

Amanda Maria Miranda Milhomens

A RELAÇÃO ENTRE A ADOLESCÊNCIA CONTEMPORÂNEA E OS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO: OS DIAGNÓSTICOS DA PSICOLOGIA NO PERÍODO DE 2004 A
2014.

Palmas – TO

2016

Milhomens, Amanda Maria Miranda M644r A relação entre adolescência contemporânea e os meios de comunicação: os diagnósticos da psicologia no período de 2004 a 2014 / Amanda Maria Miranda Milhomens / Palmas, 2016
80 fls.29 cm.

Orientação: Profo. Dr. Adriano Machado Oliveira TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) Psicologia - Centro Universitário Luterano de Palmas. 2016

1. Adolescência. 2. Meios de Comunicação – Internet - Ciberespaço. 3. Identidade. I. Adriano Machado Oliveira. II. Psicologia.

CDU: 159.922.8

Amanda Maria Miranda Milhomens

A RELAÇÃO ENTRE A ADOLESCÊNCIA CONTEMPORÂNEA E OS MEIOS
DE COMUNICAÇÃO: os diagnósticos da psicologia no período de 2004 a 2014.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) elaborado e apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Prof. Orientador: Dr. Adriano Machado
Oliveira

Palmas – TO

2016

Amanda Maria Miranda Milhomens

A RELAÇÃO ENTRE A ADOLESCÊNCIA CONTEMPORÂNEA E OS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO: os diagnósticos da psicologia no período de 2004 a 2014

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) elaborado e
apresentado como requisito para obtenção do título de
bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário
Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Prof. Orientador: Dr. Adriano Machado
Oliveira

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Adriano Machado Oliveira

Orientador

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA

Prof. Dr.a Irenides Teixeira

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA

Prof. Esp. Sonielson Sousa

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA

Palmas – TO

2016

Dedico este trabalho aos meus pais,
Maria Raimunda e José Paulo, pela
confiança que em mim sempre
depositaram, pelos ensinamentos de

motivação e perseverança que me fizeram

superar e vencer obstáculos. Muito obrigada!

AGREDECIMENTOS

A Deus pelo amparo nas horas que precisei, por ter preparado os meus dias para que não me faltasse saúde e disposição para seguir em frente.

A minha mãe Maria Raimunda, mulher de fé, batalhadora, amiga e companheira, que nunca mediu esforços para que eu pudesse alcançar meus sonhos e objetivos.

Ao meu pai José Paulo, sempre tão tranqüilo, mas que sempre acreditou no meu potencial.

A todos os demais da minha família: avô, irmã, tias, tios, primas, primos, sobrinhos e agregados, que sempre me apoiaram e estiveram ao meu lado, mesmo com a distância.

Ao meu orientador, pelo incentivo e compreensão.

A todos os professores e amigos pelo apoio.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, torceram pelo meu êxito.

Ilusão ou não, tendemos a ver as vidas dos outros como obras de arte. E tendo-as visto assim, lutamos para fazer o mesmo: “Todo o mundo tenta fazer de

sua vida uma obra de arte.”

Zygmunt Bauman

RESUMO

MILHOMENS, Amanda Maria Miranda, **A relação entre a adolescência contemporânea e os meios de comunicação: os diagnósticos da psicologia no período de 2004 a 2014**. .2016. 80 f Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Psicologia, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO, 2016.

O presente trabalho, que tem como coleta de dados o método empírico, buscou pesquisar sobre a relação entre a adolescência contemporânea com os meios de comunicação a partir dos diagnósticos da psicologia. Efetuou-se para o trabalho uma revisão do estado da arte nas plataformas SciELO e PepSIC, conferindo artigos científicos de periódicos em Psicologia dos anos de 2004 a 2014 com destaques nas temáticas que abordavam os assuntos relacionados aos meios de comunicação e adolescência. De um ponto de vista essencialmente psicanalítico, foi elaborado nos capítulos teóricos uma visão sobre o sujeito adolescente no que se refere a uma identificação da grande exposição dos indivíduos a partir dos meios de comunicação e como o período da adolescência é fundamental uma estrutura sólida, que podemos nos atentar a partir das perspectivas de Jerusalinsky(2004), Freire-Costa (2004-2005), Birman (2006) e Bauman (2007-2007-2010). Ainda na análise dos artigos coletados na revisão do estado da arte, por método de conteúdo, duas categorias foram constatadas, que são: a internet como dispositivo produtor de subjetividade e a mídia como organizadora da vida social contemporânea . Como desfecho, os estudos nos mostram como fica evidente a importância dos meios de comunicação tem para com o indivíduo, como ele vai se expandindo, sendo assim como um dos mais manifesto na contemporaneidade as mídias sociais, internet e

ciberespaço, e como o sujeito adolescente vem buscando identificações através dessas representações.

