



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS
GRADUAÇÃO EM ECONOMIA DOMÉSTICA

JULIANE DE SANTANA REIS

**O CONSUMO DE INTERNET NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL
DA IDENTIDADE DE ADOLESCENTES INTEGRANTES DE UMA ONG EM
JABOATÃO DOS GUARARAPES**

Recife,
Dezembro / 2018

JULIANE DE SANTANA REIS

**O CONSUMO DE INTERNET NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL
DA IDENTIDADE DE ADOLESCENTES INTEGRANTES DE UMA ONG EM
JABOATÃO DOS GUARARAPES**

Trabalho de Conclusão de Curso
como requisito parcial para fins de
obtenção do Título de Graduada em
Economia Doméstica/ UFRPE, sob a
orientação da Prof^a Msc. Hortência
Cruz de Albuquerque.

Recife,
Dezembro / 2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Biblioteca Central, Recife-PE, Brasil

R375c Reis, Juliane de Santana
O consumo de internet no processo de construção social da
identidade de adolescentes integrantes de uma ONG em Jaboatão dos
Guararapes / Juliane de Santana Reis. – 2018.

61 f.

Orientadora: Hortência Cruz de Albuquerque.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia
Doméstica) – Universidade Federal Rural de Pernambuco,
Departamento de Ciências Domésticas, Recife, 2018.

Inclui referências e apêndice(s).

1. Consumo (Economia) 2. Adolescentes 3. Tecnologia da
informação I. Albuquerque, Hortência Cruz de, orient. II. Título

CDD 640

Juliane de Santana Reis

**O CONSUMO DE INTERNET NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL
DA IDENTIDADE DE ADOLESCENTES INTEGRANTES DE UMA ONG EM
JABOATÃO DOS GUARARAPES**

Trabalho de Conclusão de Curso
como requisito parcial para fins de
obtenção do Título de Graduada em
Economia Doméstica/ UFRPE, sob a
orientação da Prof^a Msc. Hortência
Cruz de Albuquerque.

Recife – PE, 20 de dezembro de
2018.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Msc. Hortência Cruz de Albuquerque
Departamento de Ciências Domésticas - UFRPE
Presidente

Prof. Msc. Michelle Cristina Rufino Maciel
Departamento de Ciências Domésticas - UFRPE
Examinador Interno

Prof. Msc. Juliana Cristina das Chagas de Melo
Departamento de Ciências Domésticas - UFRPE
Examinador Interno

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por ser tão presente e essencial em minha vida, que me permitiu ter forças para chegar até aqui.

A minha família, por ser minha base e inspiração.

Aos meus pais Geverson Reis e Carmelita Reis e minha irmã Cíntia Reis por todo amor e apoio compartilhado.

Ao meu noivo Tarcísio Dantas pelo incentivo e apoio.

As minhas amigas companheiras de jornada acadêmica especialmente Irani Oliveira por momentos de alegrias e apoio compartilhados.

A professora Ms Hortência Albuquerque pela paciência na orientação e incentivo que tornaram possível a conclusão desta monografia.

A todos que de alguma forma fizeram parte da minha jornada acadêmica, essa Vitória também é nossa!

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, autor e consumidor da minha fé, que permitiu ingressar numa universidade pública e me sustentou em todos os sentidos, para que eu chegasse até aqui.

A minha família, de onde eu tiro minhas forças e inspiração para persistir. Especialmente, minha mãe Carmelita Reis por todo carinho, dedicação e esforço durante toda minha caminhada acadêmica. E ao meu pai, Geverson Reis, pelo total apoio e paciência, que identificou minhas dificuldades, e persistiu junto a mim, para me ajudar no momento mais decisivo da minha vida.

Ao meu noivo Tarcísio Dantas por todo incentivo e paciência.

A minha amiga Irani Oliveira, por cada momento compartilhado, momentos estes de crescimento e aprendizado, de alegrias e descontração nesses anos de caminhada acadêmica, onde aprendemos a superar nossos obstáculos sempre oferecendo apoio uma à outra.

A minha turma, especialmente a Lucineide Domingos e Suzi Albuquerque por todo carinho e alegrias compartilhadas.

A Universidade Federal Rural de Pernambuco que me recebeu de braços abertos. Sou grata, não só aos professores, mas também à direção, ao pessoal administrativo, da limpeza e demais colaboradores da instituição.

Agradeço a todos os mestres do curso Economia Doméstica que compartilharam seus conhecimentos em sala de aula e acompanharam a minha jornada enquanto universitária. A palavra “mestre”, nunca fará justiça aos professores dedicados aos quais terão meus eternos agradecimentos. Especialmente agradeço a minha orientadora Hortência Albuquerque, por toda confiança, paciência, dedicação e contribuições depositadas neste trabalho, para que pudesse estar hoje concretizado. Serei eternamente grata pelas palavras de ânimo, e por ser minha maior incentivadora para persistir.

Agradeço à ONG Centro de Desenvolvimento Integral Vida Plena – CDIVIP que me deu a oportunidade de conhecer o seu trabalho por meio do

estágio supervisionado. Obrigada por me ensinar na prática todo o conhecimento que adquiri durante a minha graduação.

Por fim, quero agradecer a todos/as que fizeram parte direta ou indiretamente da minha formação, meu muito obrigado de coração!

*"Há em cada adolescente um mundo encoberto, um almirante e um sol
de Outubro"*

Machado de Assis

RESUMO

A era digital, através da internet, teve seu fruto na expansão e desenvolvimento do sistema capitalista, que proporcionou a possibilidade de novas formas de comunicação no contexto tecnológico globalizado. Assim, o entretenimento virtual ganha cada vez mais espaço para uso no cotidiano das famílias. Desta forma, com o avanço da tecnologia de informação e comunicação, temos a facilidade de fazer compras pela internet, realizar pagamentos de contas, conversar com amigos que estejam distantes, saber notícias do Brasil e do mundo, tudo isso em tempo real, o que parece ser um facilitador para a interação dos adolescentes, visto que grande parte dominam estas ferramentas. A adolescência consiste numa fase de mudanças, tanto fisiológicas, psíquicas como sociais, e considerando que no bojo dessas transformações, encontra-se a busca pela identidade, que passa a estar presente nos questionamentos dos/as adolescentes e que os/as conduzirá a inúmeras experiências que serão vivenciadas intensamente ao longo da adolescência. Contudo, como os/as adolescentes têm lidado com a internet no processo de construção das suas identidades sociais ao passo que o consumo de bens se tornam essenciais para a formação de seu eu? Assim, este trabalho é fruto da experiência de estágio supervisionado obrigatório em uma ONG em Jaboatão dos Guararapes, e teve por objetivo analisar a influência do consumo de internet no processo de construção social da identidade de adolescentes. Os procedimentos metodológicos empregados foram revisão bibliográfica, observação participante e aplicação de questionário semi-estruturado. A pesquisa é de caráter qualitativo e de pesquisa-ação. E os resultados apontam que a internet se configura como mais um meio abrangente para interação e socialização dos/as adolescentes, sendo essencial o consumo de tecnologia/internet uma vez que o associam ao sinônimo de prazer e lazer, e ha necessidade de discutir mais sobre a relação de consumo de tecnologias e o comportamento dos adolescentes diante da sociedade de consumo.

Palavras – Chaves: Adolescência, Consumo, TIC

ABSTRACT

The digital era, through the internet, had its fruit in the expansion and development of the capitalist system, which provided the possibility of new forms of communication in the globalized technological context. Thus, virtual entertainment gains more and more space for use in the daily lives of families. In this way, with the advancement of information and communication technology, we have the facility to make purchases through the internet, make payments to accounts, talk to friends who are distant, know news from Brazil and the world, all this in real time, which seems to be a facilitator for the interaction of adolescents, since much dominates these tools. Adolescence consists of a phase of changes, both physiological, psychic and social, and considering that in the midst of these transformations, there is the search for identity, which comes to be present in the questions of adolescents and that will lead to countless experiences that will be intensely experienced throughout adolescence. However, how have teens dealt with the internet? Thus, this work is the result of the experience of compulsory supervised internship at an NGO in Jabotão dos Guararapes, and aimed to analyze the influence of Internet consumption on the process of social construction of adolescents' identity. The methodological procedures used were bibliographic review, participant observation and semi-structured questionnaire application. The research is exploratory, descriptive and qualitative. And the results point out that the internet is configured as a more comprehensive medium for interaction and socialization of adolescents, being essential the consumption of technology / internet since they associate it with the synonym of pleasure and leisure, and hence it is necessary to discuss more on the relation of consumption of technologies and the behavior of the adolescents before the society of consumption.

Keywords: Adolescence, Consumption, ICT

Sumário

INTRODUÇÃO	12
METODOLOGIA	16
1. ADOLESCÊNCIA: HISTÓRIA, CONCEITOS E SUA CONSTRUÇÃO SOCIAL.....	19
1.1 A adolescência em uma perspectiva histórica	19
1.2 Conceito de adolescência e a construção social da identidade.....	21
2. O DESENVOLVIMENTO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NA SOCIEDADE DO CONSUMO, FRENTE À ADOLESCENCIA.	26
2.1 <i>Breve histórico sobre o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação – TIC.</i>	26
2.1.1 <i>As relações de consumo na contemporaneidade</i>	29
2.2 A TIC e relação com a construção social da identidade de adolescentes	31
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	35
CONCLUSÃO	54
APÊNDICES.....	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	60

INTRODUÇÃO

Dentre todas as fases de desenvolvimento da humanidade, a Sociedade de Consumo parece ser a mais contraditória a se analisar. Suas várias expressões são reveladoras do lugar que ocupamos hoje na história: deparados com a possibilidade de tecnologias de ponta e inúmeros problemas sociais que remontam o século passado.

Nós, seres humanos, aprendemos valores, princípios e regras a partir do compartilhamento de informações, ideias, as quais vão aos poucos construindo a definição do nosso “eu” diante dos papéis sociais que desenvolvemos ao longo da vida. Contudo, a geração que nasceu a partir dos anos 2000, tem experimentado outras formas de interação social, isto é, tem vivenciado uma socialização mediada pelo meio virtual.

A era digital, através da Internet, teve seu fruto na expansão e desenvolvimento do sistema capitalista, que proporcionou a possibilidade de novas formas de comunicação no contexto tecnológico globalizado. Assim, o entretenimento virtual ganha cada vez mais espaço para uso no cotidiano das famílias. Desta forma, com o avanço da tecnologia de informação e comunicação, temos a facilidade de fazer compras pela internet, realizar pagamentos de contas, conversar com amigos que estejam distantes, além de termos acesso das mais variadas informações, tudo em tempo real e muito rápido, bastando apenas um clique.

Assim, temos a possibilidade de conexão instantânea com lugares, pessoas, objetos de consumo, artistas, bandas e “milhões de amigos” ou “seguidores” a depender de como lidamos com essas ferramentas, o que parece ser um facilitador para as relações sociais e para a vida material.

No entanto, a velocidade em que a Sociedade de Consumo e as tecnologias se desenvolvem não corresponde à medida de adaptação racional a esse mundo de possibilidades¹, haja vista que, o que antes ficava restrito ao âmbito local ou familiar passou a ter a possibilidade de ser compartilhado e

¹ No sentido de qual seria a melhor forma de utilizar este recurso pelas famílias, respeitando as individualidades e os limites do bom senso.

tomar proporções que extrapolam os limites de controle dos usuários. Citam-se casos de violências escolares, urbanas, domésticas; exposição da imagem sem autorização, e inúmeros outros crimes.

Lidar com esta ferramenta tão contraditória tem sido um desafio para a sociedade contemporânea, mas e para os/as adolescentes? Público que tem sido alvo de marcas e principalmente *youtubers* ou *digital influencers*² que atrelados à bens e serviços, fazem marketing divulgando opiniões sobre os recebidos³ e convidam o expectador para a experimentação.

Podemos observar, de modo empírico, que a Internet tem contribuído na facilidade da inclusão de adolescentes em grupos sociais, o que por sua vez, pode conduzir adolescentes a uma construção identitária pautada na opinião de um “expectador”, em que o consumo de vestimentas ou itens que os/as diferenciem de outros grupos torna-se essencial para sua “autoestima”.

Contudo, como os/as adolescentes têm lidado com a internet? O que poderiam pontuar como positivo ou negativo? Para que têm usado a internet? A quais conteúdos tem tido acesso? Tem ocorrido a influencia do comportamento enquanto consumidores/as?

Esses questionamentos me direcionaram enquanto estudante de Economia Doméstica (UFRPE), ao me deparar com o surto de *ciberviolência*⁴ ocorrido primeiramente na Rússia em 2015 e que se espalharam de uma forma assombrosa pela Europa, chegando aqui no Brasil dois anos depois, em 2017, expondo adolescentes a jogos/desafios que os/as conduziam a práticas violentas com seus corpos⁵. Além disso, a própria observação empírica do cotidiano de crianças do bairro em que resido (Marcos Freire - Jaboatão dos Guararapes), revelava que a internet tinha um importante papel no dia a dia de adolescentes, tendo em vista que em boa parte do tempo estavam conectados/as, enquanto pais/mães agradeciam à tecnologia a possibilidade de entretê-los para que pudessem dar conta das outras demandas da vida.

2 “Influenciadores digitais são formadores de opinião virtuais que representam uma alternativa para empresas que confiam na comunidade reunida em torno desses perfis como público-alvo de divulgação”, (ALMEIDA, 2018)

3 “Produtos-presentes” que as marcas concedem aos *youtubers* para que divulguem sua percepção a respeito.

4 *Ciberviolência* consiste em atos criminosos, com a intenção de denegrir, humilhar, intimidar, ameaçar, influenciar para o mal, utilizando os meios de comunicação digitais.

5 Um exemplo amplamente explorado pela mídia brasileira foi o jogo “baleia Azul”, que consiste em desafios em series que violam a segurança física dos jogadores.

Ao citar *ciberviolência*, que é um assunto hodierno, quero somente enfatizar o nível de influencia ao extremo que a internet tem sobre os indivíduos que são levados a praticas de violência contra si, neste mesmo pensamento observo intensa influencia que a internet tem sobre a construção social da identidade mesclado ao meio de consumo.

