



NARRATIVAS DE ALTO DESEMPENHO E AUTOIMAGEM DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

NARRATIVAS DE ALTO RENDIMIENTO Y AUTOIMAGEN DE JÓVENES UNIVERSITARIOS

OVERACHIEVEMENT NARRATIVES AND SELF-IMAGE OF YOUNG UNIVERSITY STUDENTS

José Eugenio Pereira Leite¹

Mônica Buccini Siqueira²

Ermita Ribeiro Lima Xavier³

Maria dos Anjos Lara e Lanna⁴

RESUMO: Este trabalho apresenta o estudo desenvolvido ao longo do ano de 2023, no âmbito das Práticas Investigativas II e III, estágios em iniciação científica na Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. O estudo teve como objetivo investigar as possíveis implicações do discurso de alto desempenho veiculado nas redes sociais sobre a autopercepção e autoimagem de jovens universitários. São exemplos desse tipo de discurso postagens exibindo rotinas altamente produtivas, frequentemente produzidas por influenciadores digitais. Numa abordagem qualitativa e exploratória, foram coletadas narrativas de três jovens adultos, todos atualmente universitários, por meio de entrevistas semiestruturadas e projetivas. A partir das proposições construcionistas de Kenneth Gergen, em diálogo com o conceito de sociedade do desempenho de Byung-Chul Han, articulou-se a análise narrativa das experiências desses sujeitos com as imagens apresentadas no universo on-line, com foco no consumo de mídias de alto desempenho. Foram observados conflitos oriundos da comparação social e personificação dos algoritmos das redes sociais, gerando uma nova forma de relação e percepção de si, que se estrutura perante elevados padrões de performance, processo que influencia a autoimagem dos consumidores desses conteúdos.

PALAVRAS-CHAVE: Alto desempenho; Redes sociais; Jovens universitários; Autoimagem; Comparação social.

RESUMEN: Esta investigación presenta el estudio desarrollado a lo largo del año de 2023, en el ámbito de las Prácticas Investigativas II y III, asignaturas de iniciación científica en la Facultad de Psicología da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. El estudio tuvo como objetivo investigar las posibles implicaciones del discurso de alto rendimiento difundido en las redes sociales sobre la autopercepción y la autoimagen de jóvenes universitarios. Ejemplos de este tipo de discurso son las publicaciones que muestran rutinas altamente productivas, a menudo producidas por /digital influencers/. En un enfoque cualitativo y exploratorio, se recolectaron narrativas de tres adultos jóvenes, todos actualmente estudiantes universitarios, a través de entrevistas semiestructuradas y proyectivas. A partir de las propuestas construccionalistas de Kenneth Gergen, en diálogo con el concepto de sociedad del rendimiento de Byung-Chul Han, se articuló un análisis narrativo de las experiencias de estos sujetos con las imágenes presentadas en el universo online, centrándose en el consumo de contenidos de alto rendimiento. Se observaron conflictos derivados de la comparación social y la personificación de los algoritmos de las redes sociales, generando una nueva forma de relación y autopercepción, que se estructura ante altos estándares de rendimiento, proceso que influye en la autoimagen de los consumidores de este tipo de contenido.

PALABRAS CLAVE: Alto rendimiento, Redes sociales, Jóvenes universitarios, Autoimagen, Comparación social.

ABSTRACT: This work presents the study developed throughout the year of 2023, within the scope of the disciplines of Investigative Practices II and III, at the Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica

¹ Graduando em Psicologia pela PUC Minas e graduando em Ciências Sociais pela UFMG. joseeugenio-ple@outlook.com

² Graduanda em Psicologia pela PUC Minas, com graduação em Letras pela UFMG. buccinimonica@gmail.com

³ Graduanda em Psicologia pela PUC Minas. ermitaxba@gmail.com

⁴ Professora da Faculdade de Psicologia da PUC Minas, com graduação em Psicologia e Ciências Sociais, mestrado em Psicologia Social e doutorado em Linguística, todos pela UFMG. mallanna@pucminas.br

de Minas Gerais. The study aimed to investigate the possible implications of overachievement discourse disseminated on social media over the self-perception and self-image of young university students. Examples of this type of discourse are posts displaying highly productive routines, often produced by digital influencers. In a qualitative and exploratory approach, narratives were collected from three young adults, all currently university students, through semi-structured and projective interviews. Based on Kenneth Gergen's constructionist propositions, in dialogue with Byung-Chul Han's concept of achievement society, we articulated a narrative analysis of these subjects' experiences with the images presented in the online universe, focusing on the consumption of overachievement media. Conflicts arising from social comparison and the personification of social media algorithms were observed, generating a new form of relationship and self-perception, which is structured in the face of high performance standards, a process that influences the self-image of consumers of this type of content.

KEYWORDS: Overachievement, Social media, Young university students, Self-image, Social comparison.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais virtuais tornaram-se uma parte integrante da vida diária, transformando a forma como as pessoas se relacionam consigo mesmas e com os outros. Embora essas plataformas possam oferecer benefícios significativos, como conexão com amigos e familiares, elas também podem repercutir negativamente na saúde mental e na autoimagem dos usuários. Considerando que a maior parte da população com acesso à internet no Brasil concentra-se na faixa etária de 20 a 29 anos (IBGE, 2021), é possível inferir que uma parcela significativa de usuários de redes sociais no país é composta por jovens adultos.

De acordo com Silva, Japur e Penaforte (2020), em uma revisão de literatura de 32 estudos sobre a relação entre o uso de redes sociais e a saúde mental, dos quais 30 contemplaram jovens e adultos, numa faixa etária entre 17 e 30 anos de idade e dois focalizaram apenas adolescentes. Das 32 publicações, 28 (87,5%) indicaram uma correlação entre o uso de plataformas como o Instagram e a insatisfação com a imagem corporal de seus usuários, com impactos sobre o humor e a autoestima. Tais impactos apontam a necessidade de outras investigações, o que é reforçado pelo fato de que a revisão citada se limita a publicações anteriores a 2019, não incluindo, portanto, o período da pandemia que provocou profundas mudanças nos padrões de acesso às redes sociais de usuários de todo o mundo. Além disso, dos estudos revisados pelos autores, apenas um foi realizado no Brasil, o que aponta a importância de atualizar o conhecimento sobre o tema, particularmente no contexto brasileiro.

Um conhecimento corrente nos tempos atuais é que as redes sociais usam algoritmos para maximizar o engajamento dos usuários por meio de uma curadoria personalizada de conteúdo que desperta emoções intensas, como raiva, medo, alegria e tristeza. Nesse sentido, o estudo de Mira e Bodoni (2015) destaca que as redes sociais integram os seres humanos em um grupo organizado que tem em suas conexões um padrão matematicamente avaliável.