Palavras Chaves: Adolescência. Meios de Comunicação. Internet. Ciberespaço. Identidade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – GRÁFICO ARTIGOS POR ANO.....	36
FIGURA 2–GRÁFICO ARTIGOS POR ESTADO.....	36
FIGURA 3 – GRÁFICO ARTIGOS POR NATUREZA.....	37
FIGURA 4 – GRÁFICO NATUREZA DO ESTUDO.....	37
FIGURA 5- GRÁFICO MÉTODO DE COLETA DE DADOS.....	38
FIGURA 6 – GRÁFICO LINHA TEÓRICA DOMINANTE.....	38
FIGURA 7 – GRÁFICO ARTIGOS POR REVISTA.....	39

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - TABELA DE VERIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE	48
TABELA 2 -TABELA DE PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO	73
TABELA 3 - TABELA DE COLETA DE DADOS	77

LISTA DE ABREVIATURAS

	ULBRA Scientific Electronic Library Online
PePSIC	Centro Universitário Luterano de Palmas
Periódicos Eletrônicos em Psicologia	Universidade Luterana do Brasil
SciELO	
CEULP	

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO DISPOSITIVO DE PODER NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.	18
3. A CONSTRUÇÃO DO SUJEITO ADOLESCENTE NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO	26
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	34
5. RESULTADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS	36
<i>5.1 RESULTADOS</i>	<i>36</i>
<i>5.2 RESULTADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS</i>	<i>40</i>
<i>5.3 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES ACERCA DOS CONTEÚDOS DOS ARTIGOS COLETADOS.</i>	<i>40</i>
6 . Análise de Conteúdo e Categorização.	47
TABELA 1 - TABELA DE VERIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE	48
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	69
TABELA 2 - TABELA DE PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO	73
TABELA 3 – COLETA DE DADOS	77

1. INTRODUÇÃO

A influência da mídia se mostra cada vez mais presente, trazendo impactos diretos na formulação e criação de opiniões, saberes, normas, valores e subjetividades. Levando em consideração o processo de formação da

personalidade do jovem esses impactos se tornam ainda mais evidentes, pois por estar em um período de constantes mudanças, tanto físicas como sociais, isso faz com que sua formação fique vulnerável, ocasionando sofrimentos para si. Desde o nascimento somos influenciados freqüentemente dentro ou fora de nossas casas.

A mídia é um fator contundente para a construção da sociedade, pois nos deparamos com ela todos os dias em várias situações, e muitas vezes somos influenciados ao que os meios de comunicação nos apresenta, podendo assim perder a autenticidade de nossas decisões, uma vez que nos deixamos influenciar.

Contudo, para Jerusalinsky (2004), pode-se dizer então, que nosso destino está escrito no consumo, ou seja, a construção da nossa identidade está cada vez mais se baseando no que temos e não mais no que somos.

Nesse contexto da relação entre a adolescência contemporânea e os meios de comunicação, torna-se necessário definirmos o que é adolescência. Para Jerusalinsky (2004), a adolescência pode ser definida como um estado de espírito, ou seja, não segue uma ordem cronológica e sim diz respeito a estudos psicológicos, sendo ela um período de muitas mudanças, indecisões, instabilidade emocional e turbulências. O jovem, ao sair da infância, que é um período em que não é necessário tomar partido de decisões importantes e que sempre estão sendo direcionados e protegidos pelos pais, passa por grandes impactos ao se deparar com o novo. O novo não se resume apenas a mudanças psicológicas, mas também a mudanças físicas, como a puberdade. Essas mudanças psíquicas e corporais fazem parte do cotidiano do adolescente, o que conseqüentemente podem causar estranhamento.

Ainda segundo este mesmo autor, ressalta-se a adolescência como uma

fase particularmente sensível, pois o adolescente saiu da fase de proteção constante dos pais e está fadado a cada instante a escolhas que vão ser fundamentais na vida adulta. Os pais são de bastante importância na construção

14

da película protetora da criança, porém é na adolescência que essa proteção é colocada a prova, ou seja, no decorrer das mudanças ocorridas durante essa fase o adolescente será moldado a partir da história que o precede e do meio cultural em que está inserido. Os valores estabelecidos pela sociedade tem grande influência na construção da adolescência, na medida em que também são modelos que pode servi-los como exemplo, podendo ou não ser adotados para si. (JERUSALINSKY, 2004)

A sociedade, na contemporaneidade, dentre suas características, tem pais que deixam de investir nos filhos e superinvestem em si, podendo com isso ser causadores de um afrouxamento dos laços familiares, fazendo com que os filhos adolescentes desinvestidos em algum período da sua vida a buscar grupos aos quais se identificam, e por fim tornam - os como uma segunda família a protegê-los.