No decorrer da graduação em Economia Doméstica, foi observado que há uma relação fundante entre o desenvolvimento do/a adolescente e sua interação com o meio social, e com o advento da internet essa relação pode estar vivenciando um processo de mudança, o que implica em consequências na nossa sociedade. Assim, diante da problemática, buscamos compreender: De que modo a internet influencia (ou não) o processo de construção social da identidade dos/as adolescentes diante da Sociedade de Consumo?

Esta monografia é, também, fruto do estágio supervisionado obrigatório (ESO) vivenciado entre os anos de 2017 e 2018 em uma ONG localizada na periferia da cidade de Jaboatão dos Guararapes (Região Metropolitana do Recife), e dispôs como objeto de estudo a construção social da identidade dos adolescentes a partir do consumo de internet.

O objetivo geral que norteou este trabalho foi: “Analisar a influência do consumo de internet no processo de construção social da identidade de adolescentes.” A partir disto, traçamos os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar a configuração socioeconômica em que se encontram os adolescentes integrantes da ONG de Jaboatão dos Guararapes;
- Identificar o consumo através da internet influencia o orçamento familiar;
- Descrever a relação de consumo de internet entre adolescentes no cotidiano, considerando questões de influência no comportamento.

Compreender de que modo os/as adolescentes tem lidado com a internet e quais têm sido os impactos nos seus cotidianos, constitui-se como uma importante ferramenta para que possamos entender as transformações reveladas no seio da Sociedade de Consumo, das efemeridades, das contradições e do espetáculo. Para profissionais de Economia Domestica

torna-se mais um instrumento de condução do nosso objeto de trabalho, a família, para o desenvolvimento humano pautado na qualidade de vida para todos/as que a integram, o que perpassa pela dimensão individual e coletiva, de etnia, classe, gênero e também pela interação com as tecnologias.

METODOLOGIA

Este trabalho tem caráter qualitativo e de pesquisa-ação, pois, conforme afirma Thiollent (1947) foram utilizados métodos e estratégias de pesquisa participativa e ativa, no caso, estratégias de observação participante e aplicação de entrevista semi-estruturada com os/as adolescentes, para captação de informações, possibilitando a análise das potencialidades, qualidades, fraquezas e limitações do grupo envolvido, de modo que ao passo que obtínhamos informações dos/as adolescentes, trocávamos e construíamos saberes para ambas as partes.

A pesquisa qualitativa possibilita uma relação dinâmica entre a realidade e o sujeito, indissolúveis em um laço entre a objetividade e sua subjetividade. Sendo assim, é fonte direta de coleta de dados, em que para interpretá-los não são necessários muitos instrumentos técnicos, apenas descrição e análise indutiva dos dados. (KAUARK, et al, 2010). Assim, a pesquisa é uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e dados. (MINAYO, 1993 APUD KAUARK, et al, 2010).

Cabe destacar que a escolha da observação participante e da entrevista semi-estruturada como métodos para coleta de informações se deu pela forma segundo Minayo (2015) destaca que essas técnicas são importantes componentes da realização da pesquisa qualitativa, pois se complementam entre si. A observação participante proporciona contato direto com o grupo observado, capturando muitas vezes ações/atitudes que não são percebidas por meio da fala. E a entrevista permite através do diálogo obter informações contidas nas falas dos/as entrevistados/as.

De fato, a nossa experiência ao vivenciar o método de observação participante revelou-se como uma importante ferramenta para obtenção de dados, pois nos proporcionou a troca/confronto com o grupo estudado. Nos primeiros momentos, constatamos os olhares observadores de alguns adolescentes que não se sentiam confortáveis em agir e falar normalmente com a nossa presença. Apresentavam-se com desconfianças, o que ficava evidente nas atitudes, fosse pelo distanciamento ou “cochichos” sobre nossa presença no espaço.

Entretanto, ao passar dos encontros, foi possível estabelecer uma relação de empatia e aceitação por parte de todos os/as adolescentes, os quais desde o início estavam cientes do nosso papel como estagiária/pesquisadora. Minayo (2015 p 61) nos relata que “as capacidades de empatia e de observação por parte do investigador e a aceitação dele por parte do grupo são fatores decisivos nesse procedimento metodológico, e não são alcançados de simples receitas”.

As entrevistas semi-estruturadas ocorreram fluentemente e de bom grado com todos os/as adolescentes, possibilitando colher informações para uma troca de saberes, e um aprofundamento na realidade das vivências dos/as entrevistados/as.

Neste sentido, este trabalho foi realizado com adolescentes na faixa etária de 12 à 18 anos, participantes da ONG Centro de Desenvolvimento Integrado Vida Plena (CDIVIP), instalada na PIBMF – Primeira Igreja Batista em Marcos Freire, Muribeca II, Jaboatão dos Guararapes-PE. Esta instituição existe há 10 (dez) anos, e tem por finalidade atuar nas áreas: Física, Cognitiva, Socioemocional e Espiritual, de crianças e adolescentes, moradores circunvizinhos da região.

Para alcançar os objetivos propostos, dividimos este trabalho em duas fases: a primeira parte contou com levantamento bibliográfico sobre a temática proposta, utilizando-se como fonte: artigos, teses, dissertações e livros, além de documentos nacionais que traziam dados sobre a população adolescente no Brasil, relação do período da adolescência com a família, temáticas voltadas ao consumo da Internet, e a busca da identidade dos adolescentes.

Na segunda parte foram realizadas entrevistas⁶ semiestruturadas, em que são permitidas as indagações ou mesmo levantamento de dados que não constavam previamente no formulário. E por fim, após a sistematização dos dados no Excel®, realizamos a análise dos dados a partir da análise de conteúdo, a qual, segundo Silva e Fossá (2015 p . p.1) “é uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador. Na análise do material, busca-se classificá-los em

⁶ Compreende-se por entrevista como técnica utilizada na coleta de dados primários, utilizando-se de roteiro em que constam as informações necessárias aos dados que serão colhidos (KAUARK, et al, 2010).

temas ou categorias que auxiliam na compreensão do que está por trás dos discursos”.

O trabalho está dividido em três partes, a primeira percorre a perspectiva histórica da adolescência, definições e construção social identitária; segunda coloca em pauta o desenvolvimento da Tecnologia de Informação e comunicação (TIC) na sociedade do consumo, frente à adolescência; e por fim, resultados e discussão que expressam o pensamento dos/as adolescentes sobre o tema frente à literatura.

1. ADOLESCÊNCIA: HISTÓRIA, CONCEITOS E SUA CONSTRUÇÃO SOCIAL

1.1 A adolescência em uma perspectiva histórica

O termo adolescência surge no século XIX, a partir da revolução industrial tendo como consequência uma reforma na sociedade onde a demanda econômica praticamente permitiu a criação de uma nova classe social que inseriu novos convívios familiares na necessidade dos pais investirem mais tempo de seus filhos na formação escolar de sua prole. Desde então, o tempo escolar assume um papel intensivo na formação dos adolescentes, que passam mais tempo na guarda dos pais, até que estes estejam prontos para as demandas e exigências do sistema capitalista, segundo Vera Lucia Amaral (2007).

Contudo, com a formação escolar mais prolongada, houve o distanciamento dos/as adolescentes do campo de trabalho, conduzindo-os a uma preparação técnica. Assim, confirma Adélia Clímaco:

A sociedade moderna, com suas revoluções industriais, gerou grandes modificações nas formas de vida. Com as revoluções industriais, o trabalho se sofisticou, do ponto de vista tecnológico e passou a exigir um tempo prolongado de formação, adquirida na escola, reunindo em um mesmo espaço os jovens e afastando-os do trabalho por algum tempo. Além disso, o desemprego crônico/ estrutural da sociedade capitalista trouxe a exigência de retardar o ingresso dos jovens no mercado e aumentar os requisitos para este ingresso, o que era respondido pelo aumento do tempo na escola.

Estavam dadas as condições para que se mantivesse a criança mais tempo sob a tutela dos pais, sem ingressar no mercado de trabalho. Mantê-las na escola foi a solução. A extensão do período escolar e o conseqüente distanciamento dos pais e da família e a aproximação de um grupo de iguais foram conseqüências destas exigências sociais. A sociedade então assiste à criação de um novo grupo social com padrão coletivo de comportamento a juventude/a adolescência. (CLIMACO, 1991, p 65)

Contudo, antes da revolução industrial crianças e adolescentes eram considerados adultos “mirins” e participavam da mesma atividade adulta, inclusive trabalhos pesados. Vera Lucia Amaral afirma que “uma criança era apenas um adulto em miniatura. Assim, elas participavam normalmente de

todas as atividades familiares, fosse o nascimento de uma criança, a morte de um parente, fossem as atividades cotidianas.” (AMARAL, 2007. p 3). Ou seja, não havia uma preocupação com o desenvolvimento e formação do indivíduo, ou mesmo com as experiências da sua fase de vida.

Sendo assim, a revolução industrial contribuiu para a realidade das necessidades de investirem em capacitações das crianças e adolescentes, dando o início ao estudo das faixas etárias do desenvolvimento humano e suas divisões por idade, que corroborou na identificação da adolescência em formação para uma inserção na sociedade.

Ao considerar a adolescência hoje, detectamos um processo contínuo de transformações dos adolescentes em cada geração e que varia de sociedade para sociedade e de região para região. Conforme enfatizado por Helena Abramo:

Tanto a noção de juventude como de adolescência varia de acordo com a época e o meio social. A definição do tempo de duração, dos conteúdos e significados dessa etapa de vida se modifica de sociedade para sociedade e, em uma mesma sociedade, ao longo do tempo. (ABRAMO, 1994, p 15).

Desta forma, é possível conceber que nem sempre a adolescência foi de fato reconhecida como um momento da vida que o sujeito tem direito a vivenciar. Maria de Fátima Paz (2009, p. 42) corrobora com tal pensamento ao indicar que “só a partir do século XVII se dariam transformações relacionadas com a privatização da família que cada vez mais se mostraria como elemento central para as referências morais inspirando um novo sentimento de família”, e que após o século XX a adolescência surge como uma etapa social da vida.

Podemos, assim, considerar que a adolescência vem sendo construída paulatinamente nos diversos campos teóricos e que segue conforme as mudanças da sociedade, variando de uma para outra. Isto não está dissociado do desenvolvimento tecnológico, afinal, historicamente, o crescimento populacional demandou o aperfeiçoamento das técnicas para que se pudesse aumentar a produção nos mais diferentes âmbitos, facilitar a comunicação e outros.

Neste sentido, após refletirmos o advento da adolescência, iremos ao tópico subsequente, delimitar alguns conceitos que tem sido construído acerca do termo adolescência.

1.2 Conceito de adolescência e a construção social da identidade

Pois bem, para elucidarmos algo sobre adolescência, a priori, precisamos defini-la. Segundo a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que institui o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), em seu art. 2.º “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescentes aqueles entre doze e dezoito anos de idade”. Para Delval (1998) citado por Freitas et al “as concepções sobre a adolescência podem ser sintetizadas em três teorias: a teoria psicanalítica, a teoria sociológica e a teoria de Piaget”. Assim,

A teoria psicanalítica concebe a adolescência como resultado do desenvolvimento que ocorre na puberdade e que leva a uma modificação do equilíbrio psíquico, produzindo uma vulnerabilidade da personalidade. Por sua vez, ocorre um incremento ou intensificação da sexualidade e uma modificação nos laços com a família de origem, podendo ocorrer uma desvinculação com a família, e um comportamento de oposição às normas, gestando-se novas relações sociais e ganhando importância a construção de uma identidade, e a crise de identidade associada a ela. Por sua vez, na teoria sociológica, a adolescência é o resultado de tensões e pressões que vêm do contexto social, fundamentalmente relacionado com o processo de socialização por que passa o sujeito, e a aquisição de papéis sociais, onde a adolescência pode compreender-se primordialmente a partir de causas sociais externas ao sujeito. A teoria de Piaget enfatiza as mudanças no pensamento durante a adolescência, onde o sujeito tende à elaboração de planos de vida e as transformações afetivas e sociais vão unidas a transformações no pensamento, a adolescência sendo o resultado da interação entre fatores sociais e individuais (Delval, 1998, p. 550-552 citado por Freitas, 2005, p. 12).

Desta forma, podemos observar o crescimento e desenvolvimento de “adolescências”, que consistem numa fase de mudanças, tanto fisiológicas, psíquicas como sociais, e considerando que no bojo dessas transformações, encontra-se a busca pela identidade; aquilo pelo qual me identifico, me defino, que passa a estar presente nos questionamentos dos/as adolescentes e que

os/as conduzirá a inúmeras experiências que serão vivenciadas intensamente ao longo da adolescência.

Etimologicamente a adolescência vem do latim *adolescencia*, *adolescere*. É comumente associada à puberdade, palavra derivada do latim *pubertas-atís*, referindo-se ao conjunto de transformações fisiológicas ligadas à maturação sexual. A maturação dos adolescentes tem início na puberdade, faixa etária que trabalha a construção do caráter, e transita os questionamentos que serão norteadores da formação intelectual dos adolescentes.

Além disso, a puberdade pode ser caracterizada como fases do crescimento biológico, gerando a maturação fisiológica e psíquica. A puberdade tem como objetivo demarcar as transformações hormonais que ocorrem dentro da adolescência e marcam as mudanças corporais e mentais do indivíduo segundo Vera Lucia Amaral (2007).

Assim, o agora considerado adolescente ao sair da recente infância, depara-se com questões que antes não precisava se preocupar, fato que ocorre tanto no sexo feminino como no sexo masculino, por exemplo: No caso das meninas terem que começar a usar sutiã, pois os seios estão se desenvolvendo e fica a constante preocupação dos pais no aconselhamento de sua filha para aprender a se “comportar como uma mocinha”, além disso, há a adaptação com os dias da menstruação, que antes não fazia parte do seu cotidiano. No caso dos meninos terem que lidar com o desconforto de ereções noturnas, e se adaptar ao novo “corpo” que vai dando espaço cada vez mais para características adultas, do que infantis, ao que já estava acostumado, além do engrossamento da voz e aparecimento dos pelos pubianos. Como relata Vera Lucia Amaral:

Assim, a puberdade é marcada pelas características físicas descritas a seguir. Nos meninos: modificação no timbre da voz; aumento da largura dos ombros; aparecimento de pelos no rosto, axilas e região pubiana; crescimento do pênis e testículos; e o surgimento da primeira ejaculação. Nas meninas: desenvolvimento das glândulas mamárias; aumento dos quadris; aparecimento de pelos na região pubiana; e o surgimento da primeira menstruação, chamada menarca. (AMARAL, 2007, p 4).