Contribui para essa compreensão dialogar com a afirmação de Merleau-Ponty de que o ser humano é, de antemão, um ser corporal e, portanto, a subjetividade é corporificada (Soneghet, 2021), significando que a experiência de um indivíduo é moldada por seu corpo e pelo modo como ele se relaciona com o mundo ao seu redor. No entanto, significativa parte da argumentação de Soneghet se desenvolve em torno dos atravessamentos e vivências que envolvem o corpo físico, deixando de lado os processos que atingem a ideia e a imagem do corpo. Essa perspectiva nos leva a considerar a existência de uma lacuna sobre como a percepção do corpo nas redes sociais afeta o indivíduo, mas também como a própria relação do ser corporal com a realidade, mediada por esse ambiente virtual, pode impactá-lo, sobretudo se considerarmos que plataformas como o Instagram são usadas para a propagação de narrativas motivacionais em relação ao desempenho profissional e ao alcance de padrões estéticos.

Nesse sentido, as proposições construcionistas sociais ressaltam a importância das narrativas na interpretação da experiência pessoal (Grandesso, 2000). Assim, formulou-se a hipótese de que, no ambiente digital das redes sociais, as narrativas podem ser construídas de maneira a reforçar determinados padrões e ideias, o que pode ter um impacto negativo na autoimagem e na saúde mental dos jovens adultos. A partir desse questionamento foi desenvolvido um estudo em caráter de iniciação científica, desenvolvido nas disciplinas de Estágio de Práticas Investigativas II e III, presentes nos cursos da Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Tal questionamento levou à definição do objetivo geral de avaliar de que forma as narrativas associadas ao discurso de alto desempenho nas redes sociais afetam a saúde mental de jovens adultos, especialmente no que tange à autoimagem.

2 PERCURSOS DIALÓGICOS COM A LITERATURA

A seguir será apresentado um panorama das principais ideias articuladoras da problemática tratada no estudo, a partir de levantamento bibliográfico e de artigos constantes nas bases de dados CAPES, Scielo e PePSIC.

2.1 Discurso e narrativas de alto desempenho socialmente construídas

O olhar para o campo das narrativas como parte do discurso socialmente construído se insere num movimento construcionista que tem sua origem nas proposições de Berger e Luckmann (1985) sobre a construção social da realidade, passando pelas contribuições de diversos autores, em variados campos do conhecimento. Além do conhecimento relativo à

temática das “narrativas digitais”, este estudo baseou-se numa articulação teórico-metodológica entre as proposições construcionistas sociais, no campo da Psicologia (Gergen; Gergen, 2010; Grandesso, 2000) e as contribuições da Semiologia (Charaudeau, 2008) no âmbito da Análise do Discurso.

O conceito de “narrativas” remete às histórias que contamos e ouvimos contar a respeito de nós próprios e dos outros. Adotando uma visão pragmática da linguagem, tanto a perspectiva semiológica quanto a construcionista social adotam uma visão de discurso como sendo construído nas relações sociais (Gergen; Gergen, 2010; Charaudeau, 2008).

Da perspectiva construcionista social, o significado é visto como ação coordenada, não residindo na mente individual. Nesse sentido, as narrativas são construções complexas que organizam nossa experiência (Grandesso, 2000).

Entendemos nossa vida em grande parte a partir das histórias nas quais somos os protagonistas. Podem ser histórias sobre tornar-se adulto, se apaixonar, sobre a busca por uma carreira profissional e assim por diante. São histórias de sucesso e de fracasso, de fazer as coisas bem ou menos bem. Quem poderíamos ser se não tivéssemos histórias? (Gergen; Gergen, 2010, p.59)

Considerando que a compreensão que temos do mundo e de nós mesmos é moldada por processos comunicativos e interativos que ocorrem nas relações sociais (Gergen; Gergen, 2010), é possível inferir que o impacto das narrativas digitais sobre a percepção da realidade socialmente compartilhada não pode ser desprezado. Afinal, “tudo que consideramos real é resultado de uma construção social” (Gergen; Gergen, 2010, p. 20). O significado das palavras e das narrativas por elas formadas não estariam nelas mesmas, mas nas relações entre os sujeitos que as usam para a comunicação. Ao descrever a epistemologia construcionista, Grandesso (2000, p. 89) aponta que “as descrições e explicações do mundo são formas de ação social e, como tal, têm significância crítica na vida das pessoas”.

Por sua vez, o conceito de “narrativas digitais” faz parte do mundo repleto de Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), no qual a sociedade está inserida (Rodrigues 2019). De acordo com a autora, para que possamos entender algo que seja humano, pessoal ou grupal, é preciso contar uma história. Assim, é possível se “refletir acerca não só das características estruturais e formais da construção das narrativas como também perceber seus efeitos para o pensamento humano e as construções cognitivas, psicoafetivas e culturais provocadas/produzidas pelo narrar” (Rodrigues, 2019, p. 103).

Paralelamente a isso, ao tratar das narrativas confessionais presentes nas redes sociais, Sibilia (2007, p. 191) aponta que “a principal obra que os autores-narradores desses novos

gêneros autobiográficos produzem é um personagem chamado eu”. Um estudo como realizado por Freitas (2017) também destaca a prevalência de narrativas autobiográficas nas redes sociais que enfatizam o sucesso, a felicidade e o alto desempenho profissional de seus autores. A trajetória desses narradores-autores se estrutura, frequentemente, de uma forma progressiva, na qual a vida “é narrada como sendo cada vez melhor, em uma crescente progressão na direção dos objetivos dos protagonistas” (Gergen, 1994, apud Grandesso; 2000, p. 215). Tal encadeamento narrativo se diferencia de outras formas de estruturação das narrativas, como a regressiva, “em que as ações dos protagonistas os afastam de atingir seus objetivos”, e a estável, “em que os acontecimentos narrados descrevem a trajetória do protagonista como permanecendo essencialmente inalterada” (Gergen, 1994, apud Grandesso; 2000, p. 214-215).

De uma perspectiva construcionista, é de se esperar, portanto, que os usuários das redes sociais, por estarem reiteradamente expostos a determinadas narrativas, tendam a aderir a elas, passando a fazer parte da complexa rede construtora de significados ali presentes. Assim, as pessoas que usam com frequência redes sociais, como Instagram, Tiktok, Facebook, dentre outras, influenciam e são influenciadas pela rede de significados coletivamente construída nesses ambientes virtuais, reproduzindo comportamentos, crenças, formas de se relacionar e padrões estéticos. Entendemos que a mentalidade geral de uma sociedade pode ser compreendida a partir das tendências observadas nos mais diversos grupos que a compõem, o que certamente inclui as redes sociais. Nesse sentido, ressaltamos a importância das contribuições de Byung-Chul Han (2019) para a compreensão das tendências observadas nos discursos presentes nas redes sociais.

2.2 Sociedade do desempenho

Na obra “Sociedade do cansaço”, Han (2019) examina os efeitos sobre a psique humana do que ele denomina “excesso de positividade” na sociedade contemporânea, considerando que o atual contexto social é marcado por uma mudança de paradigma em relação ao que havia sido proposto por Foucault.

