

A exposição e a participação de crianças na internet: o olhar de pais e filhos na Amazônia paraense¹

Alice Martins MORAIS²

Bárbara LEÃO; Juliana THEODORO; Lidia SAITO; Matheus Costa de MELO³

Elaide MARTINS⁴

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

O documentário “Crianças: exposição e participação na internet” busca compreender a dinâmica da exposição e participação de crianças na internet a partir da relação entre pais e filhos. Estrutura-se no testemunho de famílias que contam suas experiências vivenciadas nas redes sociais digitais e no depoimento de uma psicóloga que analisa esse fenômeno. A amostragem serviu para reflexão e análise do contexto contemporâneo de exibição infantil na internet e para a descoberta, em sumo, da iniciativa das crianças em apropriar-se da internet, como de seus anseios e potenciais em produzir cultura, além de permitir observar características consumistas pós-modernas a partir do olhar desses personagens.

PALAVRAS-CHAVE: crianças; exposição na internet; redes sociais; documentário.

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade pós-moderna, de acordo com os estudos de Zygmunt Bauman (2008), o indivíduo só existe se consumir. Se não consome e não é consumido, torna-se invisível. A própria infância na pós-modernidade “se constrói: de consumo, de espetáculo midiático, tecnológico, rápido, efêmero” (ALCÂNTARA e GUEDES, 2014, p.101). Nesse contexto, a criança, assim como o adulto, possui a necessidade de vender sua imagem, tornar-se mercadoria, consumir e ser consumida. “A sociedade de consumidores, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja, ou reforça a escolha de um tipo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (BAUMAN, 2008, p.71).

O consumo encontra um campo fértil na internet, o sistema global de redes de computadores que congrega mídias distintas e é alimentado por conteúdos produzidos também pelos usuários. Neste cenário, a exposição pessoal do usuário tem servido de

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade CA 02 Filme de não ficção/documentário/ docudrama (avulso).

² Estudante do sétimo semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. E-mail alicemmorais@gmail.com

³ Estudantes do sétimo semestre de Comunicação Social – Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará. E-mails: barbaraleao1990@gmail.com ; juu.theodoro@hotmail.com ; lidiasaitoliveira@gmail.com; matheuscmelo95@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho e professora doutora do curso de Comunicação Social-UFGPA. E-mail elaidemartins@gmail.com

publicidade de si mesmo, criando uma rede de relacionamentos que funcionam como espécies de vitrines de sua própria vida (BIEGING, 2012). E essa exposição, compreendida aqui como o ato de expor, exhibir, apresentar imagens, ideias, opiniões e informações pessoais, acontece no campo midiático com as crianças, inclusive, quando ainda são bebês, cujas imagens e feitos são comumente exibidos pelos próprios responsáveis a partir da publicação e compartilhamento em redes sociais digitais, reforçando “a condição da criança como mercadoria” (ALCÂNTARA e GUEDES, 2014, p.102), que pode possibilitar agregação de valor ao país. Desde muito cedo submetida à exposição, a criança pode incorporar a prática de venda de si e do outro para fazer parte da sociedade de consumo, reforçando a exibição por participação própria.

Ao exhibir-se em busca de visibilidade, ao “vender” sua imagem e/ou estilo de vida, tal qual o adulto, a criança tenta criar uma versão de si ao mostrar na internet o que quer que seja e/ou o que quer que os outros vejam como sua realidade, criando um novo universo que pode se tornar “mais real” do que a sua própria realidade, uma hiper-realidade, um simulacro (BAUDRILLARD, 1991).

A fim de tentar compreender a dinâmica da exposição e participação de crianças na internet, partiu-se para a pesquisa sobre a temática e para a produção experimental de um documentário. Este produto pauta-se sob a perspectiva da relação entre pais e filhos, enfocando-se seus testemunhos, experiências e vivências, como também observando o uso que eles fazem da rede social digital Facebook, considerada a maior do planeta em número de usuários⁵. O documentário também se estruturou a partir da análise de uma profissional de psicologia estudiosa sobre esse e outros fenômenos sociais contemporâneos, cujo depoimento nos ajuda a identificar e analisar características da chamada sociedade de consumo.