Estas transformações de ambos os sexos acompanham os processos biológicos de cada indivíduo, isto é, tanto o sexo masculino ou feminino

passam pelas mesmas alterações rumo à maturação que é fase adulta. Este período evolutivo do corpo e da mente dos adolescentes compreende a intensa busca da sua identidade que podem ser precoce ou tardia.

Os determinantes deste processo, segundo Vera Lucia Amaral (2007), que constrói a identidade de ambos os sexos são praticamente iguais, independente de gêneros, são os mesmos questionamentos da descoberta de seu “eu” em evidência. Estes fenômenos de mudanças corporais geram na mente dos adolescentes as perguntas corriqueiras sobre as alterações de seu corpo; dúvidas, estas, que dizem respeito não só as transformações corpóreas, mas ao que se espera da vida tais como: formação acadêmica, profissões e cursos a escolher, ou mesmo questionamentos aos padrões de comportamento postos na sociedade.

Estes questionamentos frequentes entre os adolescentes têm como objetivo a codificação do seu “eu”. Podemos ainda acrescentar outras preocupações pertinentes aos adolescentes que diz respeito, a busca incessante pela independência, tanto financeira (para a grande maioria), como emocional, os conflitos de gerações entre pais e filhos e a curiosidade da autodescoberta do corpo e também do sexo oposto. Como enfatiza Outeiral (1994) apud Ana Bock:

A adolescência é uma fase do crescimento humano que se caracteriza pela definição da identidade. Seu início se dá com as transformações do corpo, ou seja, com a puberdade, e se estende até que a maturidade e a responsabilidade social sejam adquiridas pelo indivíduo. A adolescência é dividida, por Outeiral, em três fases: na primeira, o jovem vivencia uma passividade em relação as suas transformações corporais, criando-se a partir daí um sentimento de impotência frente ao mundo e à realidade. Na segunda, a crise se dá por um choque entre gerações, já que a estrutura familiar vivida hoje é muito diferente da estrutura vivida por seus pais. A busca da independência é o foco central, incluindo a busca da definição sexual. Na terceira e última fase, a busca se dá pela identidade profissional e inserção no mercado de trabalho, ou seja, a busca de reconhecimento pela sociedade e a independência financeira. (BOCK, 2007, p. 65).

Além disso, paralelamente existe a busca por uma aceitação no meio social ou em grupos nos quais almejam ser introduzidos, ou seja, o início do convívio na sociedade leva os adolescentes a absorver costumes, culturas que

serão inerentes na formação de sua identidade que assumirá o papel predominante na edificação do indivíduo rumo à aceitação da sociedade.

Para Rappaport (1982) a tendência grupal consiste na interação do adolescente com o grupo, como forma defensiva, buscando a aceitação e uniformidade entre seus pares, fortalecendo assim a autoestima. Nesse momento, o adolescente se identifica mais com seu grupo, do que com os familiares. Daí a importância da vivência grupal para a construção da identidade, pois a convivência com o grupo ajuda na transição entre o mundo familiar e o mundo adulto. Ou seja, “a uniformidade que o grupo traz, lhe atualiza a segurança de saber quem é.” Rappaport (1982, p.38).

Contudo, é predominante nos grupos de adolescentes apresentarem comportamentos semelhantes, que se mesclam aos diálogos, estilos e modas, onde eles se projetam e se identificam em consonância das relações um com o outro, construindo assim, a sua identidade social. Assim afirma Lucia Amante:

A problemática da identidade remete para um processo em construção, que implica a presença do sujeito a si mesmo – como quem se vê refletido no espelho –, a presença dele nos outros e a presença dos outros nele. Dito de outro modo surgem as seguintes interrogações: *Quem sou eu em relação aos outros e quem são os outros em relação a mim?* O outro é indispensável neste processo de construção e de assunção da identidade – o outro é a alteridade. Assim sendo, a formação da identidade pessoal implica necessariamente a formação da identidade social. O jovem vai dando conta que pertence a uma sociedade e por essa razão tem de gerir equilibradamente a sua identidade pessoal – a sua diferença – e os modelos sociais e culturais da sociedade em que está inserido. (AMANTE, et al. 2014, p. 27)

A busca do adolescente por uma formatação e codificação dos modelos e culturas a qual está inserido, faz com que ele reflita entre seus próprios atributos essenciais do seu eu, com relação às exigências sociais, que o deixa ansioso por querer corresponder a tais observâncias da sociedade. O que implica que tais exigências sociais levam os adolescentes a assumirem responsabilidades que passa a ser inerente ao seu eu, e tem por finalidade acompanhar o desenvolvimento veloz da sociedade, que o induz a assumir papéis multifuncionais, que inconscientemente, trás a formação de sua identidade social.

É pertinente a reflexão de Vera Lucia Amaral sobre o assunto:

A puberdade, como marca orgânica, é identificada pelo mundo dos adultos como o momento em que o adolescente precisa começar a assumir outro papel social, o que implica novas responsabilidades e posturas frente à vida. Como essas mudanças ocorrem de uma forma muito rápida, o adolescente pode se sentir bastante confuso, cheio de dúvidas e ansiedades com relação ao que a sociedade espera dele. (AMARAL, 2007. p 5)

Uma vez assimilados as significações sociais o adolescente passa a se sentir seguro do seu eu, diante da sociedade. Conforme ressalta Ana Bock “construídas as significações sociais, os jovens têm então a referência para a construção de sua identidade e os elementos para a conversão do social em individual”. (BOCK, 2007, p. 68).

De fato, a adolescência em questão é um processo de desenvolvimento que estabelece o período de suma importância na construção e evolução do ser humano. É nesse período que o adolescente constitui a formação física/biológica e psíquica do ser humano. Processo que é necessário para que o/a adolescente chegue à próxima fase, “a adulta”, sem os vestígios da adolescência com suas incertezas, alcançando assim a maturidade.

Nessa perspectiva de conceito de adolescência em tempos hodiernos, é perceptível que o consumo da tecnologia, se configura num novo espaço para o desenvolvimento do/a adolescente, no âmbito da construção de suas identidades, onde discorreremos no capítulo seguinte.

2. O DESENVOLVIMENTO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NA SOCIEDADE DO CONSUMO, FRENTE À ADOLESCENCIA.

2.1 Breve histórico sobre o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação – TIC.

A busca por essa identidade nos/as adolescentes provém de uma crise de identidade que se estabelece no processo de construção de seu próprio eu. Segundo Célia Barros (2000) a referência para construção identitária nesta fase da vida, inicialmente circunda o núcleo familiar, isto é, seus pais, que podem estender a familiares: avós, tios, primos e posteriormente professores, amigos e colegas.

No entanto, os/as adolescentes fazem uso desses referenciais para além dos preceitos, normas e leis adultas, tendo em vista que existe no interior dos/as adolescentes a busca por suas próprias convicções e identidade, por se constituírem sujeitos de direito e possuem (ou devessem possuir) autonomia para criar suas próprias trajetórias.

Nessa transição o/a adolescente na procura pelo seu eu, que tem por mote inicial sua inclusão em algum grupo social, ou seja, o envolvimento com amigos, haja vista que o sentimento de pertencimento a algum grupo específico ajuda o indivíduo a encontrar sua própria identidade no contexto social, segundo Célia Barros (2000).

Lúcia Amante, et. al. (2014, 27 p.) evidencia as características das fases da “crise de identidade” como um período de confusão em que o adolescente vai estabelecendo uma série de identidades provisórias ao contatar com diferentes grupos e os valores por eles veiculados, até ser portador do seu “eu definitivo”. Assim, a tecnologia da informação e comunicação pode funcionar como uma ferramenta para externalizar momentos, conflitos, angustias, alegrias e outros sentimentos/ações, compartilhando, por exemplo, em grupos ou comunidades online.

Para elucidarmos melhor, sobre os avanços tecnológicos, ocorrentes ao longo da história, precisamos entender uma questão: O que é Tecnologia? Seguindo o pensamento do filósofo Álvaro Vieira Pinto, podemos entender epistemologicamente tecnologia a partir de quatro principais significações:

De acordo com o primeiro significado etimológico, a “tecnologia” tem de ser a teoria, a ciência, o estudo, a discussão da técnica, [...] as habilidades do fazer, as profissões e, generalizadamente, os modos de produzir alguma coisa. A tecnologia aparece aqui com o valor fundamental e exato de “logos da técnica”. No segundo significado, “tecnologia” equivale pura e simplesmente a técnica. Indiscutivelmente constitui este o sentido mais frequente e popular da palavra, o usado na linguagem corrente, quando não se exige precisão maior. [...] Estreitamente ligado a significação anterior, encontramos o conceito de “tecnologia” entendido como o conjunto de todas as técnicas de que dispõe uma determinada sociedade, em qualquer fase histórica de seu desenvolvimento. Em tal caso, aplica-se tanto as civilizações do passado quanto as condições vigentes modernamente em qualquer grupo social. A importância desta acepção reside em ser a ela que se costuma fazer menção quando se procura referir ou medir o grau de avanço do processo das forças produtivas de uma sociedade. [...]. Por fim, encontramos o quarto sentido do vocábulo “tecnologia”, aquele que para nós irá ter importância capital, a ideologização da técnica. Condensadamente pode-se dizer que nesse caso a palavra tecnologia menciona a ideologia da técnica. (PINTO, 2005, p 219-220).

Especificamente o terceiro significado sobre tecnologia nos dá a entender a abrangência das técnicas no processo de evolução de uma civilização, gerando a sociedade produtora que se encontra nos tempos hodiernos.

Partindo desse pressuposto percebemos que a tecnologia está inserida em todos os segmentos sociais, geradoras de civilizações, que algumas cresceram e outras ficaram estagnadas.

Existem várias técnicas e com elas as suas ideologias; focamos neste trabalho o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC)⁷, frente à sociedade de consumo, e a relação com os adolescentes. As

⁷O termo TIC (sigla da expressão Tecnologias de Informação e Comunicação) e designa todo o conjunto de tecnologias e equipamentos que, de forma integrada entre si, permitem trabalhar e comunicar informação, incluindo os computadores e os respectivos aplicativos, a Internet e as telecomunicações. (NUNES, Paulo, 2016)

Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) faz parte da globalização, e tem como um dos objetivos explicar o acervo informativo nas plataformas digitais.

O grande avanço das novas TICs ocorreu a partir da década de 1990, com o advento da Segunda Guerra Mundial da década de 60, que culminou a Revolução Industrial, configurando a Sociedade da Informação, que tem como objetivo de captar, transmitir e distribuir de forma precisa e rápida as informações, que muito auxiliaram em táticas de guerra e que posteriormente passou a ser um veículo de transformação na vida cotidiana de toda uma sociedade. Conforme enfatiza Danilo Pereira e Gislane Silva:

Creditam-se ao período da Segunda Guerra Mundial e ao seguinte as principais descobertas tecnológicas no campo da eletrônica, como o primeiro computador programável e o transistor, fonte da microeletrônica, o verdadeiro cerne da revolução da tecnologia da informação no século XX. (PEREIRA e SILVA, 2010, p 166)

A junção de estratégia militar e inovação tecnológica nas três últimas décadas do século XX desencadearam a criação e o desenvolvimento da Internet. A ARPANET foi à primeira rede criada para fins da informação e entrou em vigor em 1969, conectando em primeiro lugar as universidades americanas. Na década de 70, a ARPANET estende suas atividades à população e cede lugar à Internet. A partir daí, a Internet passa a ser habitual nas possibilidades de cada indivíduo, ligando todo o mundo em cadeia internacional, difundindo as informações sem fronteiras, conforme Vitor Rocio relata:

A Internet foi montada em 1969 (na altura chamava-se ARPANET) e inicialmente ligava os computadores do departamento de defesa norte-americano. No final dos anos 70, a ARPANET foi libertada para uso civil e os primeiros utilizadores foram às grandes universidades. A World Wide Web (WWW) é o serviço mais familiar da Internet e o responsável pela explosão da Internet nos anos 90. A WWW foi inventada em 1989 por Tim Berners-Lee, um físico do CERN (Centro Europeu de Pesquisa Nuclear), como forma de partilhar documentos hiper-ligados entre a comunidade de investigação em física. (ROCIO, 2010. p 10).

Com a Internet a era digital passou a ter acesso a todos, proporcionando a rapidez das informações globalizadas, auxiliando a comunicação e a interação com o mundo, aproximando pessoas e conhecimentos de várias sociedades, assim expressa Maria Alice Borges: “As Tecnologias de Informação e Comunicação revolucionaram os séculos XIX e XX, transformando o mundo em uma grande sociedade globalizada”. (BORGES, 2000, p 31).

O progresso das tecnologias nos acompanha até hoje como nos “avanços em maquinário”, que possibilitou a produção em massa de produtos que atendem grande parte da população, onde o consumo também cresce gradualmente, acompanhando cada necessidade da população.

Cria-se então uma sociedade de consumo e um sistema capitalista que são unicelulares, homogêneos em toda a sua estrutura, que consiste na dependência um do outro e nessa inter-relação desencadeia a compra e venda de mão-de-obra, matérias primas e produtos cada vez mais atrativos à sociedade.

A atração de uma sociedade ao consumo parte de vários meios de informação e comunicação que se utilizam dos recursos midiáticos tais como: televisão, rádio, jornal e plataformas digitais. Na contemporaneidade, todos estes recursos ainda são de extrema importância como meio de informação e comunicação.

Porém, a Internet têm sobressaído significativamente, devido à rapidez e facilidade no intercambio dos produtos muitas vezes direto do produtor e/ou vendedor ao comprador em tempo real ao anuncio da propaganda vinculada a Internet.

2.1.1 As relações de consumo na contemporaneidade

Segundo Everardo Rocha (2000, p. 19) “o consumo é um sistema simbólico que articula coisas e seres humanos e, como tal, uma forma privilegiada de ler o mundo que nos cerca”, o que nos faz considerar que na sociedade contemporânea os relacionamentos não ocorrem apenas no sistema

peças-pessoas, mas peças-objetos-cultura, como afirma Grant McCracken (2007).