A sociedade do século XXI não é mais a sociedade disciplinar, mas uma sociedade de desempenho. Também seus habitantes não se chamam mais “sujeitos de obediência”, mas sujeitos de desempenho e produção. São empresários de si mesmos. [...] A sociedade disciplinar é uma sociedade da negatividade. [...] O plural coletivo da afirmação *Yes, we can* expressa precisamente o caráter de positividade da sociedade de desempenho. No lugar de proibição, mandamento ou lei, entram projeto, iniciativa e motivação. A sociedade disciplinar ainda está dominada pelo não. Sua negatividade gera loucos e delinquentes. A sociedade do desempenho, ao contrário, produz depressivos e fracassados. (Han, 2019, p. 15).

A sociedade do desempenho descrita por Han (2019) valoriza a produtividade, a eficiência e o sucesso individual. A positividade da sociedade do desempenho marca uma nova forma de violência, em que o sujeito é, ao mesmo tempo, vítima e algoz (Han, 2019). Na mesma direção, Freitas (2017) observa que, nas narrativas presentes nas redes sociais, as pessoas tendem a compartilhar apenas os momentos mais positivos e bem-sucedidos de suas vidas, criando uma ilusão de perfeição e felicidade constante. Assim, em redes sociais como Instagram, Facebook e Tiktok, observa-se a proliferação de narrativas de alto desempenho, que parecem fomentar a comparação social e o excesso de autocobrança por parte dos usuários.

2.3 Comparação social

A comparação social é um fenômeno psicológico que desempenha um papel significativo na forma como os indivíduos se avaliam e constroem sua identidade. Podendo ocorrer tanto de forma direta, tomando como referência pessoas presentes em nosso ambiente imediato, quanto de forma indireta, utilizando-se de comparações com pessoas que são representadas na mídia ou que são conhecidas através de informações compartilhadas por outros, "a comparação social é um processo pelo qual as pessoas determinam suas habilidades, opiniões e atitudes, em relação a outras pessoas." (Festinger, 1954, p. 117)

O autor destaca duas formas principais de comparação social: a descendente e a ascendente. De especial interesse para o presente estudo, a segunda forma de comparação social toma como referência pessoas percebidas como superiores em determinado aspecto, como habilidades, conquistas ou status social. Festinger (1954, p. 118) afirma que a comparação ascendente é um processo em que "as pessoas olham para os outros como modelos a serem emulados, como um meio de melhorar seu próprio desempenho."

No cenário virtual, em que os indivíduos frequentemente se deparam com perfis que ostentam alto desempenho, conquistas e momentos felizes, a comparação ascendente pode levar à sensação de inadequação e insatisfação com a própria vida. Isso porque, por mais que as narrativas ali compartilhadas possam ser encenações ou meros recortes da realidade, de acordo com a perspectiva construcionista, em que as redes de significados são discursivamente construídas, é impossível que pessoas expostas a essas narrativas não tenham sua percepção da realidade afetada de alguma forma.

2.4 Corpo e subjetividade

O mundo, enquanto contexto intersubjetivo, desenvolve um campo de atravessamento social e intercorpóreo. Nesse processo, o sujeito, envolvido pelo seu próprio corpo, vive uma experiência de sujeito-corpo, que pode ser compreendido como

[...] veículo da experiência do si mesmo, isto é, uma realidade vivida em primeira pessoa, que constitui o pano de fundo da experiência no mundo, e um objeto, seja quando tomado pela sua capacidade reflexiva, ou quando é tomado em sua posição em instituições sociais e relações de saber/poder. (Soneghet, 2021, p.24).

A experiência do ser humano é amplamente atravessada, então, por essa estrutura corporal, conceituada por Moreira (2020) como mais do que uma simples estrutura visível a olho nu. Nesse sentido, pode-se articular a perspectiva de constituição desse sujeito atravessado pelas narrativas de alto desempenho como um imperativo da verdade com a proposição de Merleau-Ponty sobre um pensar do sujeito engajado com o mundo, de modo que a subjetividade seria constituída pelo “que eu vivo” (Merleau-Ponty, 2012, p. 17 apud Soneghet, 2021, p.24). Assim, no cenário da sociedade do desempenho, descrita por Han (2019), a constituição de uma subjetividade corporificada pelo que se vive caminha pelas experiências de produzir e de desempenhar em níveis elevados a todo instante. Por outro lado, ressalta-se que de uma perspectiva construcionista social, a subjetividade vista como atributo da mente individual faz parte do discurso construído socialmente.

A partir da perspectiva construcionista social (Gergen; Gergen, 2010; Grandesso, 2000) e de definições de vários autores reportadas por Silva, Japur e Penaforte (2020), neste artigo considera-se a autoimagem como uma percepção de si construída na rede de narrativas compartilhadas (Sluzki, 1997), de forma relacional, como autoformulação baseada nas especificações da cultura. Nesse sentido, a autoimagem é entendida como um processo dinâmico transformado pelas narrativas dominantes em diferentes contextos sociais e que também ganha expressão no corpo, uma vez que os significados atribuídos ao “biológico” se articulam a outros marcadores do discurso, considerando o contexto social, cultural, psicológico e religioso.

3 METODOLOGIA

Configurado como um estudo qualitativo, de natureza exploratória (Minayo; Deslandes, 2002), o método adotado consistiu em analisar narrativas construídas em entrevistas se-

miestruturadas e projetivas com jovens adultos universitários. De acordo com o Estatuto da Juventude, pessoas de 15 e 29 anos de idade são consideradas jovens (Brasil, 2013). Já o Código civil (Brasil, 2002) determina que "a menoridade cessa aos dezoito anos completos, quando a pessoa fica habilitada à prática de todos os atos da vida civil", passando a ser, portanto, adulta. Combinando o que se postula em ambas as leis, o presente estudo considera jovens adultos pessoas de 18 a 29 anos de idade.

Partiu-se de uma revisão bibliográfica sobre o tema, a fim de compreender a extensão do discurso de alto desempenho nas redes sociais e sua relação com a saúde mental de jovens adultos. Além disso, a fim de identificar narrativas de alto desempenho potencialmente favorecedoras de comparação social e autocobrança, foram coletados e descritos exemplos de postagens das influenciadoras brasileiras Bettina Rudolph (2023) e Manuela Cit (2023), disponíveis na rede social Instagram. Em seguida, foram realizadas entrevistas visando a explorar as percepções e experiências de jovens adultos em relação a esses conteúdos.

As entrevistas ocorreram no intervalo de duas semanas, no mês de outubro de 2023, de modo virtual e foram gravadas em áudio, mediante autorização dos participantes, constante em termo de consentimento livre e esclarecido. Em seguida, procedeu-se à transcrição ortográfica das falas, como proposto por Biar, Orton e Bastos (2021). Para as entrevistas, foram selecionados três universitários (entre 18 e 30 anos) que utilizam redes sociais e já se depararam, no uso das mesmas, com mídias de alto desempenho. Não foram delimitadas outras características dos entrevistados, com o objetivo de garantir perspectivas diversas na captura de informações. Os participantes foram recrutados por meio de anúncios em comunidades online de estudantes da PUC Minas e UFMG. Os interessados responderam a um breve formulário, por meio do qual foi possível selecionar aqueles cujo perfil atendesse aos critérios previamente estabelecidos.

