram descritas todas as atividades executadas durante cada dia de observação.

Para tecer considerações sobre as movimentações na ferramenta digital foi criado um grupo secreto com cada um(a). Essa é uma configuração opcional para ferramenta grupo do *Facebook* que assegura

que as publicações e o registro das atividades de cada participante não sejam visualizados na *timeline* dos integrantes. O grupo foi formado apenas para viabilizar a observação das atividades dos participantes da pesquisa, sem produção de conteúdo ou troca de mensagens. Foram estabelecidas as configurações de segurança oferecidas pelo *Facebook* que mantiveram a privacidade e o anonimato dos participantes em relação à rede de relacionamento da pesquisadora, bem como aos demais participantes da pesquisa. O presente estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Os materiais produzidos a partir dos diários de campo e entrevistas narrativas foram analisados tendo em vista sua dimensão narrativa (Jovchelovitch & Bauer, 2002) e a articulação dessas narrativas com elementos discursivos (Bakhtin, 1979/2011). Nesse sentido, operou-se com a criação de eixos que demonstravam as articulações entre itinerários pessoais no uso de mídias digitais e a articulação desses movimentos com a atualização de dimensões discursivas acerca da adolescência.

Resultados e discussão

Os eixos que conduzem a análise foram construídos a partir da observação do uso realizado pelos participantes do *Facebook* e pela forma como esses discorreram sobre sua percepção e intencionalidade no uso da ferramenta para interação social, a partir das entrevistas. Por meio da observação e dos questionamentos, consideraram-se os seguintes eixos de análise: economia e estratégias de comunicação; relações de pertencimento e filiação; e autoria e autenticidade na construção de narrativas.

Economias e estratégias de comunicação

Os(as) participantes dedicaram grande parte de seu tempo diário na interação com sua rede de amigos observando as publicações, “curtindo”¹¹ fotos e comentários postados na rede e, eventualmente, atualizando suas próprias postagens. Essas atividades ocorrem diariamente com uma média superior a quatro (4) horas diárias de interação no *Facebook*. Os(as) participantes informaram estar 24 horas por dia conectados através do *chat* do *Facebook* ou ainda por outras mídias como o *WhatsApp*. Esta conectividade em tempo integral foi relatada pelos(as) que acessavam a *internet* pelo computador e celular. No caso de dois participantes, que só utilizavam a

rede através do computador, o acesso era restrito aos momentos em que estavam em casa.

A utilização da mídia digital pelos(as) participantes, em termos de construção das narrativas e processos comunicacionais, foi analisada a partir do controle do processo comunicacional (tempo do diálogo e formas de expressão); estratégias de aproximação (e manutenção de distância) com as pessoas; e formas de prospecção de amizades. A participante Diana, por exemplo, referiu-se às mídias sociais como aquisição necessária às relações interpessoais: “*Eu uso mais porque todo mundo tem, sinceramente. Porque se fosse uma coisa, assim ‘tá, nem todo mundo usa*”, eu também não ia usar” (Diana). Além dessa “necessidade” de comunicação, as participantes Diana e Moisa também indicam a utilização do *Facebook* como elemento estratégico de comunicação:

Quando tu estás face a face tu expressas mais teus sentimentos, e via internet não, mas algumas vezes é mais fácil tu falares algumas coisas para as pessoas, tu te sentes mais livre porque a pessoa não está te vendo. Via internet a pessoa não consegue ver tua reação. Mas, ao mesmo tempo, é ruim por isso, também, porque é bom tu poderes contar as coisas e às vezes as pessoas falam alguma coisa, mas tu não consegues entender o significado. Tu não consegue identificar a emoção, o tom. (Diana)

Quando tu estás no Facebook, aí comes uma coisa e volta, no meio da conversa, assim, quando tu não sabes o que responder. Agora, quando está frente a frente não tens como responder: ‘só um minuto, já volto’. Em momentos específicos, por exemplo num dia que eu estou meio mal, é melhor pelo Face. Porque daí tu queres te mostrar bem, só que tu não estás bem daí tu consegues disfarçar. (Moisa)

Estas estratégias comunicacionais são analisadas de maneira crítica pelos participantes. A manipulação do afeto na comunicação via *internet* é manifestada tanto como algo negativo, pois pode gerar mal-entendidos, a partir do texto escrito, mas por outro lado pode facilitar a expressão de sentimentos e opiniões difíceis de manifestar em situações cara a cara.