Bauman (2010), define o tema como uma forma de viver muito conturbada, de pessoas que vivem preocupadas sempre com os seus afazeres com suas obrigações diárias, fazendo com que as pessoas deixem de olhar o outro e olhem apenas para si e seus afazeres que a sociedade lhes impõe como obrigatório.

Os meios de comunicação também nos remetem de forma indireta ao que devemos fazer e ao que devemos ser. Através de imagens que possam nos chamar atenção, por exemplo, somos influenciados a adquirir tais produtos para assim termos a ilusão que vamos ser iguais ao que a publicidade nos mostra.

Diante de tais representações de vida que os meios de comunicação nos mostram, ser uma pessoa que deixa de fazer, usar ou ter o que para a maioria está na moda, é como se a pessoa perdesse sua eficiência, isto é, deixar de ser algo apenas por não advir de um mesmo grupo.

Bauman (2007) sobre uma vida numa sociedade líquido-moderna, e que a mesma não pode ficar parada, está sempre a se modernizar. Isso mostra como as pessoas vêm buscando formas mais rápidas de resolver tudo, mesmo que de fato não seja a forma mais eficiente, mas o tempo poupado na realização de algum dever já se torna o evento como o melhor. Então se formas mais rápidas não forem adotadas para compor o dia a dia das pessoas, as mesmas podem ser consideradas uma pessoa atrasada e que não está sabendo aproveitar ganhos e superar as perdas decorrentes da vida.

15

A vida-líquida também é definida por Bauman (2007) como uma vida de consumo. Os objetos são desejados apenas enquanto que ainda mantém seu valor e enquanto os meios de comunicação não mostram produtos mais modernos. Pessoas são seduzidas a adquirirem tais produtos muitas vezes por acharem que o ter é suficiente para se inserir em uma sociedade. Na compra de um celular, por exemplo, o mercado está cada vez mais ágil em seus lançamentos, e as os meios de comunicação, aproveitam para expor não somente o celular, mas também tudo que o consumidor pode vir a conquistar através de um celular mais moderno que o anterior.

Na abordagem de Freire-Costa (2004), a concepção de que a sociedade regida pela economia de mercado é imaginária, porém não que seja impotente para alternar a realidade.

As pessoas são influenciadas ao consumismo através de publicidades e propagandas e se deixam seduzir as compras para terem uma satisfação pessoal em curto prazo, e acabam que os projetos que exigem alcance em longo prazo são deixados de lado.

Segundo Freire-Costa (2004), adquirir mercadorias por meio de compra define quem é quem no universo social, ou seja, as pessoas que possuem um maior poder aquisitivo estão mais propensas a adquirir produtos que desejam, já as demais que não podem comprar coisas que mídia expõe, mas mesmo assim querem obter determinado produto, acabam roubando ou furtando. Dá-se um comparativo de nível social com a aquisição de objetos de desejo, que consequentemente causam rotulação de pessoas e separação de grupos sociais.

Freire-Costa (2004) também nos lembra do fato de que nem tudo que compramos nos fora apresentados pela mídia, e dá o exemplo de drogas ilegais, pois tem uma grande quantidade de adesão a usuários e propaganda são juridicamente proibidas. Deixamos-nos levar por regras estabelecidas de que somos consumidores, quando na verdade consumir está relacionado ao consumo de alimentos, por exemplo. Já o comprar é adquirir o que é julgado importante. Diante da alta demanda de produção de mercadoria, deixamos de utilizar objetos velhos para substituímos os mesmos por produtos novos, e acabamos deixando a mídia nos convencer de que somos consumidores.

Dessa forma, podemos relacionar as conceituações de Jerusalinsky (2004), Bauman (2007) e Freire-Costa (2004) como uma sequência de fatores que podem

16

levar principalmente o adolescente contemporâneo a ficar mais vulnerável as influências dos meios de comunicação, ou seja, a partir do momento em que a

adolescência é um período de muitas dúvidas e escolhas, a vida-líquida faz com que as pessoas não vejam como a sociedade contemporânea impõe métodos rápidos e práticos para resolver a vida do indivíduo em si, e deixamos desinvestidas pessoas que estão ao nosso lado – como, por exemplo, a vida corrida de pais que acham que são obrigados em manter bem os filhos apenas financeiramente, deixando-os a mercê de outros investimentos.