O formulário ficou aberto por aproximadamente um mês e após esse período foi fechado, registrando, no total, 63 respostas de interessados em colaborar com a pesquisa. Inicialmente foram desclassificados nove candidatos que não se enquadraram no recorte da idade, por terem menos de 18 ou mais de 30 anos. Depois outras doze respostas foram excluídas por serem de pessoas que não estavam cursando uma graduação ou nunca tinham visto conteúdos de alto desempenho, perguntas que compunham o formulário. Por fim, 42 interessados foram considerados aptos e os três primeiros que responderam o e-mail para participação, com possibilidade de serem entrevistados nos horários disponibilizados, foram selecionados.

O modelo de entrevista combinou as modalidades semiestruturada e projetiva, visando ao entendimento acerca da relação entre a autocobrança e a autoimagem dos participantes, a

partir da exposição das experiências pessoais dos entrevistados, de suas percepções e dos impactos do discurso de alto desempenho em sua saúde mental. A escolha da abordagem projetiva na entrevista foi motivada pela dimensão, destacada por Minayo (2002), acerca do convite para que o informante faça elaborações sobre algo que lhe é apresentado. Diante disso, a primeira parte da entrevista foi composta por perguntas destinadas à compreensão do contexto dos informantes. Já a parte projetiva, consistiu de perguntas feitas a partir da apresentação aos entrevistados das seguintes postagens do Instagram produzidas por influenciadoras brasileiras: os reels da empresária Bettina Rudolph (2023) e da estudante de medicina Manuela Cit (2023).

A escolha de analisar mídias produzidas por essas influenciadoras digitais parte da repercussão que os vídeos delas apresentam nas diversas redes sociais. Suas conquistas e rotinas altamente produtivas, que alcançaram e alcançam milhões de visualizações, costumam ser acompanhadas com surpresa pelos mais diversos usuários. A seleção desses perfis está relacionada à dimensão que essas influenciadoras e suas histórias atingem, principalmente pelo fato de que muitos comentários dos vídeos relatam incômodo frente ao exposto, o que levanta um questionamento sobre o que eles poderiam significar para outros jovens adultos.

O método de análise se apoiou nas contribuições da Semiologia (Charaudeau, 2008) para dar conta de alguns elementos envolvidos na complexidade das narrativas produzidas no contrato de comunicação da entrevista, conforme as circunstâncias de interação dessa pesquisa. Esse modelo de Análise do Discurso considera os atos de linguagem como uma encenação que se realiza no ponto de encontro entre o processo de produção e o processo de interpretação, sendo cada um constituído por sujeitos, ao mesmo tempo seres de ação e seres de fala. O ato de discurso compõe-se, assim, de dois circuitos de produção do saber, envolvendo, no mínimo, quatro sujeitos. Os sujeitos do discurso participam do ato de linguagem, visto como ato interenunciativo, como protagonistas (sujeito enunciador/sujeito destinatário) dispostos num circuito interno, aquele da fala configurada, espaço de seres de palavra, e como actantes da comunicação (sujeito comunicante/sujeito interpretante), que ocupam um circuito externo à fala configurada, onde se encontram os seres de ação, seres sociais que estabelecem entre si um contrato de comunicação.

Do ponto de vista da encenação discursiva (Charaudeau, 2008) observa-se que a inserção de uma parte projetiva na entrevista semiestruturada agrega outros dois protagonistas à situação de comunicação. Esses protagonistas assumem lugar num espaço ainda mais interno da encenação discursiva, numa estratégia de fala, similar à da “pesquisa de opinião”, que “fabrica” a existência, na sociedade, de determinados objetos ou seres de valor e de uma preocu-

pação dos indivíduos em relação a eles (Charaudeau, 2008, p. 54). Desse modo, as perguntas endereçadas ao entrevistado (sujeito interpretante) pelo entrevistador (sujeito comunicante) sobre os vídeos das influenciadoras Betinna Rudolph e Manu Cit colocam em ação quatro protagonistas: um sujeito enunciador (EUE) instituído como aquele que busca informação; um sujeito destinatário (TUD), depositário da imagem de quem tem a informação buscada, e dois outros sujeitos (EUE 2 e TUD 2), encaixados nas estratégias enunciativas já configuradas no espaço de fala, sobre cujos saberes e intenções os actantes do contexto externo, entrevistador e entrevistado, fazem suposições após a apresentação de seus vídeos. Além disso, estes últimos supõem mutuamente seus saberes e opiniões acerca das influenciadoras. Dessa forma, analisamos as falas dos participantes considerando não apenas o conteúdo de seus enunciados, mas também a influência que sofrem das suposições acerca dos saberes, intenções e opiniões “fabricados” na encenação discursiva, a partir dos saberes circulantes no contexto social, que emoldura o espaço externo da situação de comunicação da entrevista.

Fonte: autoria própria, a partir de Charaudeau (2008)

Nesse sentido, deve-se levar em conta que a interpretação dos vídeos e indagações pelo entrevistado se baseia na suposição de que o sujeito enunciador das perguntas na entrevista tem uma intenção ao apresentá-los. Da mesma forma, a análise das respostas pelo entrevistador e, posteriormente, pelos autores do estudo, deve considerar a intencionalidade dos entrevistados na configuração de suas estratégias enunciativas, ao assumirem a posição de sujeitos

comunicantes, instaurando novos sujeitos interpretantes, enunciadores e destinatários, num “movimento de gangorra” próprio da dinâmica relacional da situação de entrevista (Pessoa, 2007, p.141).

4 RESULTADOS

Apesar de um número reduzido de participantes, as entrevistas permitiram captar um pouco da realidade de jovens universitários, principalmente sua interação com as redes sociais. A seguir, descrevemos pontos relevantes do perfil e da fala de cada um dos participantes, que receberam nomes fictícios para terem seu anonimato garantido.

4.1 Lucas

Lucas afirmou ter se afastado do Instagram por um ano por considerá-lo altamente ansiogênico. Cerca de um mês antes da entrevista, ele reativou sua conta e relatou que sofre menos impactos negativos agora. Lucas também acessa regularmente o X (antigo Twitter) e o LinkedIn. Ele demonstrou grande preocupação quanto ao controle tanto de sua própria imagem projetada nas redes sociais, quanto dos conteúdos que acessa nessas plataformas.

Hoje eu já não tenho coragem mais de sair postando qualquer coisa por lá. [...] Eu ainda tenho uma certa dependência de controle da minha imagem no Instagram, sabe? [...] Eu controlo muito o que eu vejo lá, tanto no Twitter quanto no Instagram faço bastante uso do filtro.