Nessa visão holística de consumo é perceptível que as tecnologias proporcionam interações de pessoas que são veiculadas ao consumo. As temáticas, consumo e internet, ocupam um espaço relevante de debate na sociedade contemporânea capitalista.

Com o passar dos anos, a forma de consumo e costumes sociais vem se modificando, e nossas relações mediadas pelas diversas formas de consumo (Barbosa, 2004) que como sinalizado, criou um sistema simbólico, no qual emoções, afetividade, poder, classe e outras variáveis podem ser expressadas por nossos atos de consumo, seja de bens ou serviços.

Assim, a internet, como parte das TICs, intensificou as atividades de consumo, inclusive compras, devido ao fato que parte das sociedades, em especial a brasileira, aderiram o hábito de estarem conectadas pela internet, que tem proporcionado uma diversidade de produtos de consumo devido à gigantesca exposição de mercadorias e comodidade na aquisição. Desta forma, a tecnologia tem buscado renovar diariamente linhas de produção cada vez mais atualizadas para satisfazer o mundo do consumo, tendo como aliado o marketing no mundo digital.

A priori a iniciação de consumo vem a ser pré-estabelecido no convívio entre: familiares, amigos, grupos, culturas, entre outros. Segundo Mariana Libonati (2017, p 14) “os hábitos de consumo são influenciados por amigos, família, sazonalidade, cultura, publicidade, entre outros. Os consumidores decidem comprar produtos ou serviços com base no que consideram que os outros esperam deles”.

Nessa vertente, o círculo social contribui para o consumo como meio de construção de identidade baseado na forma que as pessoas se identificam com os produtos e se expressam naquilo que consomem, Livia Barbosa (2004, p. 24) traz que “através do consumo “construímos” identidades, um número maior de vezes e a confirmamos ao reconhecer-nos em produtos.”

Sendo assim, os adolescentes se configuram aos produtos como expressão que os identificam, utilizando os meios tecnológicos para firmar a sua identidade frente às tendências de consumo.

2.2 A TIC e relação com a construção social da identidade de adolescentes

Nesse momento iremos adentrar na construção da identidade do adolescente com vista ao conteúdo da Internet como meio norteador da formação do indivíduo em busca do seu “eu”.

Na contemporaneidade, deparamo-nos com o mundo globalizado, e a Internet tem ligado povos em todas as dimensões da informação. Com a evolução da internet, as mídias se difundiram não só no que diz respeito à informação, isto é, trouxe em si, num simples toque a aproximação de pessoas, que se comunicam e interagem simultaneamente no meio virtual.

No tempo hodierno, os dispositivos móveis alimentam cada vez mais o excesso e a rapidez das informações veiculadas nas redes sociais⁸, que funcionam como veículo digital e auxilia a aproximação entre pessoas no contato rápido com o outro, de continente a continente, quebrando fronteiras de distancia, tempo e espaço, revolucionando a forma das relações de toda uma sociedade, conforme segundo Livia Nóbrega:

Na Era das Novas Tecnologias, as redes sociais firmam seu espaço como importante ferramenta de respaldo na construção das identidades pessoais. Em uma época em que cada vez mais pessoas se utilizam desse tipo de recurso, as redes ganham corpo de intensa influência e revelam-se não como uma tendência passageira, mas como algo que modifica radicalmente as formas de relacionamento na sociedade. (NÓBREGA, 2010 p 100)

Estas mídias têm promovido novos arquétipos sociais, multifacilitadores que influenciaram toda a geração, disseminando padrões pré-definidos nas áreas da família, da religião, da política, da cultura, da moda, entre outros, contribuindo para a construção identitária dos indivíduos, segundo Mariana Libonati:

As mídias acabaram ganhando um novo significado e isso mudou a interferência que essas exercem sobre a sociedade. Elas reforçam características, significações da vida em relação à família, religião, educação e comportamento, e disseminam modelos que podem fazer

⁸ Rede social é uma estrutura digital que permite a sociabilidade de pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns.

parte da construção social e identitária dos indivíduos.
(LIBONATI, 2017 p 37)

Diante da construção da identidade dos/as adolescentes, presume-se que há influência na formação social da identidade dos sujeitos, no processo de investigação introspectiva via conhecimentos de grupos que auxiliarão na busca de seu “eu”.

Lançamos tal perspectiva à luz do relatório Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil (TIC Kids Online Brasil, 2016), ao constatar que 22 milhões de crianças e adolescentes acessam internet por meio de telefone celular, e mais de 40% procuraram informações sobre marcas ou produtos na internet; configurando-se, inclusive, nicho de mercado em ascensão no país.

Um dos principais pontos de encontro online, como já mencionado, são as redes sociais, que possibilitam certa “edição da vida real”, a partir de filtros de fotos que alteram pequenos detalhes do/a usuário/a e podem deixá-los/as mais bonitos/as, fortes, maquiadas, ou até felizes, funcionando também como ferramenta de construção de suas identidades. Tais redes sociais estabelecem assim como local por excelência onde as identidades são assimiladas junto com o desejo de inserção em grupos sociais.

Entendendo que a Internet tem estes atrativos de fornecer aos adolescentes múltiplas alternativas, que possibilitam um crescimento ideológico, construindo aspectos que podem auxiliar a construção de sua identidade. Sendo assim, jovens e adolescentes usam desses recursos para uma auto-identificação que por sua vez é atribuída ao indivíduo informações que passam ser inerentes ao seu eu. Neste sentido, Livia Nóbrega (2010) afirma que:

As redes sociais configuram-se como um local onde essa e outras vertentes das representações identitárias convergem. Veicula-se no Orkut, Twitter, Facebook, My Space, LinkedIn e tantas outras, aquilo que se é, ou aquilo que se almeja ser. É um espaço de construção dos sujeitos. Um local onde aqueles que se identificam unem-se sob a perspectiva do pertencimento. Pertencer a uma determinada comunidade virtual é compartilhar um mesmo território, os mesmos sentimentos e impressões. É exibir-se da forma que se achar mais conveniente, carregando consigo a segurança de ter ao lado várias outras pessoas que pensam da mesma

forma e que assim reforçam o ideal de grupo. (NÓBREGA, 2010, p 97)

Todavia, a Internet tem auxiliado na construção da identidade dos/as adolescentes a levarem em conta os processos adquiridos em redes sociais, tendo como construção de suas identidades psicossociais: o modismo, a estética corporal, as ideologias inseridas na psique, o consumo excessivo, a transferência de personalidade por admiração/adoração por pessoas ilustres/ídolos, que por sua vez são norteadores de uma simulação da identidade ainda em formação, ao passo que a internet segue um processo efêmero, por se renovar tecnologicamente a cada minuto e segundo, pois a cada dia tem algo novo a descobrir e algo novo a inserir no ciclo social de jovens e adolescentes. Segundo Livia Nóbrega (2010, p.96) “a pós-modernidade propiciou que as identidades se formassem em torno do lazer, da aparência, da imagem e do consumo”.

Em concordância com este pensamento, a autora Mariana Libonati (2017) destaca que a sociedade de consumo torna o mercado virtual ativo em renovação e acompanhamento das exigências de grupos sociais.

Em uma sociedade onde a ostentação do consumo é valorizada, a juventude se torna alvo, pois são os mesmos que, como sujeitos da história, possuem um poder de articulação e de massificação de culturas, tendências e costumes, conseguindo, assim, através de tribos e grupos movimentar o mercado, que, por sua vez, se renova para acompanhar as mudanças. (LIBONATI, 2017, p 55)

Os/as adolescentes da atualidade por fazerem parte de uma geração conectada, onde estão imersos cotidianamente na tecnologia se apropriam dessas ferramentas, tanto como uso para comunicações como meio de construção da identidade e superam todas as faixas etárias em termo de utilização de comunicação eletrônica.

Ao longo do tempo as gerações têm evoluído suas características, tais como: costumes, culturas, valores e estilos de vida. Portanto, os indivíduos nascidos em meados de 1990 é considerado pela literatura como Geração Z, segundo Ana Paula Ávila e Danielle Arruda:

A Geração Z é altamente influenciada pelas novas mídias, pelos amigos virtuais e pelo poder proveniente das novas tecnologias. Cortes de cabelo e os itens de vestuários são escolhas que podem ser impactadas por esses influenciadores. [...] Para essa geração, beleza e juventude são valores importantes e a moda é uma das formas de expressar esses valores através das principais tendências. (ÁVILA e ARRUDA, 2015, p 117).

A internet tendo este poder influenciador pela mídia traz também em seu bojo o consumo desenfreado por parte de alguns adolescentes, que por desejarem serem aceitos em determinados grupos, passam a consumir, conforme Ana Paula Ávila e Danielle Arruda “esse uso excessivo da internet é considerado um fator que pode tornar um consumidor adolescente vulnerável”. (ÁVILA e ARRUDA, 2015, p 117).

Assim, diante do processo de desenvolvimento das TICs e da sociedade de consumo, onde os desejos confundem-se com necessidades e logo se tornam efêmeros, identificamos na literatura que o público adolescente tem sido um nicho de mercado lucrativo e fácil de atrair para o consumo, tendo em vista sua formação sócio-biológica ainda estar em processo de consolidação. Constituem-se potenciais consumidores vulneráveis. Portanto, torna-se evidente a constante preocupação no uso deste veículo eletrônico, como meio de formação das identidades sociais dos adolescentes de forma saudável, isto é, de acordo com o contexto e valores de cada indivíduo/família.

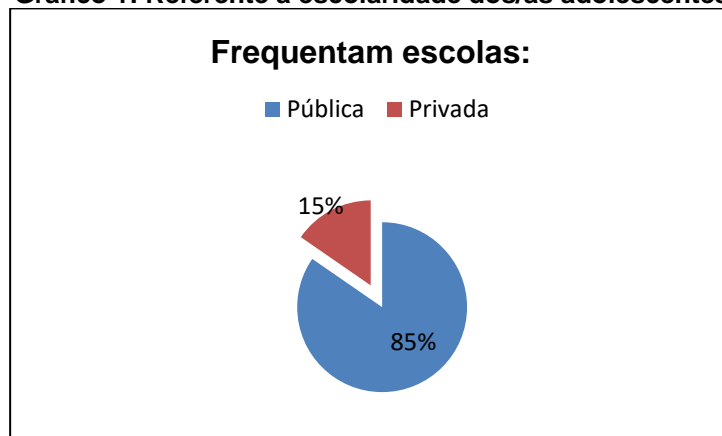
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico apresentaremos os dados resultantes da observação participante e das entrevistas realizadas junto aos adolescentes participantes da ONG em que realizamos o Estágio Supervisionado Obrigatório- ESO. Cabe ressaltar que essa pesquisa tem caráter qualitativo e de pesquisa-ação tendo como amostra um grupo totalizando 26 adolescentes, escolhido de modo aleatório, de idades entre 12 a 18 anos⁹.

A análise dos dados provenientes das entrevistas está dividida em dois blocos: 1. Levantamento socioeconômico; e 2. Identificação de aspectos positivos e negativos no consumo de internet, e se há influência no comportamento dos adolescentes.

Sobre a caracterização socioeconômica dos/as adolescentes entrevistados, pode-se destacar, no que se refere à formação escolar, que 85% dos entrevistados provém de escolas públicas, e estão divididos desde 6º ano do ensino fundamental até 3º ano do ensino médio, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 1: Referente à escolaridade dos/as adolescentes



Fonte: autora (2018)

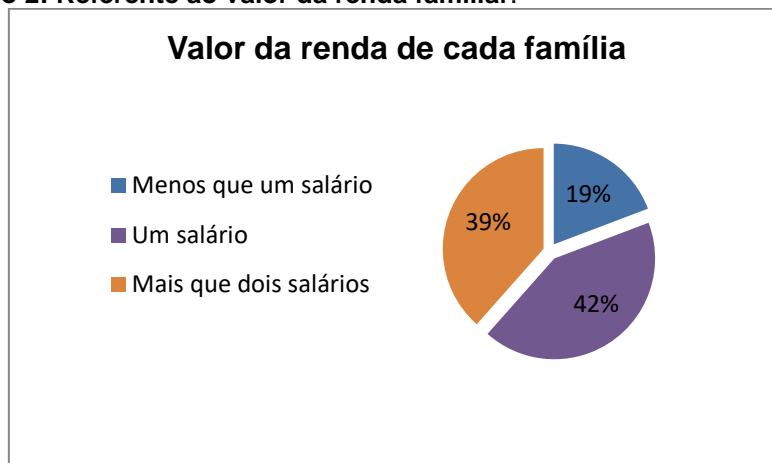
Sobre o valor da renda por família, (ver gráfico 2) predomina que 42% recebem apenas um salário para suprir as necessidades de alimento, lazer,

⁹ A coleta de dados foi realizada conforme anuência dos pais, mães e/ou responsáveis dos(as) participantes, a partir da apresentação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, procedimento ético para realização das entrevistas - conforme indica Richardson (2008). Assim, todos os nomes citados foram sugeridos pelos próprios participantes, isto é, não correspondem aos nomes reais com a finalidade de preservar suas identidades.

despesas entre outros, e que 39% conta com mais de dois salários, seguido de 19% que recebem menos que um salário.