Nesse sentido, a comunicação via *internet* é pensada a partir de uma racionalidade de níveis de inclusão. Como ressaltam os participantes, o contexto dos grupos relacionais faz diferença nos processos de comunicação. Sobre a família, Moisa comenta: “*Minha própria irmã não está no meu ‘Face’.* Mas eu sou bem sincera assim com a minha família, sabe?” Essa economia se estende para a formação de laços de amizade, segundo Clark: “*Se for uma pessoa totalmente desconhecida tu não aceitas... Pessoas*

desconhecidas... e meu pai. Meu pai porque ele é muito chato, daí qualquer coisa que eu postava ele vinha conversar comigo, perguntar: ‘ah, e aquilo lá’.” De outra forma, esse regime de aproximação e distanciamento pode facilitar uma prospecção de laços de amizade. Assim como é possível deixar alguém no “congelador”, ou seja, na espera de aceitar sua “amizade”², favorece a produção de outros laços afetivos, segundo Moisa: “*É um meio que tu mostras o que tu gostas e vês o que o outro gosta e, assim, vocês se tornam amigos. Às vezes tu podes até ver uma pessoa que é o amigo do teu amigo que postou, ... essa pessoa não é minha amiga, aí tu até pensas: ‘eu poderia adicionar ela, ela é legal’*”.

Percebe-se nessas narrativas um jogo estratégico de sociabilidade possibilitado pela ferramenta digital, de tal forma que se possam ocupar estes espaços de comunicação como campos de inclusão e certa “economia” das relações interpessoais. Essas estratégias de sociabilidade, além de atualizarem determinadas relações com o núcleo familiar, possibilitam a criação de novas maneiras de comunicação em dimensões como a da amizade (de “congelador” ou na prospecção de amizades que irão figurar fora do contexto *online*).

De outra forma, os(as) participantes, ao elegerem músicas, filmes e eventos em sua *timeline* no *Facebook*, compartilharam informações como maneira a estabelecer vínculos e de firmar campos de pertencimento. Esse processo é importante se visto, como foi demonstrado anteriormente, como uma maneira de prospecção de amizades absolutamente *online* ou com vistas a encontros presenciais. Os(as) entrevistados(as) elencaram, particularmente, o grupo do *Facebook* da turma do colégio como um dos espaços nos quais participavam ativamente. Além disso, alguns participantes categorizavam os amigos como íntimos ou de festas. Os participantes referiram que estavam em grupos dos quais já não participavam ativamente, mas não os excluíam, por consideração a quem os havia adicionado. Essa atitude de manter-se em grupos de forma não ativa nos remete aos significados que essa participação ampliada pode ter tanto no aspecto de afiliação como no processo identificatório.

Segundo Perron e Wolf (2009), o espaço digital é também lugar de construções sociais. Nesse sentido, a comunicação, possibilitada nas particularidades da *internet*, se configura como lugar no qual ocorrem produções intersubjetivas, estabelecendo-se num emaranhado de discursos e itinerários individuais. Essa relação é importante de ser demarcada pois, como vimos, uma leitura genérica dos processos

de comunicação poderia planificar uma gama de condições de possibilidades para a comunicação que ultrapassam uma visão linear de sociabilidade. As figuras familiares, de amizade e relacionamento amoroso, se por um lado se mostram atualizadas, por outro se desenvolvem em novas possibilidades de posicionamento dialógico. Sobre esse aspecto, é interessante pontuar a leitura de Marková (2006), quando menciona a existência da interdependência entre instâncias do Ego e do Alter – pois claramente articula conceitualmente esse campo relacional como um campo eminentemente relacional, de alteridade. Segundo a autora, se promove nesta inter-relação a possibilidade de reconhecimento e criação de novas instâncias sociais, de modo que – dentro de um marco cultural – cada indivíduo localiza-se de modo ativo na interação comunicativa em relação a si e aos outros. Assim, as construções de si nas narrativas digitais aparecem atravessadas pelos vínculos construídos e especificidades de negociação no contexto virtual.