É interessante observar também que Lucas parece fazer uma distinção entre três tipos de uso das redes sociais, os quais chamaremos de autopromocional, profissional e recreativo, sendo este, nas palavras dele, destinado a “ver meme, achar trem engraçado, rir, ver coisa boba”. A fala de Lucas sugere, ainda, diferentes julgamentos acerca de cada uma dessas categorias de uso das redes. O uso autopromocional das redes sociais refere-se a uma tentativa mais ou menos intencional de projeção de uma imagem ideal. Trata-se do tipo de postagem que não se presta a entreter ou ajudar o destinatário, mas a promover seu autor. O discurso de Lucas evidencia uma reprovação desse tipo de utilização das redes:

[...] foi um dos motivos de eu ter saído do Instagram porque não vejo necessidade nenhuma, antes eu achava isso muito exagerado, tipo assim, ter que postar a sua felicidade o dia inteiro. E como você faz para ultrapassar a sua dificuldade, [...] tipo, ninguém quer saber, minha filha!

O uso profissional das redes não é alvo do mesmo julgamento que o autopromocional, mas, ainda assim, parece ser bastante aversivo para Lucas. O LinkedIn, plataforma essencialmente dedicada a esse fim, é descrito por ele como um “ambiente super tóxico”. A utilização das redes para fins profissionais seria, assim, um “mal necessário” em sua perspectiva.

Finalmente, ao falar do uso recreativo das redes sociais, Lucas não demonstra reprovação ou aversão. Ao contrário, ele parece ver nessa forma de utilização uma possibilidade de relaxamento. Trata-se de algo menos sério e, portanto, de menor impacto. Seria, assim, um uso inofensivo ou o que poderíamos classificar como “positivamente insignificante”. Para destacar essa “insignificância positiva”, Lucas faz uma seleção lexical e usa reiteradamente marcadores linguísticos que conferem à utilização recreativa das redes uma certa desimportância que a torna menos ameaçadora:

Olha, o que eu mais vejo no Twitter é entretenimento, coisa de filme, música, série *e só, mais nada, nada* que [eu] vá pesquisar, sei lá, uma pesquisa específica, um assunto específico. Eu vou lá literalmente para **passar o tempo** com *coisa esdrúxula* mesmo, *coisa idiota*, pra ficar passando tempo mesmo *e só*. (Grifos nossos).

4.2 Cecília

Dentre os três sujeitos, Cecília reportou menos sentimentos negativos após acessar conteúdos de alto desempenho nas redes sociais. Usuária do X e do Instagram, ela parece utilizar essas plataformas com três grandes finalidades: interação com amigos e familiares, desabafo e aquisição de conhecimentos.

Para mim, é muito uma forma de comunicação, porque, como não sou daqui [...] pra eu manter contato, tem que ser pelas redes sociais, sabe? Saber o que os meus amigos estão fazendo, etc. E também preciso de ter uma forma mais de desabafo. Só fazer um comentário do que você está pensando no momento, coisas do tipo. [...] Então, no Instagram, uma coisa assim, o mix entre o que as pessoas que eu conheço estão fazendo, então vídeos, fotos... E conteúdos de criador de conteúdo, principalmente de receita, eu gosto muito de cozinhar. E no Twitter é mais o recíproco do que eu faço assim, ver o que as pessoas do meu círculo também estão passando, comentando, etc.

Cecília afirmou, ainda, que busca seguir influenciadores que vivem uma realidade mais próxima da sua, em comparação àqueles que ostentam um padrão de vida muito elevado em suas postagens.

A não ser que seja uma pessoa mais condizente com a minha realidade, por exemplo, tem uma *influencer* que eu sigo há um tempo que ela faz o vlog do dia do Barão dela. [...] Uma casa super simples, igual à de todo brasileiro médio. [Ela] tem dificuldade em comprar as coisas no mercado e vai fazendo receita com o que ela

tem. [...] Então, assim, é muito mais natural, porque acho que esses vídeos [apresentados na entrevista] parecem muito artificiais.

Em relação ao discurso de alto desempenho presente nas redes sociais e aos impactos deste sobre sua autoimagem, Cecília relatou não ser muito afetada. Em sua perspectiva, isso seria devido, sobretudo, à seleção dos tipos de perfis seguidos (feita por ela mesma) e dos perfis que lhe são sugeridos (feita pelo algoritmo das plataformas). No entanto, quando chega a ter contato com discursos de alto desempenho como os presentes nas postagens exibidas durante a entrevista, Cecília afirmou sentir raiva e uma certa frustração com sua própria rotina de autocuidados.

Eu sempre brinco que meu algoritmo é muito bom. Já vi muita gente reclamando de “ai, apareceu um conteúdo ruim ou meio repetitivo”, coisas do tipo. Mas o meu algoritmo é muito afiado para as coisas que eu tenho interesse.

[...] É, eu acho que para mim, principalmente a segunda [*postagem apresentada na entrevista*], me dá até um pouco de raiva assim, porque é muito irreal você postar isso. [...] Então eu acho que é muito privilegiado, e ela não reconhece isso, sabe? Esses videozinhos dão a entender que todo mundo consegue fazer desse jeito.

[...] Eu acho que a única forma que eles me afetam um pouco é de pensar mais em autocuidado, talvez ficar um pouco frustrada nessa sensação de “ah eu podia estar me cuidando mais, eu podia estar fazendo mais skincare e cuidando mais da minha saúde”. Mas em relação à estética, eu acho que não. Não me pega tanto.

4.3 A|

Ana acessa regularmente o X, Tiktok e Instagram, atribuindo a cada uma dessas plataformas uma finalidade diferente.

Eu uso o TikTok mesmo pra passar o tempo (*uso recreativo*). O Twitter um pouquinho mais para, enfim, me manter informada, porque acaba que lá é a rede que todas as notícias aparecem mais fáceis (*acesso a notícias*). E o Instagram é porque é o único contato que eu tenho com outros colegas meus de escola, ou se não de gente da minha família, e acaba que, como o Facebook eu não vou usar, o Instagram é o que sobra (*interação com amigos e familiares*).

Quanto aos conteúdos que consome, Ana expressou grande interesse por notícias de política e uma postura ativa quanto à busca e checagem desses conteúdos.

Eu gosto bastante de estar por dentro de qualquer notícia envolvendo política ou de qualquer coisa que esteja acontecendo no país no geral. Todas as informações acabam impactando muito em mim. Qualquer notícia, eu vou checar se aquilo realmente tem alguma base, se uma informação que eu leio é realmente verdadeira, se eu não estou caindo em, sei lá, algum charlatanismo [...].

Ela relatou, ainda, sofrer impactos negativos do discurso de alto desempenho presente nessas plataformas.

Ah, totalmente negativo. Ver alguém com uma realidade totalmente fora da minha e que tenta de todas as formas influenciar que aquilo é possível, que você tem que se desdobrar em 30 pra conseguir aquilo, e aí você consegue. Nunca me fez bem, e eu percebo isso hoje em dia, e eu tento não me engajar com isso. É impossível para mim seguir uma rotina desse jeito. E me fazia muito mal antes. Eu não gosto de ficar consumindo e eu acho que só faz eu ficar me comparando com algo que não faz sentido para mim.

