

# **A MÍDIA ENQUANTO POSSÍVEL MODELO IDENTITÁRIO PARA A ADOLESCÊNCIA**

Guilherme de Almeida SOUZA (UnilesteMG); Carla Fernanda Cacau de ARAÚJO (UnilesteMG); Anizaura Lídia Rodrigues de SOUZA (UnilesteMG)

**Objetivo:** Analisar a influência dos modelos identitários passados pela mídia no processo de construção de identidade dos adolescentes, identificando os modelos que possivelmente influenciam essa construção e ainda entender como a identidade adolescente se forma. **Metodologia:** O trabalho se propõe a fazer uma pesquisa exploratória. A amostra será composta por 30 adolescentes entre 15 e 18 anos, de uma escola privada da região do Vale do Aço. Será utilizado o EOMEIS-2, uma escala auto aplicável, de origem norte-americana, validada para amostras brasileiras, sendo o instrumento de estudos de identidade mais citado na literatura internacional. Serão incluídas ao instrumento 6 questões que pretenderão avaliar a influência da mídia sobre o processo de formação da identidade, previamente autorizadas pela autora do instrumento. A escala não oferece risco aos participantes, nem os expõe a perguntas inibidoras, ou constrangedoras. **Resultados:** Com os resultados do trabalho espera-se melhor compreender as relações entre os modelos de comportamento passados pela mídia e a construção de identidade nos adolescentes, qual a interferência midiática nesse processo, já que a mídia participa ativamente nas pautas de processos identitários. Considerando também a necessidade de produção de conhecimento que contribua para a concepções naturalizantes, e que reduzam o fenômeno adolescência à esfera meramente biológica ou mesmo social, o trabalho pretende caminhar nesse sentido de pesquisa e adquirir uma visão global do processo estudado. A relação da mídia com a construção da identidade no adolescente se constitui um saber muito relevante, considerando que a identidade sofre grandes influências no período da adolescência e que a mídia exerce um grande impacto nessa fase. **Conclusão:** Enquanto principal forma propagadora de ideologia, a mídia é participante ativa dos processos identitários, devido a sua produção e reprodução de formas simbólicas. O “sujeito” não é um produto da natureza, e sim produto dos discursos em seu entorno, daí o potencial de influência dos veículos midiáticos nas pessoas.

**Palavras-chave:** Mídia. Adolescente. Identidade.