Relações de pertencimento e filiação

No segundo momento, os(as) interlocutores(as) foram instigados a falar sobre como utilizavam o *Facebook*. Ao descreverem a forma como organizavam e interagiam através da ferramenta, constatou-se a existência de norteadores comuns nas interações. As narrativas se situavam a partir de movimentos para a construção de redes de sociabilidade, recorrendo, basicamente, a três estratégias: ora privilegiando a posição de diferenciação *Eu-Outro* numa forma de composição da autoimagem, ora pendendo para a mediação de conflitos ou, finalmente, enfatizando uma perspectiva de pertencimento e vinculação a grupos. É importante atentar que esses movimentos não se mostraram dissociados, mas sim se organizando em maior ou menor ênfase de acordo com as temáticas abordadas.

A partir da análise das páginas dos(as) participantes, e das respectivas entrevistas realizadas, foi possível observar que as narrativas sobre si no contexto virtual relacionavam-se com a atividade de autoria em que os(as) interlocutores(as) (posição Eu) articulavam dialogicamente com a audiência (posição Outro). Nesses movimentos, tensionavam o que e como deveriam mostrar no processo de construção da autoimagem. Moisa, por exemplo, comentou que um critério que utilizava para seleção do conteúdo de seu perfil era colocar-se como se fosse a própria audiência. “*Eu penso assim, se eu fosse de fora, que o Face (Facebook) não fosse meu. Eu penso como eu posso deixar o meu Face bonito*”. Nessa mesma direção, Clark refere:

Eu penso também no que as outras pessoas vão achar... Se é a foto de um amigo meu, eu sei que as pessoas que vão olhar, são conhecidos daquele amigo meu e alguns que eu conheço. Então eu posto uma coisa que eu sei que vai ser legal para todo mundo, todo mundo vai ver, vai curtir e tal... Se eu postar alguma coisa que vai ser legal para um só, ou que só eu achei legal, não fica bem.

Assim, observa-se que a autoria se organiza dialogicamente com a representação da percepção dos *Outros*, se materializando, por exemplo, na preocupação em relação à sua imagem. Outro movimento de caracterização de si ocorre a partir de postagens que tivessem avaliação positiva da audiência – por meio de curtidas e comentários de concordância. Os *Outros* são compreendidos em uma tessitura de aspectos discursivos, de caráter multicultural, diverso e polifônico. Polifonia que, numa perspectiva bakhtiniana (Bakhtin, 1979/2011), alude aos diferentes posicionamentos materializados nos processos enunciativos, por vezes diversos, ambivalentes e contraditórios que se configuraram como expressões com sentido apenas em perspectiva contextual e em relação a dada noção de alteridade/audiência.

Cindi, por exemplo, mencionou que seu primeiro critério para postar no *Facebook* é que “*realmente tenha gostado e achado legal*” algo, independente se as outras pessoas iriam “*curtir*”. Quando o conteúdo era fotografia, por exemplo, priorizava a escolha de imagens nas quais considerava que ela mesma estivesse mais “*bonita*”. Na sequência, verificava se as outras pessoas que apareciam na foto estavam relativamente bem, buscando identificar um equilíbrio estético nas fotos que iria publicar. Para Cindi, as fotografias eram selecionadas tendo como premissa uma hierarquização: a autoimagem era priorizada em relação ao conjunto de pessoas com as quais compartilhava o momento da fotografia, apesar de mencionar que analisava nas imagens possíveis discrepâncias que pudessem ser vistas como ofensivas por algum dos interlocutores da foto publicada. Essa preocupação com o possível caráter ofensivo fala de uma articulação de certa estratégia na construção das narrativas – que engloba uma dinâmica econômica de diferenciação *Eu-Outro* para a construção da autoimagem. Essa construção narrativa não se dissocia de certo convívio com ideias aparentemente discrepantes, da autorrealização ou construção de uma imagem considerada apropriada, com outras dimensões relacionadas à audiência.