2 OBJETIVO

Como objetivo geral, o presente trabalho consiste em produzir um vídeodocumentário para focar e analisar a exposição e a participação das crianças na internet, cuja iniciativa antes restrita aos pais agora vem dos próprios filhos. A abordagem é feita a partir de testemunhos de adultos e crianças de duas famílias paraenses: uma da capital (Belém) e outra do interior do estado do Pará, mais exatamente do município de

⁵ Segundo dados divulgados pelo próprio Facebook, foram contabilizados 1,39 bilhão de usuários ativos em 2014. Mais informações em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/01/1581963-facebook-supera-estimativa-de-receita-de-analistas-usuarios-ja-sao-14-bi.shtml>

Castanhal, como também do depoimento da psicóloga Niamey Granhen Brandão da Costa, pesquisadora de temas referentes à criança, desenvolvimento, adolescência e família, dentre outros.

Mais especificamente, o estudo pretende refletir sobre o culto da imagem nas redes sociais digitais, a dinâmica destas redes, a sociedade do consumo, a cultura infantil e a cultura exibicionista pós-moderna. Recorrendo a Walter Benjamin (1983), observamos que o valor de culto mínimo que existe em uma fotografia pode ser percebido quando temos a imagem humana na foto e por ela se tem sentimentos, muitas vezes o saudosimo. É o caso da maioria dos pais, que costumam registrar momentos de seus filhos, seja por foto ou por vídeo, para que tenham recordações materiais da infância destes.

Entretanto, esse costume, entrelaçado com a reprodutibilidade técnica observada por Benjamin (1983), permitiu que esses momentos fossem compartilhados, primeiramente com os familiares, depois com amigos próximos e, hoje, a partir do uso das redes sociais digitais, com qualquer pessoa e em qualquer lugar do mundo. O alcance ficou maior, fazendo com que o valor do culto dê lugar ao valor da exposição, alcançando-se a visibilidade, que, por sua vez, pode despertar outro desejo, o de obter o sucesso de seus ‘produtos’, no caso uma incessante vontade de ver sua criança se tornar conhecida e admirada. Esse processo gera uma disputa (nem sempre consciente) por visibilidade e reconhecimento enquanto alguém que tem sucesso e felicidade na vida pessoal e familiar, levando ao consumo de imagens e sentimentos. O problema é que nem sempre essa busca por disputa é feita com o cuidado adequado a respeito dos perigos que o ato de se expor representa e este trabalho procura levantar essa reflexão, a fim de ajudar a conscientizar pais e filhos sobre essas questões.

3 JUSTIFICATIVA

Com o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), principalmente com a disseminação de dispositivos móveis, como *tablets*⁶ e *smartphones*⁷, a criança vem usando a internet cada vez mais cedo. Uma rápida navegação pelas redes sociais online *Facebook*⁸, *Instagram*⁹, *Twitter*¹⁰ e *Whatsapp*¹¹ nos mostra que é muito fácil

⁶ Computador portátil de fina espessura e tela sensível ao toque com diversas funcionalidades.

⁷ Tipo de celular com tecnologias avançadas, interface intuitiva e que oferece o uso de aplicativos.

⁸ Rede social virtual na qual os usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais.

⁹ Aplicativo que disponibiliza filtros e efeitos para fotos e as compartilha entre grupos de amigos.

¹⁰ Rede social que permite aos usuários publicar e receber mensagens em textos de até 140 caracteres.

¹¹ Software para smartphones utilizado para troca instantânea de mensagens através da internet.

encontrar pais que publicam fotos de seus filhos na internet. É pouco provável ver um perfil de pais sem nenhuma foto de um filho. Com o tempo, acostumados a ver os adultos ao seu redor dominando esse ciberespaço, as crianças vão buscando sua própria autonomia e começam a engatinhar nesse mundo online.

Zygmunt Bauman, em seu livro “Vida para Consumo” (2008), trata de uma sociedade de consumidores, na qual as pessoas fazem de tudo para encaixar-se no modelo de vida adotado por tal sociedade. É o que vem acontecendo nas redes sociais digitais, inclusive com as crianças. Se antes eram os pais que postavam fotos de seus filhos para mostrá-los à sociedade, hoje muitos filhos também fazem isso, a fim de se exhibir, ganhar maior visibilidade e até mesmo fama.

No entanto, muitos pais encontram dificuldades para lidar com essa nova realidade, pois sabem que a internet é um campo minado, cheio de armadilhas para fisgar seus filhos. Porém, mesmo que boa parte dos adultos reconheçam os perigos da exposição na internet, nem sempre adotam caminhos para a prática segura na internet. Daí a importância do documentário, que procura despertar a atenção sobre a temática enfocando a relação e o olhar de pais e filhos que usam a internet como instrumento de exposição, além de ajudar a compreender comportamentos sociais na internet e os reflexos dessa dinâmica.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para dar voz e conteúdo ao documentário, escolhemos duas categorias de personagens: a primeira seria a instituição “família”, para entender a relação de pais e filhos sob a perspectiva da exposição e participação das crianças na internet, e a segunda seria a acadêmica, para dar base científica ao que se observou nos depoimentos.