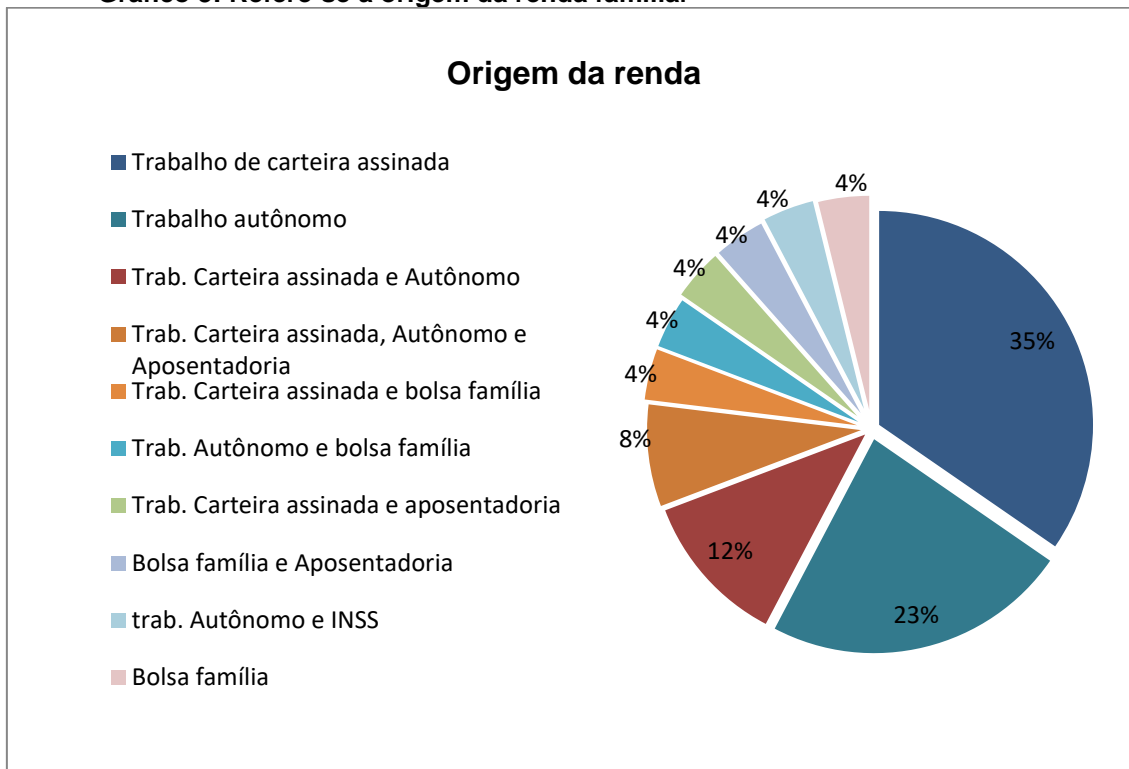
Estes dados revelam que o perfil socioeconômico das famílias é em sua totalidade de baixa renda.

Gráfico 2: Referente ao valor da renda familiar.



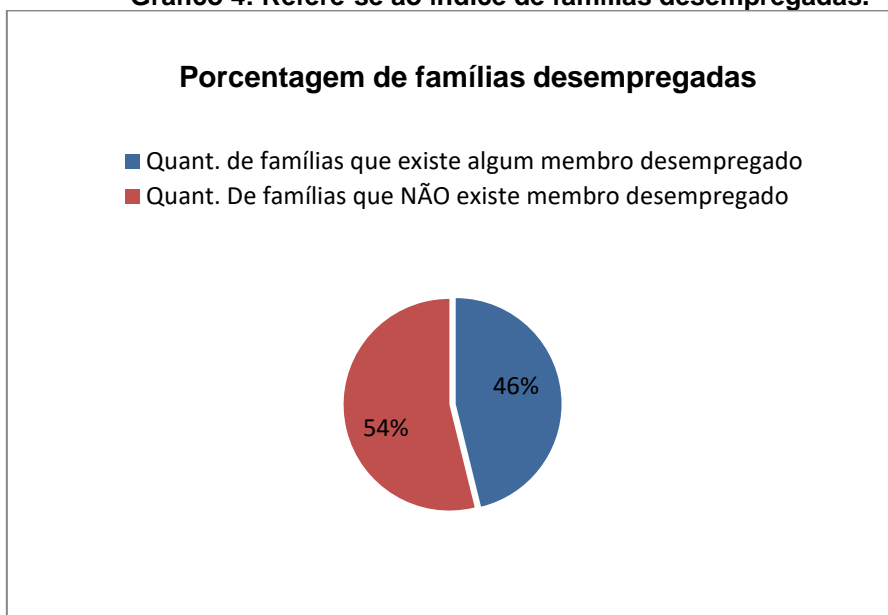
Fonte: autora (2018)

Observamos também, os percentuais que se destacam em relação a renda *per capita*, em que 35% é oriunda de algum trabalho de carteira assinada, seguido de 23% de trabalho autônomo, por exemplo: pedreiro, auxiliar de pedreiro, confeitadeira, empregada doméstica/faxineira, entre outros. No entanto, os dados revelam que apenas 4 dos entrevistados contam com o apoio do programa governamental: bolsa família. (ver gráfico 3). Percebemos a partir destes dados expressivos que revelam os trabalhos formais e informais dos quais provém a renda familiar, responsável por manter as famílias em suas necessidades primárias para a sua sobrevivência.

Gráfico 3: Refere-se a origem da renda familiar

Fonte: autora (2018)

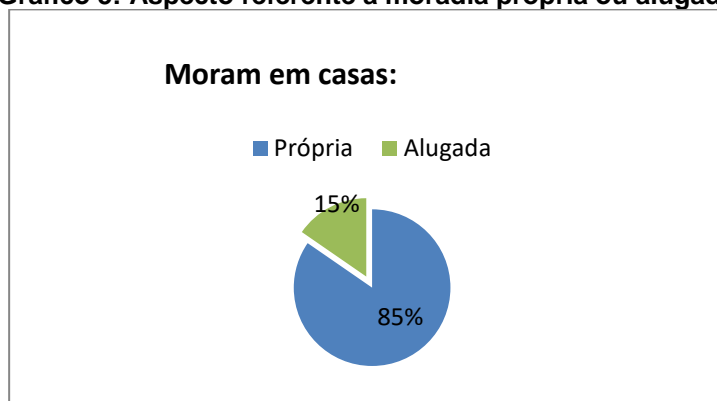
Outro índice considerável é que o percentual de algum membro da família que se encontra desempregado é quase o mesmo comparado ao das famílias que trabalham 46% e 54% respectivamente (ver gráfico 4).

Gráfico 4: Refere-se ao índice de famílias desempregadas.

Fonte: autora (2018)

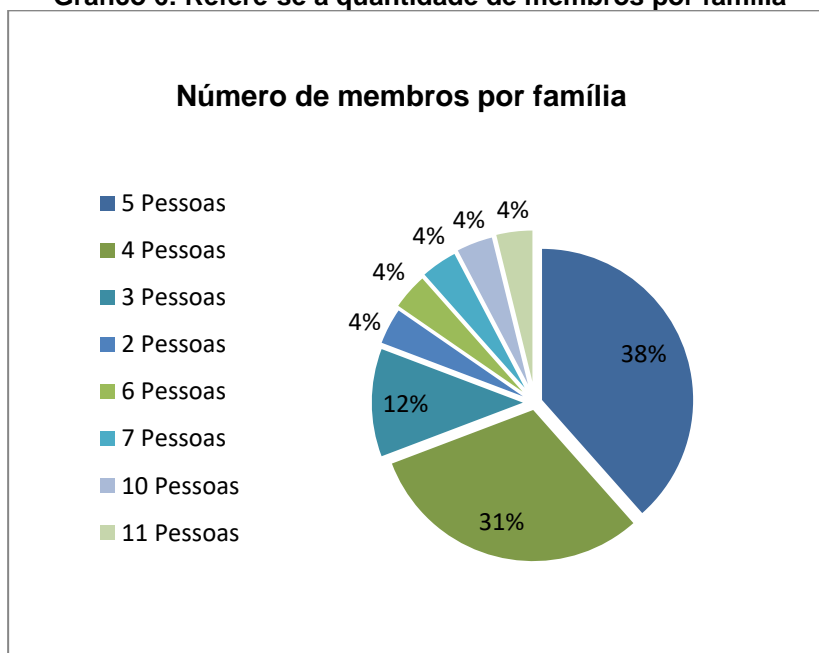
Quanto ao aspecto da moradia, 85% possuem casa própria, enquanto 15% residem em casas alugadas. (ver gráfico 5). Constatamos, também, grande quantidade de membros no contexto familiar dos entrevistados/as, em que 38% dividem a moradia com 5 pessoas, 4% dividem com 11 membros, seguido de 4% onde residem 10 pessoas numa mesma residência. (Ver gráfico 6). Esse dado nos revela como as famílias em contexto popular se adéquam em relação à disponibilidade de moradia.

Gráfico 5: Aspecto referente à moradia própria ou alugada



Fonte: Autora (2018)

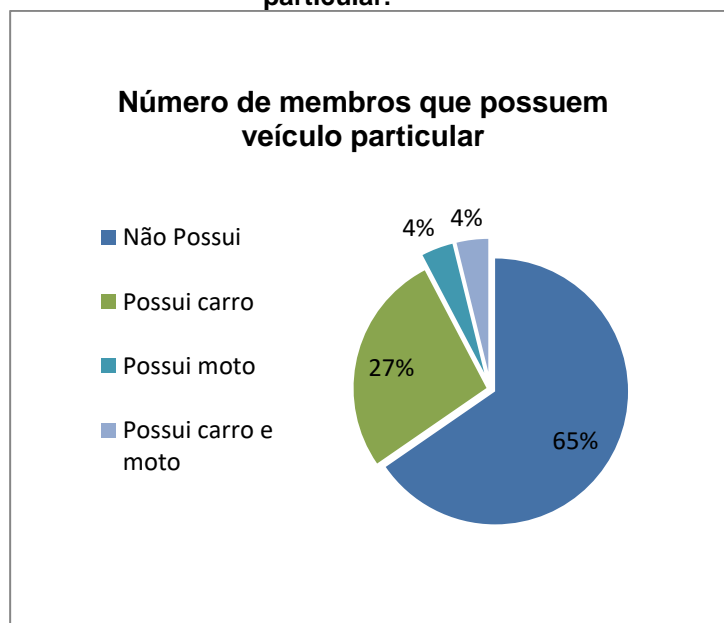
Gráfico 6: Refere-se a quantidade de membros por família



Fonte: autora (2018)

No que se refere à posse de veículo particular observamos que não possuem veículo particular 65% das famílias dos/as entrevistados/as, e que o percentual daquelas que possuem algum veículo é de 35%, divididos entre somente carro, somente moto, e os que possuem carro e moto. (ver gráfico 7)

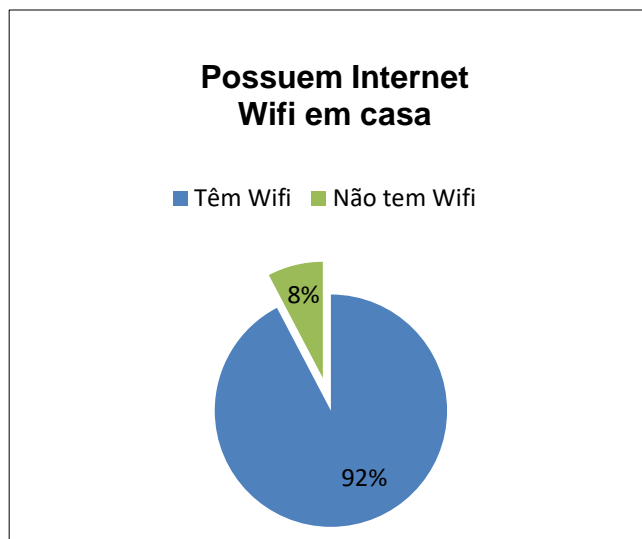
Gráfico 7: Indica a porcentagem de famílias que possuem algum veículo particular.



Fonte: autora (2018)

No entanto, é notório ressaltar que o percentual de adolescentes que possuem internet Wifi em casa é de 92%, e que os demais 8% não possuem Wifi próprio, mas foi informado que “*usam a do vizinho*”, ou seja, todos/as os/as adolescentes contam com o recurso da Internet para se interagir no meio virtual (ver gráfico 8). Ainda no tocante ao acesso à internet, chamou-nos atenção um fato que ocorreu unanimemente entre os/as adolescentes, durante as entrevistas, em que quando questionados/as sobre se possuíam internet Wifi em casa, todos/as demonstraram surpresa, e encaravam o questionamento como uma pergunta “ilógica”, e a resposta de uma das entrevistadas confirmam isso, ao nos indagar: “*Quem é que não tem Wifi, hoje em dia?*”

Gráfico 8: Indica a porcentagem de adolescentes que possuem Internet Wifi nas suas residências.



Fonte: autora (2018)

Confirmando com esse dado Jéssica Silva (2014, p. 19,18) nos relata “esses jovens já nasceram no meio interativo e para eles, torna-se praticamente impossível aceitar a ideia de viver em um universo desconectado, pois a vida destes encontra-se regadas de informações”.

Dessa forma é possível perceber que a internet está à disposição de todas as classes sociais, mesmo por adolescentes de classe de baixa renda, encontramos um forte papel que a internet exerce sobre o cotidiano dos adolescentes, como Rejane Cunha nos confirma:

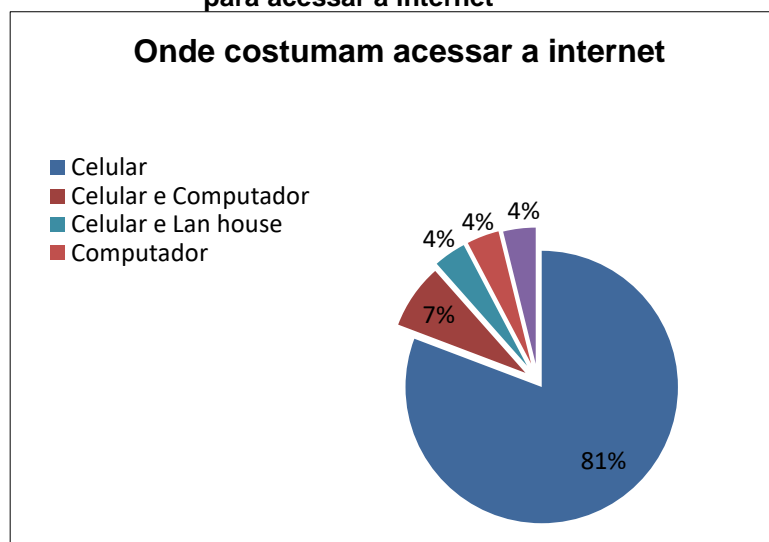
O acesso à Internet torna-se, a cada dia, mais fácil e barato, atingindo um contingente antes impensável de pessoas. Se, antes, o acesso se limitava a alguns adolescentes de classes mais altas, hoje, a realidade mudou e adolescentes de todas as classes sociais já utilizam a rede para comunicar-se. (CUNHA, 2010, p 20)

Sendo assim, o meio tecnológico digital passou a ser uma atividade intensa por jovens e adolescentes vivenciados neste século, e quem nasce nesse período é inserido num contexto universal da informação que acompanha avanços futurísticos. Para facilitar ainda mais, muitos estabelecimentos comerciais disponibilizam o Wifi gratuitamente, principalmente os Shoppings que é um local de massa popular, além do mais em certos lugares já possuem praças e parques que disponibiliza o Wifi para a população. Para os adolescentes torna-se um facilitador para que todos estejam conectados.

