

Este estudo baseia-se na tentativa de estabelecer a imagem do adolescente existente na imprensa brasileira. O método se baseia na exploração estatística de impressos, através da análise quantitativa e qualitativa de textos e palavras, feita sobre a totalidade dos materiais veiculados pelo jornal Folha de São Paulo de 1994, através de CD-ROM. Para tanto, utilizou-se, além do referido disco ótico, o software de análise de textos Sphinx. Os resultados obtidos, na forma de lista de frequência de palavras, é utilizado para que se tenha uma clara imagem das idéias e significantes públicos mais associados ao sujeito adolescente. Considerando-se que a construção social do sujeito é realizada nas modernas sociedades através da mídia, onde a descrição transforma-se, via de regra, em prescrição, e onde o juízo analítico transforma-se em juízo sintético e abastecedor do mercado da auto-imagem, visamos estabelecer se existe ou não dissonância entre o discurso psicológico sobre a adolescência e o discurso realizado pelo senso comum evidenciado e "re-produzido" pela grande imprensa contemporânea. (CNPq)