5 DISCUSSÃO

A seguir, procedemos à discussão dos resultados conforme a metodologia proposta e em diálogo com as contribuições da literatura anteriormente apresentadas.

5.1 Uso crítico das redes sociais: um caminho rumo ao ponto final significativo

Todos os participantes acessam com uma frequência diária o Instagram e o X. Foram mencionadas ainda as redes Tiktok e LinkedIn. Ao serem questionados quanto à escolha dos conteúdos acessados, os três afirmaram que procuram filtrar aquilo que aparece em suas *time-lines*, seja seguindo ou deixando de seguir determinados perfis, seja utilizando ferramentas de filtragem das próprias plataformas. É importante destacar que, conforme Charaudeau, “interrogar é dar importância ao objeto da interrogação” (2008, p. 54). Assim, é possível que, antes da entrevista, os participantes fizessem essa curadoria de forma menos intencional e consciente do que relataram, o que se estende às outras atitudes narradas. No entanto, ao serem questionados sobre essa escolha deliberada dos conteúdos a que se expõem, os participantes possivelmente inferiram que fazer uma curadoria dos perfis seguidos é algo importante.

Além disso, a pergunta acerca da filtragem do conteúdo evocou, na fala de todos os participantes, a narrativa pessoal de experiências negativas relacionadas a um uso acrítico das redes sociais no passado, o que, no presente, teria sido resolvido ou amenizado por uma maior criticidade na escolha dos conteúdos acessados. Todos os sujeitos relataram ter sentimentos negativos ao entrarem em contato com discursos de alto desempenho nas redes sociais, como os que estão presentes nas mídias exibidas na segunda parte da entrevista. Especificamente quanto à autoimagem, os participantes são ou já foram afetados negativamente por esse tipo de conteúdo, ainda que estejam cientes de que tais postagens não refletem a realidade.

Nos relatos dos participantes do estudo, o ponto final significativo (Gergen, 1994, apud Grandesso; 2000) parece ser a manutenção do uso das redes sociais, sem que isso lhes gere o sofrimento decorrente da comparação social ascendente descrita por Festinger (1954) e

do sentimento de fracasso típico da sociedade do desempenho, conforme apontado por Han (2019). Os entrevistados relataram avanços em direção a esse objetivo por meio de um uso mais crítico das redes sociais. Todos eles relataram que, no passado, foram negativamente afetados por discursos de alto desempenho presentes nessas plataformas, o que os levou a modificar a maneira como as utilizam, adotando uma postura mais crítica quanto aos conteúdos acessados.

Eu acho que não me afeta tanto mais, mas já me afetou a ponto de eu ter que me retirar das redes sociais. Então, só não me afeta mais porque eu consegui sair, consegui ter um novo olhar diante disso, sabe? (Lucas)

E, pelo menos para mim, essa coisa de comparação já foi uma questão muito grande. [...] Mas você tem que sempre fazer questão de sair dessa bolha. E é uma coisa que eu tenho tentado há uns anos, já. (Cecília)

Durante a pandemia, principalmente, eu estava trancada em casa, assim como a maioria das pessoas, e ouvia o tempo todo que eu não estava estudando o suficiente para o Enem, e a única coisa que eu conseguia pensar era que eu era inútil, que eu não estava me esforçando o suficiente. E aí quando chegou a nota do Enem de 2020 e eu vi que não foi boa, para mim confirmou aquilo tudo, porque tinha gente mostrando que tirou 900 e estudava de casa, não era tão difícil assim e aquilo só foi fazendo mal. Tanto é que, no Enem de 2021, eu fui bem pior, porque eu simplesmente pensei: vale a pena eu ficar estudando? Porque eu não sirvo pra isso. Eu só consegui uma nota melhor no de 2022, e foi quando eu parei de tentar consumir esses conteúdos e tentar ficar me comparando com esse tipo de coisa. (Ana)

Um aspecto estrutural em comum nos relatos de Cecília e Lucas é o que Gergen classifica como narrativa progressiva (1994, *apud* Grandesso; 2000, p. 215). Isso significa que esses participantes descreveram uma série de acontecimentos que os aproximam sucessivamente do ponto final significativo. Já no caso de Ana, é perceptível o que Gergen (1994, *apud* Grandesso; 2000, p. 215) denomina narrativa regressiva-progressiva, por primeiro se distanciar e depois se aproximar do ponto final significativo. Apesar de todos os relatos descreverem trajetórias em que, ao final, há uma aproximação do objetivo de seus protagonistas, observa-se a persistência de um mal-estar associado à utilização das redes sociais que parece não ser apaziguado por um senso crítico por parte dos usuários. Acreditamos que esse incômodo pode ser entendido considerando-se a relevância dos valores circulantes nas narrativas de alto desempenho na configuração das experiências corpóreas envolvidas na formação da subjetividade.

5.2 A interação sujeito-mídias e a autoimagem

As narrativas expressam a relevância do caráter relacional para pensar a influência das mídias digitais, importância descrita pelo próprio nome atribuído às mesmas: redes sociais. A

perspectiva de Soneghet (2021) quanto à existência de uma dinâmica interacionista fundamental para observar a formação da autoimagem, dimensão que pode ser percebida nas redes sociais, como também apresentado pelas narrativas, aparece na afirmação de Ana sobre ter desenvolvido uma autopercepção negativa a partir do discurso de alto desempenho em conteúdos que via online. Isso leva a pensar que a constituição da autoimagem de um indivíduo também é influenciada pelas relações que ele mantém nessas plataformas.

Dessa forma, na malha interacional online, o envolvimento vai para além do eu com um outro por existirem relações com vídeos, fotos, postagens e até mesmo com o *algoritmo*, figura personificada nas narrativas colhidas. Portanto, a comparação social apresentada por Festinger (1954) se dá não apenas na interação com amigos e familiares, mas também com mídias, que, por sua vez, entram na dinâmica interacionista da autopercepção. Assim, entende-se a relação negativa apresentada por Ana, que afirma que acessar as mídias de alto desempenho "só faz eu ficar me comparando com algo que não faz sentido para mim".

A influência dos algoritmos já vem sendo debatida de maneira ampla em diversos campos do saber, como por exemplo, a dimensão política (Silveira, 2019). É certo que essas tecnologias, como a Big Data, engendram e modulam comportamentos e escolhas para além do âmbito digital, expressando a transposição de experiências ali ocorridas para outras áreas da vida. Como narrado por Ana no momento em que, relembrando os vídeos de alto desempenho, afirma que “esses vídeos, já teve época que eles apareciam mais pra mim e eu fazia questão de deixar bem claro pro algoritmo que eu não estava me interessando”, existe uma atividade do eu em relação com o algoritmo. Assim, esse coletivo de informações sobre a vida de uma pessoa consegue levar até ela conteúdos que dialogam com sua experiência de vida, aumentando a influência deles na autoimagem.

