11º FEPEG FÓRUM ENSINO • PESQUISA EXTENSÃO • GESTÃO
UNIVERSIDADE, SOCIEDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS
ISSN: 1806-549X

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

Autores: POLLYANNA SILVA SANTOS, AYESCA LOREDANY OLIVEIRA BORGES, JACIANY SOARES SERAFIM

RESUMO: Para estudiosos da categoria Identidade, a modernidade representa modificações na construção da percepção de si e pressupondo-se que as mídias possam ter influência nessa percepção, o estudo tem por objetivo verificar a influência das mídias sociais na construção da identidade dos indivíduos, baseando-se em diferentes teóricos, abordando a questão da modernidade líquida de Zygmunt Bauman, a identidade fragmentada dentro do mundo pós-moderno de Stuart Hall e a identidade na modernidade tardia segundo Giddens. A pesquisa, atualmente em andamento, tem caráter qualitativo, com estudo exploratório e descritivo, com corte transversal e retrospectivo. A coleta de dados está sendo feita através do instrumento sondas culturais e de uma entrevista semiestruturada. As sondas culturais podem ser definidas como uma técnica exploratória que tem como objetivo compreender os fenômenos do cotidiano através de registros descritivos dos acontecimentos diários durante um determinado tempo e época delimitados. São 3 sondas que ficarão em posse dos participantes durante 7 dias (Sonda 1: como me vêem/ como eu gostaria de ser visto/ como sou, Sonda 2: Curtir/ compartilhar/ reação e Sonda 3: A caixa das coisas não ditas) quando documentarão sua rotina diária dentro e fora das Mídias Sociais e posteriormente responderão a uma entrevista aplicada pelas pesquisadoras no momento da devolução da sonda. A população é composta por acadêmicos da Faculdade de Saúde Ibituruna – FASI, que tenham de 18 a 25 anos, ambos os sexos, que utilizam mídias sociais e selecionados por conveniência. Estima-se a saturação da amostra em até 30 participantes. Os resultados serão analisados de acordo com a análise do conteúdo de Bardin (2009). Na primeira fase da coleta de dados, onde foi possível colher dados de 15 sondas das 30 entregues, pôde-se perceber uma provável saturação na terceira sonda onde a maioria dos participantes deram respostas parecidas em relação as coisas que não disseram e porque não disseram, respondendo que não disseram determinadas coisas nas redes sociais para evitarem discussões desnecessárias. Através da resposta a esta questão pode-se analisar um possível controle sobre a atitude subjetiva de dizer ou não algo que possa ser mal interpretado ou alguma questão (social, política ou cultural) polêmica, podendo dessa forma, exercer influência nessa construção da identidade do indivíduo.

Aprovação Comitê de Ética: CEP/FUNORTE nº 2.216.430 /2017