Para compor a primeira categoria, optamos por famílias formadas por crianças na faixa etária da terceira infância (6 a 12 anos), fase da vida em que há, sobretudo, um desenvolvimento dos níveis social, emocional e mental, e por pais na idade adulta jovem (que varia de 18 a 39 anos), considerando que nesta faixa etária podem ter sido inseridos na vida *online* ainda antes de assumir a maturidade completa, ou seja, alguns na adolescência e outros no início da fase adulta.

Como entrevistados, foram escolhidas duas famílias, uma da capital (Belém) e outra do interior do Pará (Castanhal, que fica a cerca de 70 km da capital), para verificar, ainda, se haveria alguma disparidade ou mesmo regularidade por conta da geografia. Em Belém, ouvimos os depoimentos da família Toda, entrevistando os pais Lívia e Pablo e as

filhas Sachie (10) e Akemi (7). Em Castanhal, ouvimos a mãe Eliene e o filho Vitor (10), que fazem parte da família Martins Magno. Todos eles com contas no *Facebook*.

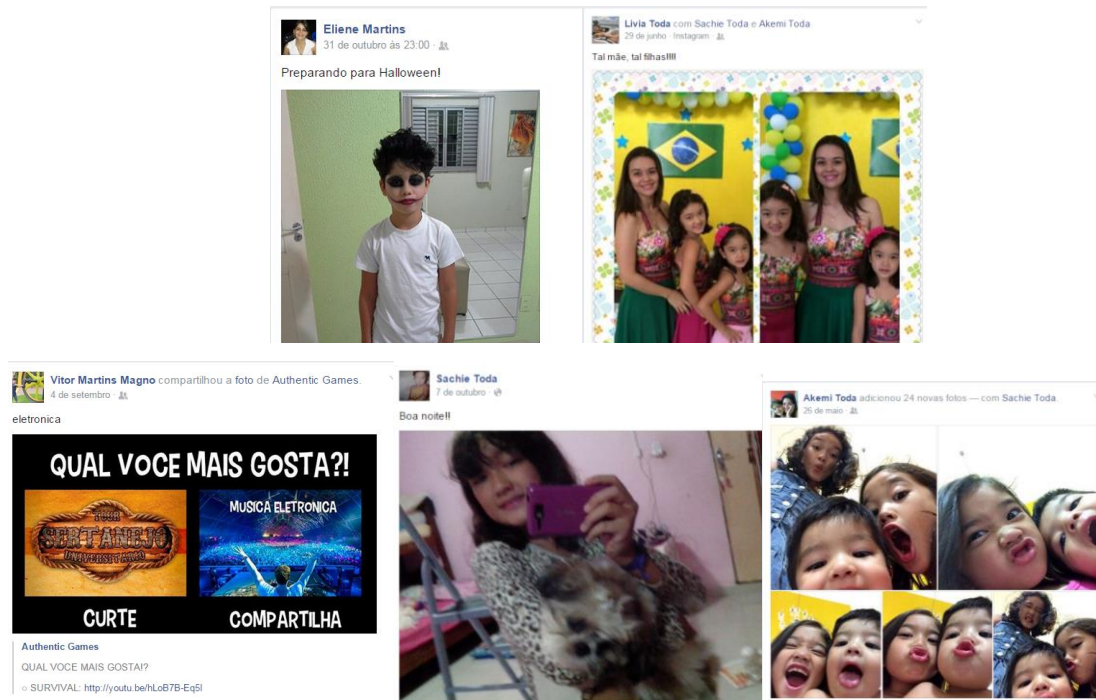


Figura 1 - Capturas de tela de postagens dos perfis do *Facebook* dos entrevistados do documentário

Os personagens foram definidos pela própria equipe de estudantes, ao observar que essas três crianças e esses três adultos apresentavam participação constante na internet, tanto pela frequência de acesso quanto pela quantidade de postagens e interações *online*.

Quanto à segunda categoria, entrevistamos a professora MsC. Niamey Granhen Brandão da Costa, da Faculdade de Psicologia da Universidade Federal do Pará, escolhida pela equipe por suas pesquisas sobre infância, adolescência, desenvolvimento e família.