Por isso, vídeos como os feitos por Bettina Rudolph e Manu Cit mostram pessoas com vidas muito atípicas, apresentadas como patamares inalcançáveis, ou praticamente inalcançáveis, para a dinâmica da comparação no processo da autopercepção. No contexto universitário, principalmente no universo de jovens adultos onde as mídias exercem influência central, ideias de perfeição ou alto desempenho na vida acadêmica ganham destaque. Assim, são difundidas as ideias que Cecília, por exemplo, percebe em suas redes, de que “faculdade é um mar de rosas e que dá tempo de você fazer tudo”.

5.3 Bem-estar e cultura do alto desempenho

O caráter projetivo da entrevista permitiu analisar como os entrevistados interagem com vídeos de alto desempenho, no intuito de observar como outros jovens universitários possivelmente interagem com esse tipo de conteúdo. Com isso, a projeção desses vídeos que projetam vivências altamente produtivas de influenciadoras, propiciou a emergência de narrativas sobre o próprio envolvimento dos sujeitos com o valor de produtividade intensa e sobre o modo como elas expressam a relação estabelecida pelos jovens universitários entre o ideal do alto desempenho de suas rotinas e sua autoimagem.

Dos vídeos apresentados na entrevista projetiva, o de Bettina Rudolph (2023) apresenta um tom motivacional, exaltando o crescimento profissional da autora. Para isso, ela recorre a uma narrativa progressiva, descrevendo sua trajetória desde os tempos em que ensinava sapateado, trabalhava como modelo e panfletava para complementar a renda até os dias atuais, em que ela relata ser uma empreendedora de sucesso. Já o vídeo de Manuela Cit (2023) descreve um dia na vida da influenciadora, exaltando um estilo de vida dinâmico. Nele, a estudante de medicina demonstra ter uma rotina altamente produtiva, realizando diversas atividades simultaneamente ou seguidamente. Dessa forma, pode-se dizer que o primeiro vídeo apresenta um arco narrativo progressivo, enquanto o segundo, embora não apresente o desfecho feliz, narra sua caminhada em direção a ele. Em outras palavras, Rudolph (2023) descreve como chegou ao sucesso, Cit (2023) demonstra como vai chegar lá.

As respostas dos entrevistados à pergunta sobre como são afetados por esse tipo de conteúdo apontam elementos convergentes. Todos os participantes manifestaram desagrado em relação a influenciadores digitais que ostentam uma vida altamente produtiva.

Só que nem todo mundo tem essa rotina, nem todo mundo tem essa facilidade de organização. Nem todo mundo tem esse interesse de ter uma rotina com tantas atividades assim durante o dia e tal, enfim, eu acho que se você não souber para que você está usando a rede social, você vai acabar caindo nesses buracos aí que ela vai te levar pra um monte de caminho diferente, sendo que vai ficar totalmente perdido assim. (Lucas)

Eu não gosto, me dá mal-estar pensar em gente que realmente se inspira em pessoas com uma vida assim tão desconectada da realidade. Okay você querer mostrar o seu dia a dia e tudo, mas parece uma coisa tão engessada, tão fora de mão. Eu sei que a maioria das pessoas não conseguiria seguir aquilo à risca. (Ana)

Lucas também expressa a complexidade da rotina moderna, ressaltando que, nos dias atuais, nem todos os indivíduos conseguem manter uma distribuição estruturada, um planejamento meticuloso, ou nem mesmo anseiam por hábitos rotineiros extremamente estabeleci-

dos, com a mesma flexibilidade que se vislumbra no vídeo de Cit (2023). Ademais, destaca-se a importância de discernir e compreender as motivações ocultas ao explorar as redes sociais, dado o vasto campo de temáticas que permeiam esse cenário digital. Cada usuário detém, sob suas mãos, a prerrogativa de optar por acessar ou abster-se de determinados conteúdos. A reflexão do entrevistado sublinha a importância de internalizar o propósito por trás do uso das redes sociais, visando a evitar desvios e preservar uma postura congruente e consciente em meio à proliferação infinita de conteúdos online. Consoante à perspectiva de Rodrigues (2019) há uma premente necessidade de considerar a acomodação pertencente a uma narrativa, com vista a identificar os impactos que podem emergir sobre os indivíduos que as consomem.

É possível perceber a relação dessas mídias com a realidade social descrita por Han (2019), em que impera um “excesso de positividade”, uma vez que existe nesses vídeos a valorização da produtividade, da eficiência e do sucesso individuais. Com isso, a questão da saúde mental retorna para o debate, principalmente ao encontrar as diversas queixas de desconforto narradas perante esse ideal expresso nas mídias, como a fala de Cecília, que diz que isso a deixava “até com um pouco de raiva, porque é muito irreal você postar isso”. Lucas também denuncia o excesso de positividade típico da sociedade do desempenho ao dizer que “achava isso muito, muito exagerado, tipo assim, ter que postar a sua felicidade o dia inteiro”. Por fim, Ana relatou que, nos momentos em que viu “alguém com uma realidade totalmente fora da minha e que tenta de todas as formas influenciar que aquilo é possível”, teve pensamentos como “eu não sirvo para isso” e “eu não estava estudando o suficiente”. Assim, é possível perceber que essas mídias, carregadas de ideias de alta performance, geram um impacto visível nas narrativas colhidas e afetam de alguma forma o bem-estar dos jovens universitários entrevistados.

6 A CAMINHO DO PONTO FINAL SIGNIFICATIVO

Na busca de um resultado final, própria dos objetivos presentes nas narrativas científicas, pode-se considerar que o percurso aqui empreendido avançou com passos significativos em direção ao conhecimento das possíveis implicações do discurso de alto desempenho veiculado nas redes sociais sobre a autopercepção e autoimagem de jovens universitários. Em suas narrativas, os entrevistados descreveram experiências negativas relacionadas ao uso acrítico das redes sociais no passado e uma posterior melhora na interação com essas plataformas, mudança motivada a partir de uma maior criticidade na escolha dos conteúdos ali acessados.

Entretanto, considerando-se os parâmetros propostos por Gergen (1994, *apud* Grandesso, 2000), observou-se que suas narrativas variaram em termos dos sinais de demarcação, com histórias marcadas de forma progressiva, sucedidas por marcas de estabilidade, ou apresentando sinais de demarcação regressiva, sucedida por uma direção progressiva.

Do ponto de vista da interação dos entrevistados com as mídias digitais, suas narrativas apontam uma tentativa de curadoria dos conteúdos visitados nas redes sociais, associada à personificação do algoritmo. A análise revelou uma narrativa crítica e reflexiva em relação ao uso das redes sociais, especialmente no que diz respeito à seleção e filtragem de conteúdos, baseada na avaliação de que experiências negativas com as redes sociais no passado influenciam suas atitudes atuais, levando-os a realizar essa curadoria dos conteúdos acessados, selecionando perfis condizentes com sua realidade para evitar sentimentos negativos.

Além da busca por controle das mídias consumidas, pode-se considerar que o controle sobre a própria imagem projetada nas redes sociais também é selecionado como um elemento relevante para se chegar ao ponto final significativo. A ação de distinguir diferentes tipos de uso das redes sociais foi associada à reprovação do uso autopromocional e à aceitação do uso recreativo. Essa diferenciação também reflete uma postura crítica em relação às diferentes formas de uma pessoa se apresentar nas redes sociais.