Os(as) participantes do estudo referiram, também, a importância que a publicação seja comentada – numa atitude de aprovação ou de concordância –, apesar de afirmarem que não se preocupavam se todos iriam

“*curtir*”. Ainda assim aparece, ambigamente, o controle de quem e de quantas “*curtidas*” havia nas postagens – especialmente no que se referia às fotos pessoais. Quando se tratava dessas, o desejo, segundo Clark, era de se “apresentar bem”: “*Tu posta a foto porque tu queres ser retratado da melhor forma que tu pode ser*”. Cindi comenta que esperava muitas “*curtidas*”. Isso significava, para ela, que as pessoas realmente tinham gostado da sua publicação. Também observava os conteúdos que não tinham “*curtidas*”, mas assegurou em entrevista que não ficava aborrecida: “*Dai eu penso: ‘ah tá não teve assim né’. Mas eu não fico assim: ‘ah meu Deus, eu não consegui a curtida e não sei o quê’. Isso não.*” Quando a pesquisadora confirmou perguntando “*É mesmo?*”, Cindi respondeu: “*É, às vezes*”.

Nesse jogo comunicativo, ficou evidente a tentativa de evitação de conflitos, aparecendo como um dos norteadores da interação ao usar o *Facebook* em diferentes níveis de complexidade. Esses níveis se mostraram nos escrutínios estabelecidos a certas exposições que poderiam virar polêmicas, tendo especial cuidado nas postagens consideradas como “*indiretas*”. Segundo os participantes, a “*indireta*” consiste em publicar mensagens que são dirigidas a determinadas pessoas de forma neutra, sem nomeá-las ou marcá-las, mas cujo conteúdo é voltado para situações de conflito. Clark exemplificou indireta ou “*indiretinhas*”: “*tem gente que usa para ficar falando mal dos outros. Fala um com o outro lá (no Facebook), daí não se resolvem direito e depois ficam botando: ‘ah essas pessoas que falam’*”. Apesar de todos comentarem sobre a questão das indiretas, nenhum deles mencionou ter sido alvo desses comentários ou eventualmente ser protagonista de uma indireta.

Os(as) entrevistados(as) afirmaram não haver uma grande atividade de publicação – entendida pelos participantes como ação ativa de publicar novos conteúdos ou compartilhar publicações alheias: “*Postar, eu não posto*” (Diana). “*Eu não atualizo*” (Clark). Essas falas, que por vezes foram colocadas de forma veemente, podem remeter a uma lógica impositiva de contínua mudança e da configuração expandida das relações, diante das quais surgem mais dúvidas a respeito de como conduzir as comunicações, de quais comportamentos e posicionamentos são mais adequados às diversas situações. Assim, com o propósito de evitar situações que possam se transformar em conflitos, os participantes deixavam de compartilhar alguns conteúdos ou ainda lançavam mão de algumas estratégias que guiavam suas ações para neutralizar embates. É o que nos narrou Alessandro que, devido ao ciúme de uma ex-namorada, não permitiu mais que os visitantes de sua página

vissem todos os amigos da sua lista de adicionados, mencionando uma das possibilidades operacionais do *Facebook*. O mesmo participante também fez referência à rivalidade entre torcidas organizadas de futebol, ressaltando que fazia parte de uma delas. Comentou que tem amigos da torcida adversária e que isso poderia gerar constrangimentos com amigos de sua torcida organizada.

O participante Clark, quando questionado acerca dessa noção de conflitos *online*, também mencionou: “*fico em dúvida se aquele comentário vai ser legal para o momento e para as pessoas que vão olhar*”. Assim como Alessandro, apontou para a dificuldade de antecipar se os demais vão entender a intencionalidade de uma brincadeira: “*para fazer brincadeira às vezes eu penso, bah, será que ele vai ficar brabo comigo se eu comentar?... É saber se outro vai gostar ou não*”. Este jogo de exposição ou omissão de informações dentro da ferramenta reforça relações de pertencimento que poderão gerar inclusão, exclusão e conflitos entre os integrantes da rede. Outras estratégias de pertencimento apareceram através das postagens que sugeriam as preferências dos(das) participantes, como é o caso do comentário de Alessandro, que fazia questão de mostrar tudo sobre seu time de futebol: “*tenho orgulho de dizer que sou ‘colorado’. Daí eu sempre procuro colocar coisa do Inter (Internacional)*”. A publicação sobre seu time de futebol gerava associação com demais integrantes que se identificavam como sendo dessa torcida, assim como as curtidas remetiam à integração pelo gosto e concordância.