Freire Costa (2004) nos mostra o quanto estamos propícios a adquirir produtos que nem sempre nos são necessários, mas por conta dos meios de comunicação adquirimos, e a sociedade contemporânea faz com que isso seja imposto como necessário até mesmo para sermos aceitos. Então se temos adolescentes desinvestidos por conta de uma sociedade que impõe que tudo seja rápido para que sejam bons, conseqüentemente eles irão buscar satisfação de outras formas, e que lhes são oferecidos através dos meios de comunicação e tem uma maior facilidade de chegar até os jovens, tendo assim uma satisfação, mesmo que seja em curto prazo.

Diante destas considerações teóricas e das análises efetuadas por estes autores, fomos levados as seguintes problematizações de pesquisas:

- De que maneira o saber psicanalítico tem atribuído a relação entre adolescência e a mídia, na atualidade?
- Quais os diagnósticos em Psicologia têm se destacado na compreensão da relação entre adolescência e mídia?
- Como os meios de comunicação têm colaborado para a

produção da adolescência, nos últimos anos, na visão dos pesquisadores brasileiros?

Dito isso, cumpre-nos agora delinear os objetivos do presente trabalho.

Objetivo Geral

Analisar a relação que os meios de comunicação têm com a construção da adolescência contemporânea.

17

Objetivos Específicos:

1. Analisar os discursos sobre a relação entre adolescência contemporânea e mídia nos últimos 10 anos em periódicos de psicologia na Plataforma SciELO e PePSIC. 2. Investigar como os pesquisadores brasileiros, nos últimos dez anos, tem analisado os meios de comunicação e seu poder subjetivador perante o público adolescente.

3. Analisar, teoricamente, os impactos subjetivos dos meios de comunicação perante o público adolescente, na perspectiva psicanalítica.

18

2. OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO DISPOSITIVO DE PODER NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.

No processo da atual circunstância da atuação dos meios de comunicação, podemos perceber a evidência do manuseio que é arquitetado numa sociedade midiada, uma cultura midiática na condição juvenil.

De acordo com Chauí (2006), podemos perceber o quanto os discursos

mediáticos são rodeados de interesses sociais, econômicos e políticos, ou seja, querendo atingir apenas objetivos próprios, fazendo com que a necessidade das pessoas fique em outro plano. As pessoas são direcionadas a atender tudo que os meios de comunicação lhes apresentam, desde a propaganda de um produto de limpeza até mesmo a forma de pensar.

Em contrapartida do que diz respeito a fala de Chauí (2006), Couto, Melo, Moreira e Xavier (2008), acreditam que apesar de concordarem que a mídia tem seu peso na sociedade, o homem tem uma grande responsabilidade na formação desse manejo, visto que as criações devem partir de uma pessoa e que elas também tem seus benefícios.

A esse respeito, Couto, Melo, Moreira e Xavier (2008) afirmam que

Entretanto, não estamos dizendo que as mídias não possuem conteúdos e que não condicionam a sociedade. As mídias não são neutras, a exemplo da televisão, que influencia a linguagem e a sociedade em diversas ações, como na política, negócios, esportes e arte, etc. As imagens falam o tempo todo, produzem sensações, estímulos e emoções. E é preciso considerar que muitas vezes essa influência deve ser considerada bastante positiva. (COUTO, MELO, MOREIRA E XAVIER, 2008, p. 07)

Os meios de comunicação de comunicação operam de uma forma e produzem nas pessoas ao ponto de desejar aquilo que vêem, não por necessidade, apenas por prazer de obter determinado objeto e muitas vezes com a ilusão de que se tornará igual ou parecido a quem lhes apresenta determinado produto, por exemplo.

De acordo com Chauí (2006), opinião pública vai se diluindo conforme os discursos midiáticos entram em nossas casas, ou seja, os meios de comunicação convencem de forma ilusória concepções que são aceitas como verdadeiras simplesmente pelo fato de serem exposta por alguém que se julgue confiável. A

partir de então já pode dá-se início para que tais discursos sejam julgados como reais. A esse respeito, Chauí (2006) afirma que:

O estereótipo da propaganda pode alcançar o ponto máximo da irrealidade quando o produto é anunciado por atores que representam para o consumidor o papel que representam em novelas; de sorte que nessa duplicação ficcional do ator como propagandista reencontramos a mesma situação das “personalidades” entrevistadas sobre seus gostos e preferências. (CHAUÍ, 2006, p. 08)