Quanto em relação aos que possuíam smartphones, todos/as os/as 26 entrevistados/as afirmaram possuir este tipo de recurso tecnológico. Ou seja, mesmo as famílias de baixa renda, diante de seus recursos, se esforçam para acompanhar os avanços tecnológicos. Soma-se a isso, que o meio onde os adolescentes mais utilizam para acessar a internet destaca-se o uso através do celular, com o percentual de 81%. (ver gráfico 9)

Esses dados supracitados confirmam a pesquisa feita pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil – Tics Kids Online 2017, onde indica que os dispositivos mais utilizados por crianças e adolescentes, para acessar a internet é por meio do celular/smartphones.

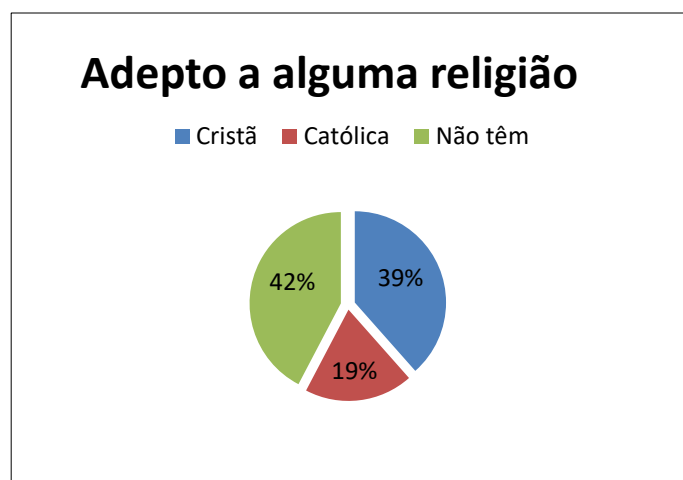
Gráfico 9: Referente aos meios tecnológicos que os adolescentes costumam usar para acessar a internet



Fonte: autora (2018)

Outro fator importante é relacionado ao índice de adolescentes que se consideram adeptos a alguma religião, onde obtivemos o percentual de 39% que pertencem a cristã evangélico, 19% são adeptos da católica, e 42% não costumam seguir nenhuma religião. (ver gráfico 10)

Gráfico 10: Refere-se às opções religiosas dos adolescentes.



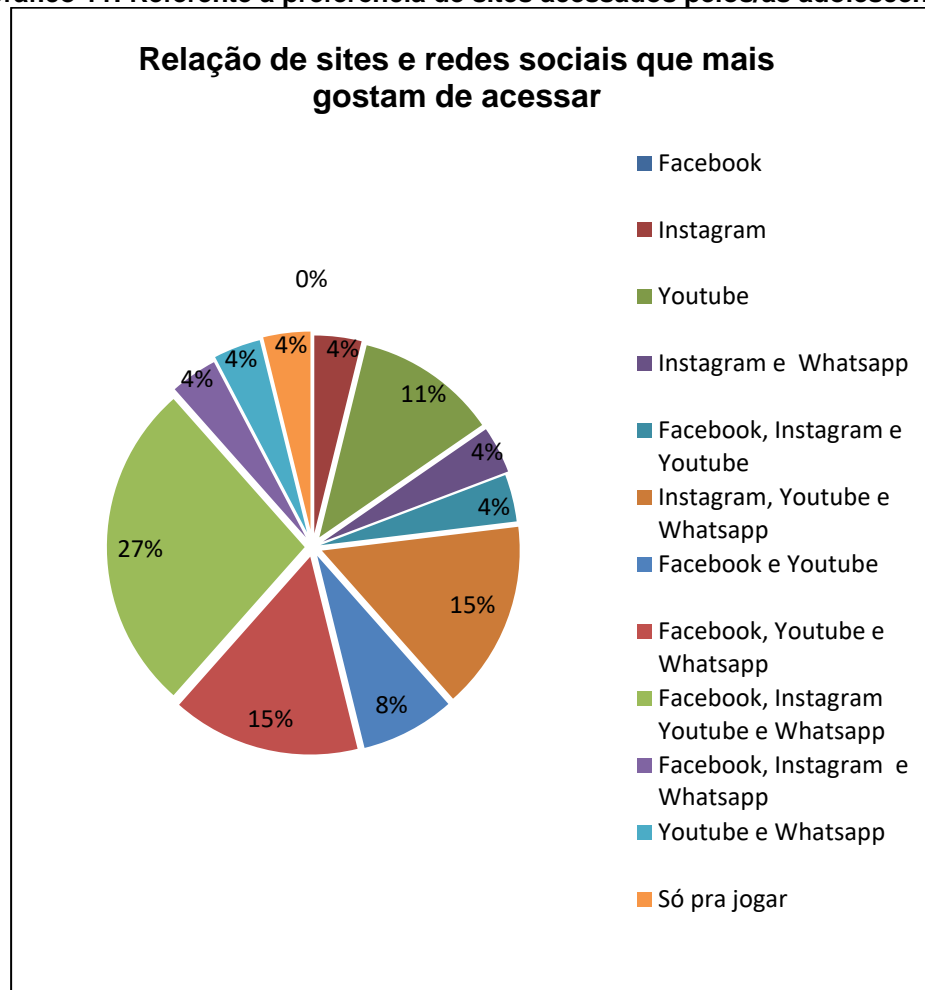
Fonte: autora (2018)

Passaremos agora para o segundo bloco de assuntos, que se refere à identificação de aspectos positivos e negativos no consumo de internet e se há influencia no comportamento dos adolescentes.

De acordo com os sites que os adolescentes mais gostam de acessar se destacam o Facebook, Instagram, Youtube e Whatsapp simultaneamente, obtendo os maiores níveis de porcentagem, (ver gráfico 11), porém o site mais predominante é o Youtube, alcançando 85% de acessos, entre os conteúdos pesquisados se destacam canais de jogos, escutar músicas, canais de “trolagem¹⁰”, assistir filmes e séries, tutoriais de beleza e maquiagem. Diante dos acessos a estes sites, percebe-se nitidamente o prazer e a satisfação em detrimento da busca pela informação e uma identificação, na formação de sua identidade, o que reflete nas atitudes comportamentais deles.

¹⁰ Trolagem trata-se de uma gíria que é usada para se referir a quando alguém faz alguma brincadeira, tira sarro ou chateia outra pessoa, ou seja, o ato de trollar consiste em sacanear alguém por meio de “armadilhas” ou brincadeiras, buscando o divertimento.

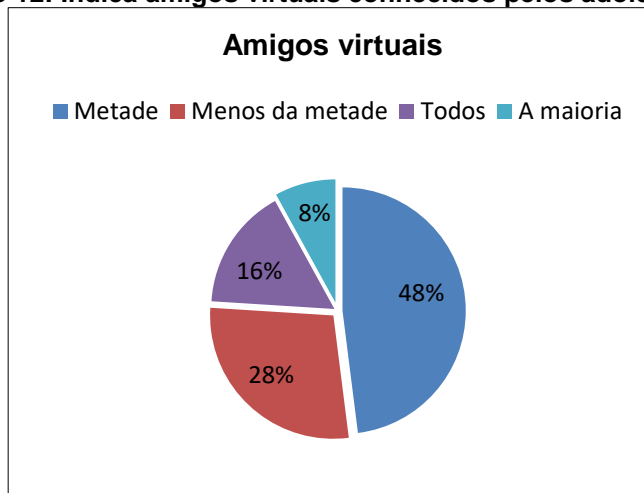
Gráfico 11: Referente à preferência de sites acessados pelos/as adolescentes



Fonte: A autora (2018)

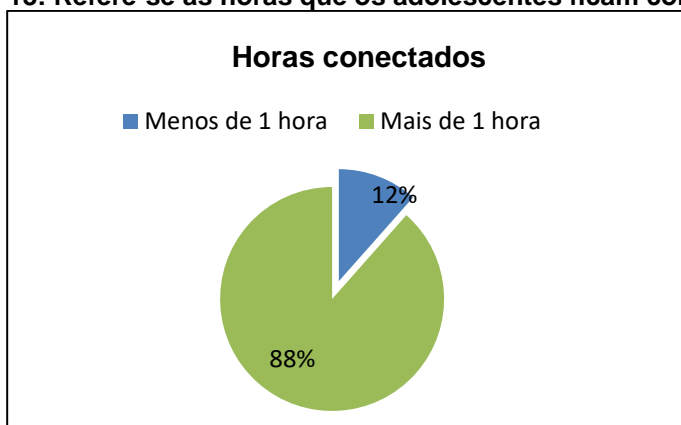
Sobre os relacionamentos de amizade na internet, os adolescentes revelaram que dentre os amigos virtuais que possuem nas redes sociais, somente 18% conhece todas as pessoas pessoalmente, enquanto que 48% conhecem metade, e 28% conhecem menos da metade das pessoas que estão como “amigas” nas suas redes sociais, (ver gráfico 12) um fato interessante e ao mesmo tempo preocupante e alarmante, pois se trata de pessoas desconhecidas que ficam a par dos cotidianos dos adolescentes. Conforme nos alerta Rejane Cunha:

“No meio do turbilhão de informações e recursos de interação com outras pessoas desconhecidas, de forma virtual, os adolescentes, muitas vezes, acabam expondo sua vida para milhares de pessoas sem noção das graves consequências que isso possa gerar.” (CUNHA, 2010, p 11)

Gráfico 12: Indica amigos virtuais conhecidos pelos adolescentes

Fonte: A autora (2018)

Em relação ao tempo que passam acessando a internet, obtivemos o percentual de 88% dos adolescentes que ficam mais de 1 hora por dia, conectados (ver gráfico 13) onde nos relataram que a maioria fica entre 2hs até praticamente 12hs, todos os dias utilizando a internet. O agravante destes dados nos traz a implicação de que adolescentes passam a maior parte do dia ociosos, manuseando os smartphones.

Gráfico 13: Refere-se às horas que os adolescentes ficam conectados

Fonte: A autora (2018)

No tocante ao assunto da popularidade no meio virtual, a maioria dos adolescentes relatou que não se consideram populares devido por não gostarem de se expor em suas redes sociais uma vez que atribuem ao significado de ser popular o ato de gostar de “aparecer”, como se percebe nos relatos de alguns participantes:

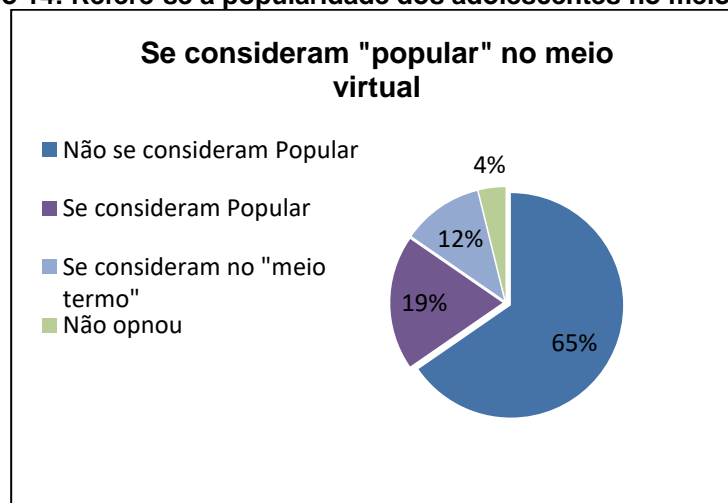
- **Arthur:** *“Não me acho popular porque não gosto muito de aparecer.”*
- **Tífani:** *“Eu não sou popular porque não tenho muitas curtidas” (referindo-se a fotos nas redes sociais.)*
- **Rodrigo:** *“Porque não posto muita foto.”*

Enquanto que entre os discursos dos/as adolescentes que se consideram popular (Gráfico 14) no meio virtual destacam-se pela valorização da imagem, e a quantidade de “curtidas” nos seus perfis virtuais, como podemos perceber nos discursos de alguns entrevistados:

- **Karen:** *“Sim, eu me considero popular porque tenho muitos “seguidores”.”*
- **Leticia:** *“Sim, me acho popular porque tenho muitas curtidas e sempre me chamam para festinhas.”*
- **Cecília:** *“Pelos quantidades de visualizações e de curtidas nas minhas fotos, então eu acho que sou popular.”*

Ou seja, segundo Mariana Libonatti (2017) “mostrar-se popular entre os amigos, através de fotografias de grupo - uma das formas preferidas de autoapresentação por parte das camadas jovens - reforça a ideia de popularidade e ajuda à construção de uma identidade de grupo”.

Gráfico 14: Refere-se à popularidade dos adolescentes no meio virtual.