Nesse contexto anteriormente referido, a avaliação sobre si pode ser interpretada como intrinsecamente vinculada ao olhar do *Outro*, numa perspectiva de interlocução (Bakhtin, 1979/2011). Nesse panorama social, parece profícuo ressaltar as considerações de Hermans (2003), que retoma as construções de Bakhtin – sugerindo uma noção de indivíduo na qual o dialogismo funda-se como princípio organizador. O dialogismo põe em pauta a noção de *self dialógico*, compreendendo-o como a articulação de uma infinidade de vozes ou autores (portanto, polifônico) (Bakhtin, 1979/2011), não comportando uma forma nuclear de interpretação do espaço identitário, típico da Modernidade. Essas vozes interagem dando sentido às diversas posições que podem ser ocupadas e articuladas pelo *self* (Hermans, 2003). As verbalizações dos(as) participantes apresentam vários pontos que levam a considerar a maneira singular que cada pessoa integra vozes e discursos socialmente compartilhados (e materializados em valores, temores e expectativas) e relacionados com a alteridade contextualizada que os(as) cerca.

Autoria e autenticidade

O contexto digital, para os(as) participantes – declaradamente em função de sua amplitude e dinamicidade –, foi percebido como fonte de diversas possibilidades de comunicação e leituras de mundo. Isto pareceu tornar esse espaço mais complexo, fazendo com que surgissem diversas ambiguidades com relação a essa tecnologia. Um aspecto que emergiu na análise foi a centralidade com a qual a noção de autenticidade apareceu nas narrativas. Autenticidade foi um termo mencionado por uma das entrevistadas, e que se mostrou presente em diversas narrativas dos(as) outros(as) interlocutores, referindo-se às características supostamente verdadeiras dentro do contexto comunicacional do *Facebook*. Essa dimensão da autenticidade pareceu coerente com a ideia de que, fora da *internet*, o contato presencial estaria configurado como sendo “mais real”. A comunicação ao vivo foi concebida como possuidora de maior precisão no uso da linguagem e relacionada a certa garantia de autenticidade com base no relacionamento “cara a cara”. Em contraposição, a comunicação *online* foi considerada comprometida em relação à precisão das trocas de códigos de linguagem.

A ampliação desta rede de relacionamentos possibilitada pelo *Facebook* foi apresentada nas narrativas dos(as) participantes de forma ambivalente. Segundo a maioria dos(as) interlocutores(as), a “falta de afeto” tornava-se um fator limitador da *internet*. Se, por um lado, o reconhecimento de que a ampliação da rede também interferia na percepção acerca das relações de afeto, por outro lado, em alguns momentos, identificavam o uso da ferramenta como oportunidade de maior “liberdade de expressão”. Assim, ficou evidente uma articulação entre essa percepção de liberdade de expressão *versus* o controle proveniente da “autenticidade” diante dos interlocutores. A autenticidade mostrou-se sempre à prova a partir da própria vivência dos(das) participante(s) nesse mostrar-se e esconder-se ao usar o *Facebook*.

Diana mencionou que era possível ter uma ideia de como as pessoas eram através do que elas compartilhavam e publicavam. Por outro lado, considerava que muitas vezes as pessoas se posicionavam de determinada forma com a intenção de se enturmar, omitindo sua “verdadeira opinião” sobre diferentes assuntos. Nesse sentido, só se saberia como uma pessoa era “de verdade” quando a conhecesse pessoalmente, conforme afirmou: “*Só se tu conheces pessoalmente, daí tu vês: ‘ah, a pessoa é assim, então não é assim de verdade’. Se tu falares só pelo Face, só pelo Whats (WhatsApp), tu não vais saber isso*”(Diana). Do ponto de vista dos(das)

interlocutores(as), as opiniões sobre sua audiência oscilavam entre o reconhecimento de uma congruência entre a pessoa e o que ela dizia, o que se configura para os participantes em autenticidade; e, por outro lado, a possibilidade de que o outro no *Facebook* não faria jus ao seu “eu verdadeiro”, sendo produto de uma ficção. Essa ideia de um “eu verdadeiro” está relacionada a uma noção identitária circunscrita a um ideal moderno de unicidade e verdade, desconsiderando a multiplicidade dos processos identificatórios que davam contorno e variabilidade às suas formas de ser em diferentes contextos.