Nota-se também que os discursos de alto desempenho portam narrativas que exaltam o sucesso, o bem-estar, a saúde e a busca por controle, busca essa também valorizada nas narrativas dos entrevistados. Vale ressaltar, entretanto, que no contrato de comunicação de uma entrevista semiestruturada e projetiva, a produção de sentido sobre os impactos do discurso de alto desempenho nas redes sociais ocorre na interface das relações entre os vários sujeitos, oscilando entre o explícito e o implícito dos atos de linguagem. Lembrando ainda que estes são produzidos segundo a posição de enunciação ocupada pelos lugares de perguntar o que se imagina que o destinatário sabe, responder ao que se supõe ser o saber desejado pelo destinatário. Em meio a esse jogo oscilante de lugares, somam-se aqueles ocupados pelo sujeito enunciador da narrativa digital, encaixada na encenação discursiva da entrevista, que solicita um saber referido a um pretensão cotidiano do destinatário dos vídeos. Tudo isso nos remete ao universo dos “possíveis interpretativos”, que apontam a necessidade de ampliação e aprofundamento da compreensão da dinâmica de construção social, tanto do conhecimento específico sobre o papel das redes sociais na formação da autoimagem e das narrativas pessoais dos usuários, quanto do conhecimento em geral.

Apesar de agregar aos estudos sobre a relação entre autoimagem e redes sociais de jovens adultos, este estudo apresenta algumas limitações. O grupo entrevistado, composto por

três universitários que estudam em Belo Horizonte, é um pequeno recorte na quantidade e diversidade. Por ser um estudo exploratório desenvolvido no âmbito de duas disciplinas da graduação, as condições de estudo não permitiram abarcar mais pessoas, regiões e ou universidades. Junto a esse limite houve o desafio de avançar no estudo da hipótese trabalhada, principalmente pelo fato de que os entrevistados apresentavam a percepção de si de maneira pouco significativa, ou seja, não desenvolveram muito a questão da autoimagem, mas sim sobre sua relação com as mídias e o algoritmo.

No entanto, esses limites não invalidam as questões levantadas por esses jovens universitários. Assim, surge como possibilidade para futuros estudos continuar essas investigações com amplitude ou recorte mais estruturado. Seria importante pensar também como as questões de gênero, “raça”, classe e sexualidade se apresentam nesse processo, especializando as amostragens com o horizonte teórico da interseccionalidade. Além disso, parece pertinente ampliar o número de entrevistados seguindo o mesmo modelo utilizado nesta pesquisa, a fim de analisar a aplicabilidade dos achados frente um grupo maior e ou distinto de entrevistados. Reconhece-se também a importância de desenvolver mais estudos articulando desempenho, autoimagem e saúde mental, questão não abordada na revisão de literatura e nas entrevistas realizadas. A inclusão da saúde mental nessa dinâmica poderia ampliar a aplicabilidade das percepções produzidas na análise das pressões sociais da comparação. Finalmente, considerando que o conhecimento científico também se tece na rede de narrativas, o caminho para novas construções permanece aberto a outras buscas de um ponto final significativo.

REFERÊNCIAS

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 7ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

BIAR, L. A.; ORTON, N.; BASTOS, L. C. A pesquisa brasileira em análise de narrativa em tempos de “pós-verdade”. **Linguagem em (Dis)curso** – LemD, Tubarão, SC, v. 21, n. 2, p. 231-251, maio/ago. 2021.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 1 nov. 2024.

BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Diário Oficial da União, Brasília, 2013.

Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112852.htm. Acesso em: 1 nov. 2024.

CIT, Manuela. **Vlog de uma estudante tankuda**. Rio de Janeiro, 01 out 2023. Instagram: @manucitdaily. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/Cx3bZs4rb95/?igshid=YjVjNjZkNmFjNg==> Acesso em: 3 jun. 2023

CHARAUDEAU., P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

FESTINGER, Leon. **Theory of Social Comparison Processes**. 1ª ed. New York: Harper & Row, 1954.

FREITAS, K. C. **O imperativo da felicidade na plataforma de rede social Instagram**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/33441>. Acesso em: 3 jun. 2023.

GERGEN, K.J.; GERGEN, M. **Construcionismo social**: um convite ao diálogo. Rio de Janeiro: Editora Noos, 2010

GRANDESSO, M. A. **Sobre a reconstrução do significado**: uma análise epistemológica e hermenêutica da prática clínica. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2000.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2019.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Informativo: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2021. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101963_informativo.pdf. Acesso em: 29 mai. 2023.

MINAYO, M. C. S.; DESLANDES, S. F. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MIRA, J. E.; BODONI, P. S. B. Os impactos das redes sociais virtuais nas relações de jovens e adultos no ambiente acadêmico nacional. **Revista de Educação**. v.14. n.17, p. 103-115. 2015.

MOREIRA, M. D. A Construção da Imagem Corporal nas Redes Sociais: Padrões De Beleza e Discursos de Influenciadores Digitais. **PERcursos Linguísticos**, [S. l.], v. 10, n. 25, p. 144–162, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/percursos/article/view/30680>. Acesso em: 5 jun. 2023.

ORLANDI, E. P. **Língua Brasileira e outras histórias**. Campinas: RG, 2009.

PESSOA, F. C. As relações interpessoais nos domínios do contar e fazer contar as narrativas populares da Amazônia Paraense. In: MARINHO, J. H. C.; PIRES, M. S. de O.; VILLELA,

A. M. N (orgs.). **Análise do Discurso**: ensaios sobre a complexidade discursiva. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2007, p. 139-158.

RODRIGUES, A. Mídias, efeitos de sentido e práticas de leitura e escrita: o que nos contam as narrativas digitais? In: **Leitura: Teoria & Prática**, Campinas, São Paulo, v.37, n.75, p.101-113, 2019.

RUDOLPH, Bettina. **Se eu não tivesse trabalhado [...]**. Ceará, 22 jan 2023. Instagram: @berudolph. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CnuOzYTBTOY/?igshid=MzRlODBiNWFlZA>. Acesso em: 3 jun. 2023.

SIBILIA, P. **O show do eu**: Subjetividade nos gêneros confessionais da Internet. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/30/teses/686522.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2023.

SILVEIRA, S. A. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. [S. l.]: Edições Sesc SP, 2019.

SILVA, A. F. de S.; JAPUR, C. C.; PENAFORTE, F. R. de O.. Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários: revisão integrativa. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 36, n. e36510, p. 1-9, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/YhYLPmGdBKMTdsZhk5kbYVJ/?lang=pt> Acesso em: 24 mar. 2023.

SLUZKI, Carlos E. **A rede social na prática sistêmica**: alternativas terapêuticas. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1997

SONEGHET, L. F. A subjetividade corporificada nos marcos da sociologia existencial. **Civitas**: Revista De Ciências Sociais, 2021, 21(1), 23–34.