Para realizar as entrevistas, adotamos o modelo semiaberto, seguindo um pré-roteiro de perguntas para orientar as gravações e se chegar mais objetivamente às respostas das indagações surgidas na pesquisa, mas de uma forma que possibilitasse originar novas perguntas durante os encontros e permitisse liberdade na conversa com os personagens.

Inicialmente, foram feitas as seguintes perguntas aos adultos: “Para que você acessa a internet?”, “Você costuma postar fotos e/ou vídeos de sua família? Em que situações?”, “Por que você coloca fotos de sua família na internet?”, “Quem dos dois posta mais imagens dos filhos, mãe ou pai?”, “A partir de que idade de seus filhos, você coloca imagens deles na internet?”, “Você fala com todos seus amigos do *Facebook* na vida real?”, “Quando você começou a acessar a internet? Quando você criou seu perfil?”, “Você tem alguma produção de conteúdo na internet (blog, vlog)? Por quê? E se seus filhos quisessem

ter?”, “Você conversa com seu filho sobre a internet?”, “Você costuma supervisionar o uso da internet dos seus filhos?”, “Você tem alguma preocupação com o fato de seu filho acessar a internet e ter contas nas redes sociais? Se sim, qual(is)?”

Já para as crianças, as perguntas foram: “Para que você acessa a internet?”, “Você costuma colocar suas fotos, vídeos ou os dois? Em que situações?”, “Por que você coloca fotos sua na internet?”, “Seus pais costumam supervisionar o seu uso da internet?”, “Agora, conte um pouco como você é na escola e como é na internet”, “Você fala com todos seus amigos do *Facebook* na vida real?”, “As curtidas que você tem e as coisas que você coloca na internet fazem alguma diferença na sua vida da escola?”, “Quando você começou a acessar a internet? Quando você criou seu perfil?”, “Quem criou seus perfis?”, “O que você gostaria de fazer na internet (blog, vlog...)? Seus pais deixariam?”, “Seus pais conversam sobre a internet com você?”.

Adotamos a técnica da entrevista por considerá-la, como bem ressalta Curado (2000), o principal instrumento de apuração e pesquisa para obter informações através do exercício de perguntas e respostas. A escolha do modelo semiaberto nos permitiu maior liberdade em busca de respostas às questões que envolvem a temática deste trabalho, nos ajudando a compreender o que leva famílias a exporem as suas crianças na internet e, inclusive, a incentivá-las a reproduzir esse comportamento, apesar dos riscos e demais nuances dessas relações.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Optamos por produzir um documentário para abordar o tema pelo fato do produto audiovisual ser considerado um mecanismo atraente e adequado para tratar diversos temas, inclusive pesquisas acadêmicas: “o documentário é uma poderosa ferramenta educacional, não só na transmissão do conhecimento como na formação da consciência crítica e fomentação de reflexão a respeito dos temas que apresenta.” (BAROUKH, 2002, p.111).

O documentário “Crianças: exposição e participação na internet” tem 14 minutos de duração e seu roteiro foi pontuado pelos depoimentos dos sete entrevistados. Foi rodado durante duas semanas no mês de outubro de 2014. Para gravação, foram usadas duas câmeras profissionais convencionais da marca *Sony*, dos modelos HDR-XR550 e SLT-A35, de propriedade dos próprios alunos.

Para compor o cenário das entrevistas, optou-se por experimentar uma composição que destacasse os personagens, simplificando o fundo (claro e liso, sem figuras ou cores

que pudessem desviar a atenção dos entrevistados) e, desse modo, priorizando a narrativa das experiências relatadas. Essa escolha foi baseada na importância das narrativas de vida, objeto de estudo de Marianne Horsdal¹², que aborda questões como o número e a utilidade de entrevistas, além da importância de deixar o entrevistado falar livremente, sem interrupções, fatores que foram levados em consideração nos métodos e processo de realização deste trabalho.

A edição de vídeo e áudio foi toda feita no programa Adobe Premier, logo após o término das gravações. Como recursos visuais complementares, experimentou-se a inclusão de ícones das redes sociais para ilustrar as falas das crianças, além de se implantar legendas das falas como modo de ressaltar o assunto abordado e usar capturas de tela de postagens públicas de fotos de crianças e trechos dos seguintes vídeos-virais disponibilizados no Youtube: "9 Month Old Baby Using iPad"; "A Magazine is an iPad that does not work.Mp4"; "Baby works iPad perfectly. Amazing Must Watch"; "Greatest freak out ever 2 (ORIGINAL VIDEO)" (sic); "Presentes que ganhei na Feira Abrin_2015 Julia Silva". Esses recursos visuais foram escolhido por serem práticos, gratuitos e, no caso dos vídeos, pela capacidade de gerar, no espectador, um reconhecimento de familiaridade com as imagens, considerando-se que o público alvo é internauta e, por isso, possível-conhecedor de imagens virais¹³).