Para os participantes houve uma percepção de que no *Facebook* seria possível criar um personagem, que segundo a participante Diana “não era verdadeiro”, e a forma de identificar a existência dessa criação decorria da convivência presencial com o *Outro*. Para Moisa também havia a percepção da possibilidade de distorção entre como as pessoas eram e como se apresentavam no *Facebook*, e isso dependeria muito “da pessoa”, ou seja, do *Outro* contextualizado. Ainda justificava que esta variabilidade se relacionava com a intencionalidade de quem postava. Para Moisa, havia pessoas que eram de uma forma e gostariam de se apresentar de outra, outras que mostravam somente seu melhor lado e algumas que se mostravam “até demais”. Moisa comentou: “*eu não sou autêntica. Eu tenho medo de postar alguma coisa e ninguém curtir, ninguém achar nada. Essa autenticidade eu não tenho, de demonstrar o que sou pelo Face, sabe? Daí o que os outros vão achar de mim?*”. Para essa participante, ser autêntica poderia ser compreendido como certa coragem de demonstrar algo não reiterado pelos outros.

De toda a forma, as avaliações no critério autenticidade tenderam a ser mais categóricas quando dirigidas aos outros e mais relativas, ou ponderadas, em relação a sua própria enunciação. Clark também seguiu essa percepção ao afirmar que as informações eram incertas sobre as pessoas. O que permitiria saber como a pessoa era socialmente, mas não como ela seria “de verdade” (Clark). Novamente aqui aparece uma concepção de sujeito com certa “essência” oculta e controlável, ou seja, a suposição de que o que pode ser acessado é “fake”³ – supondo que há uma noção de “Eu verdadeiro” e que esse poderia ser posto à prova fora do contexto do *Facebook*.

Para os entrevistados, a maneira de identificar a autenticidade do *Outro* seria através da convivência presencial, que estaria muito vinculada à qualidade da comunicação. De outra forma, o *Facebook* também evidenciaria características pessoais, o que foi posto como uma preocupação constante em relação aos

interlocutores, articulada com a desejabilidade social, ou seja, o desejo de aceitação e de consideração positiva. Nesse âmbito de discussão, a noção de autenticidade revela-se como importante fator de interação. Parece significativo que autêntico seja classificado para os participantes a partir de uma noção prototípica de alguém que “fala o que pensa”, que “se mostra”.

Para Cindi, o *Facebook* permitiria identificar como são os sentimentos e o humor das pessoas, à medida que publicam algo como música ou frases engraçadas, mas é o outro quem tira suas próprias conclusões. É o outro quem vai associar e pensar sobre essas características de forma a constatar a realidade. Paul considerava o *Facebook* como revelador de quem era a pessoa, através das postagens, dos comentários. Citou o exemplo: “*tenho um professor que durante a aula ele é excelente professor, dá aula, tira as dúvidas, mas no Facebook eu sinto que ele é meio depressivo pelas postagens que ele bota*” (Paul).

Quando avaliavam a autenticidade do Outro, a tendência era pender para afirmativas mais categóricas, e quando a narrativa era sobre si, a autenticidade passava a ser ponderada num gradiente e no contexto de enunciação, na mesma linha que apontou Tajfel (1981) em seus estudos sobre pertença e diferenciação social – a condescendência frente à singularização e subjetivação do *endogrupo* ou de si, e o recrudescimento da crítica e da diferença, generalizável ao *exogrupo*. Moisa conceituou que ser autêntico era falar o que se pensa. Comentou: “*eu mostro o que sou mesmo, claro, algumas coisas...*”. Para Clark, a autenticidade seria própria da pessoa, sendo assim as pessoas autênticas agiriam com autenticidade na mídia e pessoalmente: “*se ela é verdadeira com a pessoa, vai ser tanto na rede social quanto pessoalmente. Se ela não é, vai ser nos dois também*”.