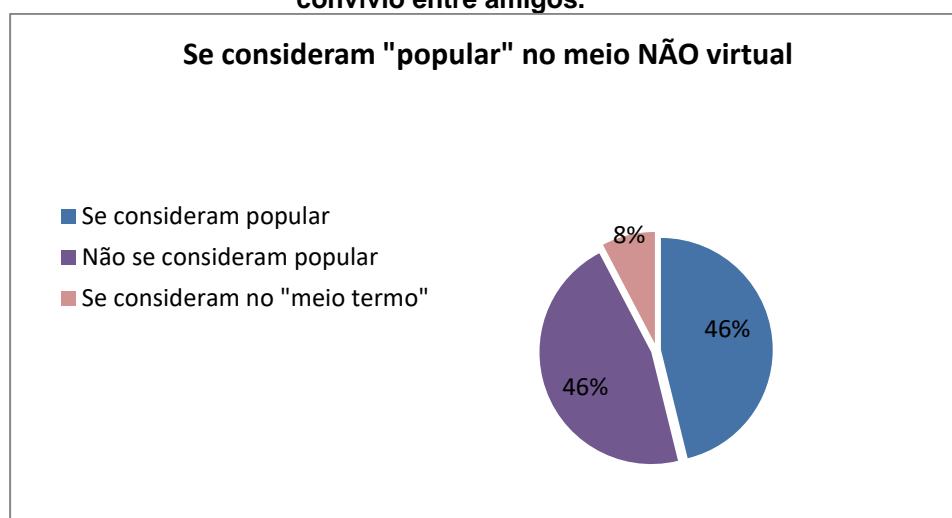


Fonte: A autora (2018)

Em relação aos que se consideram popular no ciclo de amizade não-virtual, ou seja, entre o convívio com os amigos no mundo “offline”, observamos que houve um acréscimo na porcentagem em comparação aos que se

consideram popular no meio virtual, passando agora para 46%, enquanto os que não se consideram popular ficou com 46% e os que se consideram no “meio termo” obtiveram a porcentagem de 8%. (ver gráfico 15). Ou seja, percebemos que a relação dos/as adolescentes entre o grupo de amigos fora da rede virtual, possibilita uma interação maior pelo fato de se sentirem mais “aceitos” e entrosados.

Gráfico 15: Refere-se à popularidade dos adolescentes no meio não-virtual, no convívio entre amigos.

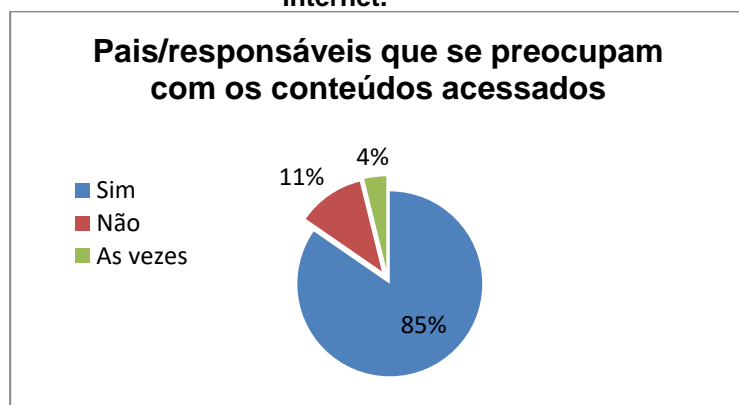


Fonte: Autora (2018)

Com vistas à família, na preocupação com os conteúdos que seus filhos acessam na internet, obtivemos o percentual de 85%, segundo o gráfico seguinte, e dentre os motivos apontados pelos/as adolescentes se destacam: cuidado para não falar com pessoas estranhas; cuidado para não acessarem conteúdos impróprios para idade; não mandar, nem receber *nudes*¹¹, e não fornecer informações pessoais ou documentos a terceiros. (ver gráfico 16)

¹¹ Nudes, ou a expressão “manda nudes” ficou popularmente conhecida no meio virtual, e se refere ao envio de fotos íntimas da pessoa nua.

Gráfico 16: Refere-se a pais que advertem seus filhos do cuidado no uso da internet.



Fonte: Autora (2018)

Discorrendo sobre os aspectos apontados como positivo e negativo no consumo da internet, destaca-se entre os discursos dos adolescentes como ponto positivo: a acessibilidades de assuntos; estar a par de notícias; conversação com pessoas distantes; entre outros como podemos ver nos relatos seguintes:

- **Cecília:** *“Tem abrangência de assuntos para estudar.”*
- **Alexandro:** *“É um mundo aberto para quem quer estudar.”*

No entanto também é observável que os adolescentes pontuaram como positivo, o fato de postarem em redes sociais o que estão sentindo e ao mesmo tempo visualizando o que outras pessoas postam, criando um círculo de comunicações de dar e receber informações, como relatam:

- **Leticia:** *“Podemos ficar vendo e curtindo fotos.”*
- **Karen:** *“Podemos falar à distancia e postar o que estamos sentindo.”*
- **Priscila:** *“Ver coisas que os outros postam.”*
- **Iasmin:** *“O positivo é que antes tinha que ler livro, hoje tem a internet”.*

Em contrapartida, os mesmos adolescentes em suas respostas a pontos negativos ao uso da internet, possuem a consciência de que este veículo digital pode se tornar um vício e ser usado para fins impróprios como: a prática de violência; assistir filmes inadequados para a sua idade (pornografias), a prática

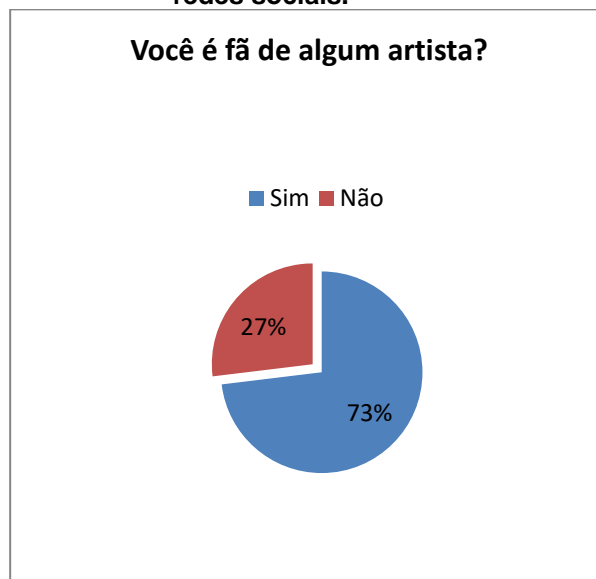
do *bulling*, preconceitos e discriminações raciais, religiosas, política e assuntos diversos, como percebemos nas seguintes falas:

- **Iasmin:** *“Quando menores acessam conteúdos proibidos.”*
- **Fernanda:** *“Tem gente que tem preconceitos racistas e homofóbicos, e isso não é legal.”*
- **Rodrigo:** *“Muitas vezes ensinam coisas ruins, tipo jogos que ensinam a se suicidar.”*
- **Karen:** *“Tem pessoas que usam para fazer bulling.”*
- **Maria Alice:** *“Existe a pornografia e pessoas de mal caráter.”*

Diante dos relatos em entrevista com os/as adolescentes 73% indicaram que possuem ídolos e que acompanham suas vidas em redes sociais. Entre os famosos apontados por alguns adolescentes são: Jogadores de Futebol: Antoine Griezmann e Paul Pogba (Jogadores da França) e Neymar (Brasil); Cantores Populares: Marília Mendonça, MC Jerry Smith, MC Pocarrontas e Simone e Simaria; Cantores Gospel: Leonardo Gonçalves, Fernanda Brum, Bruna Karla e Pregador Luo; Cantores Internacionais: Justin Bieber, Ariana Grande, Adele e Katy Perry; Youtubers/Blogueiras: Virginia Fonseca, Carlinhos Maia, Sthefane Matos, Boca Rosa, Mari Maria e Carol Domingos; Atriz: Bruna Marquezine.

Esses dados refletem que tipo de influência os adolescentes se espelham, na admiração destes, os adolescentes aspiram modas, costumes, e opiniões que contribui na formação de suas identidades.

Gráfico 17: Refere-se aos adolescentes que possuem ou não possuem ídolos nas redes sociais.



Fonte: Autora (2018)

Os relatos de alguns adolescentes que prevalecem o sexo feminino revelaram que em alguns casos são influenciadas/os por pessoas famosas e que se inspiram através deles para copiarem estilos de moda tais como: acessórios, maquiagem, roupas, cuidados com a estética e até mesmo atitudes comportamentais como, por exemplo: pose para tirar fotos; no caso de alguns do sexo masculino se inspiram em trajetória de vida de alguns jogadores de futebol, e canais de futebol. Sobre a espelhação dos adolescentes em famosos Andrya Carvalho, Larissa Quiroz e Fábio Bergamo afirmam que:

Na socialização com os pares e na contemplação das celebridades da mídia, os adolescentes buscam os parâmetros e a materialização de sucesso e felicidade. A aquisição de determinados bens pode ser aspecto fundamental para a promulgação do sucesso social, em vista do “significado social” das marcas e mercadorias. A publicidade contribui na transmissão destes simbolismos ao demonstrar que os bens materiais podem ajudá-los a realizar objetivos de vida. (CARVALHO, QUEIROZ e BERGAMO; 2017. p 73).

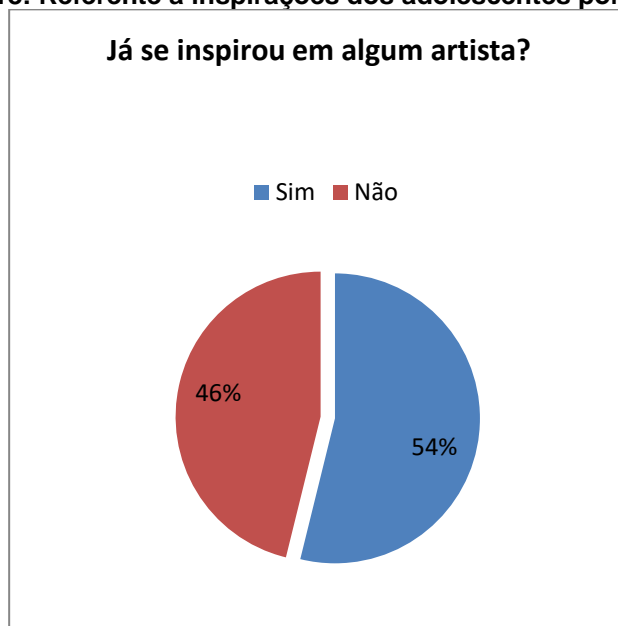
Contudo, os adolescentes ao objetivarem tais produtos de consumo se sentem impossibilitadas, diante da sua condição social. Como podemos perceber nas seguintes falas de duas entrevistadas:

- **Carla:** “Para quê ficar olhando, se não pode comprar?”
- **Bia:** “Me dá vontade de comprar, mas quando vou ver, é tudo caro.”

Nesse caso Mariana Libonati (2017) nos afirma:

Existe o bombardeio diário de anúncios, outdoors, revistas e páginas na internet que dizem que ser jovem é usar certas marcas e grifes, usar determinados modelos de roupa, cabelo, calçado, assim a mídia dita moda, criando uma valorização daqueles que conseguem acompanhá-la. Enquanto o consumismo classifica e exclui, também orienta as perspectivas de futuro dos jovens, que apesar das desigualdades socioeconômicas que reduzem o poder de compra de alguns, faz surgir os mesmos desejos e sonhos de consumo. (LIBONATI, 2017, p 55)

Gráfico 18: Referente a inspirações dos adolescentes por famosos.



Fonte: Autora (2018)

Para entender como os/as adolescentes se vêem perguntamos como eles/as se definem como pessoa em uma só palavra, e obtivemos as seguintes respostas:

- **Carlos:** *Tranquilo;*
- **Alexandro:** *Altruísta;*
- **Edu:** *Competitivo;*
- **Maria Alice:** *Feliz;*
- **Cecília:** *Maravilhosa;*
- **Maria:** *Sensível;*

- **Tífani:** *Tímida;*
- **Rodrigo:** *Ignorante;*
- **Arthur:** *Curioso;*
- **Laura:** *Decidida;*
- **Karen:** *Extrovertida;*
- **Maria:** *Simpática;*
- **Letícia:** *Linda;*
- **Jenifer:** *Misericórdia;*
- **Glaucia:** *Alegre;*
- **Bia:** *Tímida;*
- **Matheus:** *Chato;*
- **Ana Luíza:** *Interessada;*
- **Priscila:** *Normal;*
- **Carla:** *Humilde;*
- **Lucas:** *Alegre;*
- **lasmin:** *Difícil;*
- **Fernanda:** *Divertida;*
- **Arthur:** *Legal.*

Das respostas obtidas observamos que apenas 3 podem ser consideradas “negativas”, a saber ignorante, chato e difícil”, o que pode indicar que em linhas gerais os/as adolescentes entrevistados possuem um autoconceito de maneira satisfatória e que se agradam disto. Sabendo que o autoconceito se dá pela experiência de cada indivíduo como formadores de opiniões, valores e comportamentos, conforme a perspectiva de Claudia Andrade:

O auto-conceito pode ser definido como um conjunto de pensamentos e sentimentos que se referem ao *self* enquanto objeto, sendo formado a partir das experiências e das interpretações que efetuam do ambiente que os rodeia, ou seja, permite percecionarem-se como indivíduos dotados de atitudes, valores e comportamentos. (ANDRADE, 2016, p 139).

Na mesma questão, pedimos para eles/as definirem adolescência em breve palavras de acordo com ponto de vista, estas foram as seguintes respostas:

- **Carlos:** *A adolescência por uma parte é boa e outra ruim, boa por que conhece novas pessoas e pode sair sozinho, e a ruim, porque pode se envolver com drogas;*
- **Alexandro:** *É uma fase de transição, onde você vai absorver tudo para passar para a fase adulta, porém tem que reter o que for bom, para passar para a fase maduro;*
- **Edu:** *É uma fase de descobertas;*
- **Maria Alice:** *É uma fase muito boa, mas não curti muito, porque casei cedo. É aproveitar a vida;*

- **Cecília:** *Puberdade;*
- **Maria:** *Adolescência é uma fase complicada, tem hora que a gente fica de um jeito, tem hora que fica de outro;*
- **Tífani:** *A adolescência é uma coisa que deve ser vivida agora. O tempo não para;*
- **Rodrigo:** *Adolescência é uma fase que a pessoa não pensa duas vezes no que vai fazer;*
- **Arthur:** *Fase de crescimento;*
- **Laura:** *É uma fase complicada;*
- **Karen:** *Uma fase diferente de descobertas;*
- **Maria:** *Uma fase de muitos desejos, muitas mudanças, insensibilidade e estar aprendendo coisas novas e amadurecendo;*
- **Letícia:** *É uma fase muito difícil, pois tem muitas adolescentes engravidando;*
- **Jenifer:** *É uma fase mais difícil da vida;*
- **Glaucia:** *É complicada porque está mudando o jeito da pessoa se vestir e falar;*
- **Bia:** *Uma fase boa;*
- **Matheus:** *Uma fase normal;*
- **Ana Luíza:** *Uma coisa boa;*
- **Priscila:** *Adolescência é um pouco chato, porque a pessoa não pode brincar mais;*
- **Carla:** *Uma geração difícil;*
- **Lucas:** *Uma fase difícil;*
- **Iasmin:** *É uma fase de desobediência e aprendizagem, e você tem que definir o que vai ser;*
- **Fernanda:** *É uma fase estranha, pois esta se conhecendo ainda, o corpo está mudando;*
- **Arthur:** *Distraída.*

As falas revelam que parte dos significados de ser adolescente está para o medo do envolvimento com drogas e violência; do desenvolvimento de uma gravidez indesejada; sonhos e descobertas; e atitudes sem prévia reflexão sobre consequências. Tais percepções podem estar conectadas com a ideia da adolescência como uma fase de “rebeldia”, e que por vezes é socialmente reprimida, assim como ao romantismo com que determinados/as artistas *teens* retratam esta fase.