As músicas utilizadas para trilha sonora do documentário foram Auditone Music Library - Sunny Days Ukelele Pop; Kara Square - Ukulele Vs. Kazoo and Whistle, Too; e Addict Sound - Happy Hippie. Todas possuem licença Creative Commons – Atribuição, permitindo o uso desde que se inclua os créditos dos autores.

Os enquadramentos das imagens levaram em consideração o estilo simples e “limpo” escolhido. Em relação aos planos, Akemi, Sachie, Niamey, Pablo e Lívia foram filmados no Plano Médio Fechado (da cintura pra cima), enquanto Vitor e Eliene foram filmados no Primeiro Plano (também conhecido como close, que registra do peito para cima). As gravações utilizaram o ângulo na altura normal, para indicar que todos os envolvidos no documentário (produtor, entrevistados e público) mantêm o mesmo nível de importância. Por outro lado, variou-se os lados desses ângulos: a família Toda foi filmada

¹² Professora de pesquisa da educação na University of Southern Denmark, autora do livro “Telling Lives: Exploring dimensions of narratives”.

¹³ Imagens virais são aquelas que têm ampla repercussão na internet, por meio de compartilhamentos e visualizações, seja entre um grupo específico da rede ou na rede como um todo.

pela frente (em frente à câmera), enquanto a família Martins e a psicóloga Niamey foram filmadas pelo lado.

Durante as gravações, descobriu-se que as três crianças tinham vontade de produzir vídeos para a internet. Esse anseio, inclusive, vai de encontro com a maioria das discussões acerca da criança e sua participação na mídia, que a perceberiam como um elemento ‘inferior’ que não estaria apto a lidar com as possibilidades midiáticas que lhe cercam. No entanto, os depoimentos obtidos no documentário mostram que, acima de tudo, as crianças devem ser encaradas como sujeitos “que dispõe(m) de um saber que deve ser reconhecido e legitimado” (JOBIM E SOUZA, CASTRO, 1997, p. 83) e que é necessário compreender suas vivências, auxiliá-las, incentivá-las e entender que elas continuam sendo crianças e vivendo a infância.

Por esse motivo, nossa equipe decidiu fazer um produto extra neste trabalho: um vídeo para a internet no qual as crianças explicam aos adultos como usar a própria internet com segurança. O vídeo foi intitulado “#CompartilheSegurança” e está disponível no *Youtube*, através deste link <<https://www.youtube.com/watch?v=FJx8N8aeARU>> .

Já no documentário, esse alerta é reforçado pela psicóloga Niamey Granhen, que avalia os efeitos psicológicos nas crianças que usam as redes sociais digitais, como também a influência das ações dos pais sobre os filhos que acabam conduzindo as crianças a esse universo. Além disso, essa e as demais entrevistas tiveram o intuito de indicar como se dão as relações pessoais e familiares nesse contexto, buscando compreender, ainda, a dinâmica de produção cultural infantil na era do consumo.

6 CONSIDERAÇÕES

A partir dos estudos de Bauman sobre a sociedade de consumo (2008), podemos analisar alguns aspectos observados com os entrevistados do documentário. Um deles é a necessidade que ambos, crianças e adultos, demonstraram em participar das redes sociais. Isso se explica pelo contexto de que, atualmente, “na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte” (GREER apud BAUMAN, 2008, p. 21). Assim, ter diversas contas no âmbito online (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter...), existir nas redes sociais, é intrínseco para a própria significância de estar vivo neste mundo contemporâneo.

Ainda segundo Bauman (2008), é também na pós-modernidade que o *Homo Sapiens* se transforma em *Homo Eligens*, ou seja, baseado no direito de livre escolha. E o fato de a criança escolher estar nas redes sociais pode ser visto como a expressão de seu

direito como cidadã de querer visibilidade social: “A participação das crianças como atores no mundo dos produtos, como pessoas dotadas de desejo, fornece uma base ao atual e emergente status delas como indivíduos portadores de direitos” (COOK, 2004. p. 12).