Ao tratar da questão de autenticidade, para os(as) participantes o ambiente virtual se configurava como um dispositivo de criação intencional de uma ideia de si. Logo os elementos que fariam parte desse contexto seriam intencionalmente escolhidos e dirigidos de forma que o produto da seleção dessas características poderia afastar-se, no entendimento dos adolescentes, do autor original. Sendo assim, o fator de desejabilidade social permeia o que facilmente identifica-se nas mídias sociais como a produção de grande quantidade de referências disponíveis e a criação de personagens anônimos que adquirem visibilidade e audiência por motivos diversos.

Em outras palavras, a própria ideia de desejabilidade é calcada na alteridade, ou seja, em uma relação estabelecida com o *Outro*, de forma discursiva. Em uma interpretação nesse sentido, dialógico, a

concepção dicotômica de um *Eu verdadeiro* frente a um *Eu representacional* se esvai. A partir dessa perspectiva dialógica, entra para o centro da problemática das identificações do sujeito a ideia de que a subjetividade é constitutivamente dialógica, ou seja, não haveria um *self* que se organizasse essencialmente, sem relação de alteridade.

Considerações finais

A partir da análise realizada foi possível pontuar que as narrativas dos(as) participantes desta pesquisa atentaram, principalmente, para aspectos como as percepções estratégicas em relação à presença constante de meios de comunicação, relacionados à facilidade dos celulares e dispositivos móveis, indicando suas possibilidades e limitações. Como aspecto positivo ressaltado foi o contato com pessoas que estão distantes e participação em grupos de identificação. Em contraposição, apontaram como limite a qualidade mais precária em relação ao tipo de comunicação por códigos não presenciais. O pertencimento apareceu articulado com as produções de autoimagem relacionadas à evitação de conflitos. Esse foi compreendido como certa coesão de interesses manifestados em postagens, curtidas e participação em grupos temáticos. Esse aspecto apontou para possibilidades identificatórias como relacionadas a um contexto especular – de espetáculo e exposição, no qual a audiência é o fundamento para as escolhas de conteúdo que circulam e para a manutenção de certos comportamentos *online*.

Nessas mídias, os indivíduos podem buscar elementos de identificação e diferenciação em relação aos outros, que são por eles acessados e incluídos em rede. Essa identificação/ diferenciação não é feita de forma acabada ou linear, e sim em um processo fragmentado e parcial, de maneira a proporcionar uma composição maleável de estilos e gostos, que são articulados contextualmente. Ainda que mencionassem o espaço digital e o “concreto” como formas diferenciadas de realidade, é possível considerar que em suas narrativas foram indicadas experiências de conexão e continuidade entre essas esferas. Esta composição dialógica nem sempre é percebida assim pelos(as) participantes, que muitas vezes lançam mão, mesmo que de forma contraditória, de elementos essencialistas, apoiados em concepções modernas, como a de autenticidade. Esses aspectos parecem mostrar a necessidade de reflexão acerca dos processos de interlocução e da concepção de adolescência na atualidade.

Notas

- ¹ Curtir é um termo utilizado no *Facebook*, que remete ao movimento de aprovar ou concordar com determinada publicação que está postada na rede social.
- ² Amizade se refere, neste momento, aos contatos adicionados no *Facebook*.
- ³ Expressão importada do inglês e utilizada na comunicação digital para indicar algum ‘perfil’ pessoal ou organizacional como falso. A popularidade desse termo se relaciona intrinsecamente com a disposição de certa insegurança nos processos comunicacionais na *internet*.