Por fim, ficou evidenciado o papel que a internet exerce sobre a rotina dos adolescentes, servindo-lhes como um meio de interação, lazer, de entretenimentos e de “fuga da realidade”, onde eles se projetam no meio virtual, podendo ser o que ou quem quiserem, construindo para si múltiplas identidades, não necessariamente contraditórias, mas complementares entre si. Tendo vista, que os dados são fundamentos da base teórica, percebemos que tudo o que foi exposto podemos que, para estes adolescentes, a o

consumo de TIC tem contribuído na configuração de mais um espaço de construção da identidade dos adolescentes.

CONCLUSÃO

Concluimos que este presente trabalho buscou compreender a relação do consumo de internet por adolescentes, como meio influenciador (ou não) no processo de construção de suas identidades sociais. Por meio de levantamentos bibliográficos identificamos que a internet tem grande papel influenciador no processo de construção de identidade social dos adolescentes, uma vez que a formação identitária se dá por meio da convivência social e identificação com os grupos de iguais. Assim, a internet tem ocupado um espaço considerável nos cotidianos dos adolescentes que buscam por meio desse veículo o entretenimento e lazer.

Os dados revelaram que mesmo diante de contexto socioeconômico considerado de famílias de classe C e D, todos possuem acesso a internet por meio de smartphones, onde os sites mais acessados são o Facebook, Instagram, Youtube e Whatsap.

A respeito dos aspectos positivos e negativos pontuados pelos próprios adolescentes, no consumo de internet verificamos que grande maioria, tem ciência que a internet oferece um campo aberto para os estudos, porém existem pontos negativos, como a presença de pedófilos e sites inapropriados para a faixa etária. Um fato alarmante pontuado como negativo foi identificado como o alto nível de pessoas desconhecidas que os adolescentes possuem como “amigas” nas suas redes sociais, podendo gerar riscos para os mesmos, sem nem ter ciência de uma ação tão “simples”.

Sobre a influência que a internet exerce (ou não) no comportamento, verificamos que os adolescentes buscam através da internet referências em pessoas famosas e/ou dicas por blogueiros/youtuberes sobre estética, beleza, costumes, esportes, entre outros, o que reflete na decisão de compra dos mesmos, fazendo gerar os mesmos anseios e os mesmos gostos de consumo de produtos, ocasionando assim, numa construção de identidades pautadas no efêmero.

Desta forma então juntamente com os dados obtidos, foi possível identificar consonância entre a teoria e a prática, e que a internet com seus avanços tecnológicos fazem parte da construção da identidade sociais dos adolescentes. Ademais, os/as adolescentes demonstraram ter ciência dos

perigos que envolvem o consumo de internet, o que nos parece relevante tendo em vista os perigos a que podem estar expostos/as.

Ao mesmo tempo, é salutar refletirmos sobre a fala de um dos entrevistados ao afirmar que o lado positivo de usar a internet é que “não precisa mais ler livros”. Tal posicionamento preocupa tendo se considerarmos historicamente não país que prospere sem educação. O desestímulo pode estar ligado ao sucateamento do ensino no país e seu tratamento como mercadoria, em que só camadas privilegiadas podem pagar por um ensino de qualidade.

No entanto, foi desafiador e gratificante realizar este trabalho, onde de forma indireta, mas ao mesmo tempo, participativa juntos aos entrevistados, pude perceber as deficiências e virtudes no vislumbre de opinião de cada um na busca de uma construção de suas identidades. Além disso, diante das pesquisas bibliográficas tive um crescimento no convívio acadêmico na troca de saberes sobre o tema desta monografia.

Este trabalho inspira novos aprofundamentos para quiçá responder questionamentos como: os hábitos de consumo desenvolvidos influenciam a economia familiar? Estes/as adolescentes estão preparados/as para lidar com a vida “adulta”? Além disso, ressaltamos que é um campo desafiador para os/as profissionais de Economia Doméstica, haja vista a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos, grupos e famílias.

APENDICES

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS

Bacharelado em Economia Doméstica

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo e permito que meu filho(a) participe como voluntária/o, do estudo que tem como pesquisadora responsável a estudante de graduação **JULIANE DE SANTANA REIS**, do curso de **ECONOMIA DOMÉSTICA** da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), que pode ser contatada pelo e-mail *julianeereis21@gmail.com* e pelos telefones (81) 9.8896.3622 e (81) 9.7911.9830, sob a orientação da Prof^a Msc **HORTÊNCIA CRUZ DE ALBUQUERQUE**, lotada na referida Universidade. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas com adolescentes participantes da ONG Centro Integrado de Desenvolvimento Vida Plena (CDIVIP), por meio de realização da coleta de dados para a pesquisa sobre **INTERNET NO PROCESSO DA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE SOCIAL DOS ADOLESCENTES**. A participação consistirá em conceder entrevista, que será gravada e transcrita, registrada com imagens e ficará armazenada sob responsabilidade da pesquisadora. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, e que as informações desta pesquisa serão confidenciais e divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, e neste caso será preservado o anonimato das/os participantes, assegurando a privacidade destas. A pesquisadora providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para conhecimento da/o participante, caso haja necessidade. Estou ciente que a qualquer momento os participantes poderão abandonar a pesquisa e que não receberão nenhum pagamento por esta participação.

Assinatura Pesquisadora

Assinatura (Pais/ Responsável)

Recife, ____ de _____ de 2018



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS
Bacharelado em Economia Doméstica

Entrevista n°: ____

ENTREVISTA

Prezado (a) adolescente (a):

Na tentativa de melhor compreender o consumo da Internet na construção da identidade social dos adolescentes participantes da ONG CDIVIP (Centro de Desenvolvimento Integrado Vida Plena) peço que colabore respondendo esta entrevista. Suas respostas serão sigilosas, mantendo seu anonimato. Agradeço sua colaboração e comprometo-me a compartilhar os resultados da pesquisa realizada, caso você se interesse.

Nome (fictício):

Idade:

Sexo:

Série: Escola: Pública Privada

Local: Data: ____ / ____ / ____

1- Levantamento socioeconômico

• **Qual a renda da sua família?**

- Menos que um salário
 Um salário
 Mais que dois salários
 Mais que quatro salários

• **Qual a origem da renda da sua família?**

- Trabalho de Carteira assinada
 Trabalho autônomo
 Pensão
 Bolsa família
 Aposentadoria
 Outros: _____

• **Existem pessoas desempregadas que moram na sua residência?**

- Sim, quem? _____ Não

• **Você mora em casa:**

- Própria ? Aluguel?

- **Quantas pessoas moram na sua residência?**

- **Alguém do seu núcleo familiar possui veículo particular? Se sim, qual?**

- **Você tem internet wifi em casa?**
 Sim Não
- **Possui *smartphone*?**
 Sim Não
- **Onde você costuma acessar mais a internet?**
 No seu celular/*smartphone*
 No seu *Tablet*
 No seu computador
 Em *lan house*
 SmartTv
- **Você é adepto a alguma religião?**
 Sim, qual? _____ Não

2- Identificar aspectos positivos e negativos no consumo de internet e se há influencia no comportamento dos adolescentes.

- **Quais os sites/redes/app sociais que você mais gosta de acessar?**
 Facebook
 Instagram
 Twitter
 YouTube
 Whatsapp
 Outros: _____
- **Quantos amigos virtuais você tem no:**
Facebook? _____
Instagram? _____
Twitter? _____
Outras redes sociais: _____
- **Quantos desses amigos virtuais você conhece pessoalmente?**
 Todos
 Metade
 Menos da metade

- **Você passa quanto tempo por dia acessando a internet?**
 - Menos de uma hora
 - Mais de uma hora (especifique): _____
- **Você se considera popular no meio virtual?**
 - Sim, por quê? _____

 - Não, por quê? _____
- **Você se considera popular nos seus ciclos de amizade (meio não virtual)?**
 - Sim, por quê? _____

 - Não, por quê? _____
- **Seus pais e/ou responsáveis, se preocupam com os conteúdos que você acessa na internet?**
 - Sim, por quê? _____
 - Não, por quê? _____
 - Às vezes, por quê? _____
- **Quais são os pontos que você considera como positivo ou negativo na internet? (riscos/perigos)**

- **Você é fã de algum artista, cantor(a), atriz/ator? Segue nas redes sociais online?**
 - Sim, qual? _____ Não
- **Você se inspira ou já se inspirou em algum influenciador(a) digital? Quais? (especificar se a influência é política, estética, comportamento social)**

- **Como você se define em apenas uma palavra?**

- **Descreva adolescência em breve palavras (pode ser uma frase de uma musica, pode ser um poema).**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta. 1994.

ALMEIDA, Marcos Inacio Severo de. Et all. **Quem Lidera sua Opinião? Influência dos Formadores de Opinião Digitais no Engajamento**. ANPAD- Associação nacional de Pós graduação e pesquisa em Administração. Universidade Federal de Goiás. RAC: Janeiro/fevereiro. 2018. . Vol 22

AMANTE, Lucia et all. **Jovens e processos de construção de identidade na rede: O caso do Facebook**. Revista Educação, Formação & Tecnologia. Julho, dezembro, 2014 Revista **EFT**: <http://eft.educom.pt>

AMARAL, Vera Lúcia do. **Psicologia da educação**. Natal, RN: EDUFRRN, 2007. 208 p.: il.

ANDRADE, Cláudia. **A construção da Identidade, Auto-conceito e Autonomia em Adultos Emergentes**. Psicologia Escolar e Educacional, SP. Volume 20, Número 1, Janeiro/Abril de 2016: 137-146.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Jorge Zahar Ed: Rio de Janeiro. 2004

BARROS, Célia Silva Guimarães. **Pontos de Psicologia do Desenvolvimento**. 12º Ed São Paulo: Ática. 2000.

BOCK, Ana Mercês Bahia. **A adolescência como construção social: estudo sobre livros destinados a pais e educadores**. Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional (ABRAPEE). Volume 11; Janeiro. 2007

BORGES, Maria Alice Guimarães. **A compreensão da sociedade da informação**. Brasília, v. 29, n. 3, p. 25-32, set./dez. 2000.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Estatuto da Criança e do Adolescente / Ministério da Saúde**. 3. ed., Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2008, 9p., Série E. Legislação de Saúde, Lei Nº 8.069, Título I – Das Disposições Preliminares,

CARVALHO, Andrya Verena Silva Rosa. QUEIROZ, Larissa Soares. BERGAMO, Fábio Vinicius de Macedo. **Consumo adolescente: construindo**

a identidade de jovens brasileiras. Brazilian Journal of Marketing - BJM Revista Brasileira de Marketing – ReMark Vol. 16, N. 1. Janeiro/Março. 2017

CLÍMACO, Adélia. Araújo de Souza. **Repensando as concepções de adolescência.** Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 1991

CUNHA. Rejane Nissola. **Apropriação da internet por adolescentes: novas realidades, novos perigos.** Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade federal do rio grande do sul. Porto Alegre. 2010.

Everardo. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. ALCEU. 2000. v.1. n.1. p. 18-37.

FREITAS, Maria Virgínia de (Org.). **Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais.** 2ª ed. São Paulo: Ação Educativa, 2005. 40 p.

KAUARK, Fabiana; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa : guia prático** – Itabuna : Via Litterarum, 2010. 88p.

LIBONATI, Mariana Coêlho. **Facebook como plataforma de emblemas de consumo de intercambistas de graduação.** Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social. Recife, 2017.

MINAYO, Maria Cecília; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

NÓBREGA, Livia de Pádua. **A construção de identidades nas redes sociais.** Fragmentos de cultura:Goiânia. v. 20, p. 95-102, jan./fev. 2010.

NUNES, Paulo. TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação). Know Enciclopédia Temática. Endereço eletrônico: [//know.net/cienceconempr/gestao/tic-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao/](http://know.net/cienceconempr/gestao/tic-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao/). 2016.

PARÉS I MAICAS, Manuel. **Consideraciones sobre la identidad cultural.** In: MARQUES DE MELO. São Bernardo do Campo: IMS, 1996, p. 17-20.

PEREIRA, Danilo Moura; SILVA, Gislane Santos. **As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento.** Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas. Vitória da Conquista - BA.151-174p. 2010

Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil : **TIC kids online Brasil 2017** = Survey on internet use by children in Brazil : ICT kids online Brazil 2017 [livro eletrônico]: Comitê Gestor da Internet no Brasil, São Paulo. 2018.

RAPPAPORT, Clara Regina. Psicologia do Desenvolvimento, Vol. 1-4. São Paulo: EPU. 1981-1982.

RICHARDSON, Roberto Jarry; PERES, José Augusto de Souza. et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas,1999.

ROCHA, ROCIO, Vitor. **Tecnologias da comunicação e informação**. Lisboa: Ed. Autor, 2010. 32 p.

SILVA, Jéssica de Almeida. **A Leitura e a Internet entre adolescentes na “idade virtual”**: uma perspectiva sobre alunos do Ensino Médio do Colégio Estadual Jardim de Meriti. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

SPIZZIRRI, Rosane Cristina Pereira. **O adolescente e os sites de relacionamento virtual:Tipos de uso, auto-estima e apoio social**. Pontifícia universidade católica do rio grande do sul; Faculdade de psicologia; III Mostra de Pesquisa da Pós-Graduação – PUCRS. Porto Alegre-RS. 2008