Bauman (2008) explica também a dinâmica das redes sociais, a qual foi abordada no documentário. Quando o usuário faz suas postagens e dá suas “curtidas”, ele vai traçando seu perfil, dizendo quem ele é, quais são os seus valores, suas qualidades e visão de mundo. Desse modo, ele “vende” a sua própria imagem, consumida pelos demais usuários da rede. Isso porque, na sociedade dos consumidores, para se tornar sujeito é preciso, primeiro, se tornar mercadoria. Portanto, ao se inserir numa rede social como o Facebook, por exemplo, o indivíduo se torna, ao mesmo tempo, um produto que será consumido pelo outro e um consumidor que consumirá esse outro.

Quando perguntados sobre que tipo de fotos ou vídeos pessoais postavam na internet, os entrevistados (tanto crianças quanto adultos) falaram que eram imagens de momentos bons, viagens, em família, felizes. Isso se justifica por haver, nesta Era do Consumo, uma busca obrigatória pela felicidade e as fotos de família nas redes sociais servem para se autoafirmar feliz diante de um público/amigos virtuais: “Os usuários ficam felizes por ‘revelarem detalhes íntimos de suas vidas pessoais’, ‘fornecerem informações precisas’ e ‘compartilharem fotografias’” (BAUMAN, 2008, p.8)

As redes sociais também servem como um exemplo claro da própria dinâmica da sociedade dos consumidores por cultivar o ato da apropriação e o do descarte, já que os usuários vão entrando e dominando uma dada rede social, tornando-se, inclusive, dependentes dela, mas sabendo que em pouco tempo uma nova rede social digital será lançada e que a atual poderá ser descartada e substituída por uma nova.

Os testemunhos obtidos para o documentário constituem uma importante amostra da realidade das redes sociais e da sociedade dos consumidores e seus efeitos no contexto da exposição e a participação das crianças na internet. Exemplo disso é que a maior justificativa dos pais cederem à criação das contas online de seus filhos foi para que as crianças não se sentissem excluídas do universo em que sua família e seus amigos estavam inseridos, para elas não se sentirem à parte dessa sociedade. Isso se explica a partir do medo contemporâneo que Bauman chama de “complexo da inadequação” (BAUMAN, 2008, p. 22), que é a depressão causada pelo medo de não se sentir dentro da dinâmica pós-moderna.

Uma característica psicológica derivante desse receio é a eterna insatisfação, como pode ser observado nas crianças do curta, que não ficaram saciadas com a conta no

Facebook e criaram também contas no *Twitter*, no *Instagram* e no *Snapchat*, adequando-se perfeitamente na categoria de consumidor (BAUMAN, 2008). Além disso, essas foram suas formas de tentar superar sua ânsia de adentrar cada vez mais da vida dos núcleos familiar e amizade no meio virtual. Agora, como as crianças disseram, estão em busca de mais uma forma de exposição e participação: possuem *vlogs*. Assim, elas conseguiriam não apenas a visibilidade das pessoas com as quais convive diariamente, mas também fariam aquisição de um público maior, que pode ser qualquer pessoa de qualquer parte do mundo, que poderiam reconhecê-las pelas coisas que sabem fazer e querem ensinar, tornando-se, possivelmente, alguém com certa fama online, já que “a cultura consumista é marcada por uma pressão constante para que sejamos ‘alguém mais’” (BAUMAN, 2008, p. 128).

Constatou-se, por fim, que não há disparidade geográfica. Na sociedade da informação, a cultura consumista se dá tanto em escala local quanto global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda. **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. Disponível em <http://media.wix.com/ugd/143639_c398579923f5472d868fd7b9e497c893.pdf>. Acessado em 08 de novembro de 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Antropos, 1991.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BIEGING, Patrícia. **As crianças e a internet: navegando pelo mundo virtual**. Porto Alegre: UFRGS Intexto, 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/23606/23490>>. Acessado em 15 out. 2014.

COOK, Daniel Thomas. **The Commodification of Childhood: The Children's clothing industry and the rise of the child consumer**. Durham & London: Duke University Press, 2004.

CURADO, Olga. **A notícia na TV**. São Paulo: Alegro, 2002.

HORSDAL, Marianne. **Telling Lives: Exploring dimensions of narratives**. Nova Iorque: Routledge, 2012.

JOBIM E SOUZA, Solange; CASTRO, Lucia Rabello de. **Pesquisando com crianças: subjetividade infantil, dialogismo e gênero discursivo**. Psicologia Clínica, vol. 9. Departamento de Psicologia, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1997.