Referências

- Accorssi, A., Scarparo, H., & Pizzinato, A. (2014). La dialogicidad como supuesto ontológico y epistemológico en Psicología Social: reflexiones a partir de la Teoría de las Representaciones Sociales y la Pedagogía de la Libertación. *Revista de Estudios Sociales*, 50, 32-42.
- Bakhtin, M. M. (2011). *Estética da criação verbal* (6^a ed.). São Paulo: Martins Fontes. (Original publicado em 1979)
- Bamberg, M., Meister, T., Kindt, W., Schernus, W., & Stein, M. (2004). Narrative discourse and identites In J. C. Meister (Ed.), *Narratology beyond literary criticism* (pp. 213-237). Berlin; New York: Walter de Gruyter.
- Bauerlein, M. (2011). *The digital divide: Arguments for and against, Facebook, google, texting and the age of social networking*. New York : Penguin.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bruner, J. (1997). *Atos de significação*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- Brooks, B., Hogan, B., Ellison, N., Lampe, C., & Vitak, J. (2014). Assessing structural correlates to social capital in Facebook ego networks. *Social Networks*, 38, 1-15.
- Fischer, R. M. B. (2005). Mídia e educação: em cena, modos de existência jovem. *Educar*, 26, 17-38.
- Hennigen, I. (2006). Subjetivação como produção cultural: fazendo uma outra psicologia. *Psicología & Sociedad*, 18(2), 47-53.
- Hermans, H. J. M. (2003). The construction and reconstruction of a dialogical self. *Journal of Constructivist Psychology*, 16(2), 89-130.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage.
- Jovchelovitch, S. & Bauer, M. W. (2002). Entrevista narrativa. In M. W. Bauer & G. Gaskell, *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som* (pp. 90-113). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lopes de Oliveira, M. C. S. (2006). Identidade, narrativa e desenvolvimento na adolescência: uma revisão crítica. *Psicología en Estudio*, 11(2), 427-436.
- Marková, I. (2006). On ‘the inner alter’ in dialogue. *International Journal for Dialogical Science*, 1(1), 125-147.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y., & Calvert, S. L. (2009). College student's social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.

- Perron, B. & Wolf, M. (2009). *The video game theory reader 2*. New York: Routledge.
- Pires, V. L. (2002). Dialogismo e alteridade ou a teoria da enunciação em Bakthin. *Organon*, 16, 32-33.
- Ricoeur, P. (1997). *Tempo e narrativa (Tomo III)*. São Paulo: Papirus.
- Salgado, J. & Gonçalves, M. (2007). The dialogical self: Social, personal, and (un)conscious. In A. Rosa & J. Valsiner (Eds.), *The Cambridge handbook of social cultural psychology* (pp. 608-621). Cambridge: Cambridge University Press.
- Santaella, L. (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus.
- Tajfel (1981). *Human groups e social categories: studies in social psychology*. New York: Cambridge University Press.

Submissão em: 22/09/2016

Revisão em: 21/08/2017

Aceite em: 13/09/2017

Raquel de Andrade Souza Ew é doutoranda no Programa de Pós-graduação em Psicologia Social da PUCRS.

Integrante do grupo de pesquisa Psicologia, Saúde e Comunidades da PUCRS. Endereço para correspondência: Av. Ipiranga, 6681, Prédio 11, sala 931. PPGPsi. Partenon, Porto Alegre/RN, CEP: 90619-900.
E-mail: raquelew@hotmail.com

Adolfo Pizzinato é professor no Departamento de Psicologia do Desenvolvimento e da Personalidade do Instituto de Psicologia da UFRGS.
E-mail: adolfopizzinato@hotmail.com

Cristiano Hamann é doutorando no Programa de Pós-graduação em Psicologia Social e Institucional da UFRGS. Mestre em Psicologia com ênfase em Psicologia Social pela PUCRS. Licenciado em História e bacharel em Psicologia.
E-mail: cristiano.hamann@gmail.com

Gustavo Affonso Gomes é mestre em Psicologia com ênfase em Psicologia Social pela PUCRS, especialista em Terapia Sistêmica com casais, famílias e indivíduos pelo CEFI e bacharel em Psicologia. Integrante do grupo de pesquisa Psicologia, Saúde e Comunidades da PUCRS.
E-mail: gustavoaffonsogomes@gmail.com

Kátia Bones Rocha é professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Pesquisadora no Programa de Pós-graduação em Psicologia Social da PUCRS e coordenadora do grupo de pesquisa Psicologia, Saúde e Comunidades (PSC- PUCRS).
E-mail: katiabonesrocha@gmail.com