Através de programas de TV, novela, propagandas publicitárias, vê-se o quanto é grande a influência que esses têm em nossas vidas. Conforme aceitação dos discursos midiáticos, o consumidor é direcionado a agir conforme a publicidade mostra, desenvolvendo desejo acerca do que lhes é apresentado. Do contrário, isto é, a não obtenção de produtos estabelecidos pela mídia poderá causar espanto, e a partir disso podendo gerar estranhamento no olhar do outro para com o indivíduo. (CHAUÍ, 2006)

Conforme definição de Debord (1997), o espetáculo é a inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não. A partir dessa definição podemos analisar o quanto a vida contemporânea está exteriorizada, ou seja, o indivíduo está se deixando levar pelas influências midiáticas, e não vendo em torno de suas próprias formas de vida. É uma forma de crescer baseada nas influências que os meios de comunicação passam para seus telespectadores.

Por intermédio de mensagens e imagens passado pelos meios de comunicação, os indivíduos de uma sociedade abrem mão de suas concretas realidades para vivenciar um mundo movido por aparências e consumo permanentes não apenas de produtos e mercadorias, mas também de fatos e notícias.

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de

produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação. (DEBORD, 2003, p. 13)

No documentário “Criança: a alma do negócio”, (2008), constata - se quando o consumismo está caracterizado na sociedade, onde a partir dos meios de comunicação, crianças são influenciadas adquirir produtos para se sentirem inscritas na sociedade. Nele aparecem vários exemplos de propagandas midiáticas (calçados, roupas, telefonia, gastronomia e etc.) onde de forma planejada crianças são inscritas no mundo globalizado. Há também trechos onde são feitas dinâmicas

20

que apresentam de um lado várias logomarcas e do outro imagens de alguns animais. O resultado é que essas crianças submetidas a tal dinâmica, souberam mais os nomes das logomarcas do que nomes de animais.

O consumo e imagem se são a partir da passagem do ser para o ter, e posteriormente do ter para parecer, ou seja, para que fosse criada a sociedade do espetáculo, o consumo (ter) vem como base para criação de imagens que acabam sendo vistas como metas a serem alcançadas, ocupam o lugar de diálogos pessoais e passam a ser gerados através dos meios de comunicação. Debord (1997) afirma que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.

Aqui, mais uma vez, achamos relevante retornarmos ao documentário do Instituto Alana, acima citado, pois nele também identificamos que o fator do consumo está cada vez mais forte no ambiente infantil. Nem sempre o mundo de valores apresentados nos meios de comunicação é igual aos que são presentes em determinada família em que ela está inserida, o que nem sempre é compreendido por crianças. Podendo assim causar sofrimento, pois pela televisão ela é

influenciada a comprar para ter existência na sociedade, sem mesmo se importar com as questões financeiras, se elas estão favoráveis ou não.

Considerando em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade. (DEBORD, 1997, p. 14)

Dessa forma, é possível identificar que o consumo é dado a partir da sociedade do espetáculo, onde o mundo real se transforma em imagens, ou seja, aquilo que não lhes é apresentado a partir dos meios de comunicação é considerado um verdade onipotente.

A partir das definições e discussões realizadas a partir da visão de Debord (1997) sobre a sociedade do espetáculo, podemos relacionar com o trabalho de Oliveira e Machado (2015) “A adolescência e a espetacularização da vida”, pois nele identificamos contribuições no que diz respeito à sociedade de consumo.

Os meios de comunicação atravessam a vida dos indivíduos fazendo com que sejam convencidos a adquirir produtos. Muitas vezes isso gera no consumidor a

21

necessidade da aceitação de determinado objeto, não por precisar de fato, mas apenas por satisfação pessoal ou prazer momentâneo.

Fazendo uma relação com a visão de Debord (1997), vemos que o espetáculo está caracterizado a partir da forma generalizada de consumo, fazendo que os indivíduos se adéquem cada vez mais a espetacularização da vida, ou seja, busquem sempre um ideal a ser atingido. Assim sendo, o espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta de alienação. (DEBORD, 1997)

No que tange à adolescência, vemos o quanto é um período delicado para o indivíduo, pois nele se passa por diversas mudanças não apenas físicas, como a

puberdade, mas também sociais e psicológicas, tendo em vista que estão passando por um momento de oscilações.

Por ser marcado por um período de indecisões, como ditas por Jerusalinsky (2004), o meio gera uma grande influência na construção na geração de adolescentes, vindo com influências desde a sua infância, assim sendo moldadas a partir do que lhes são impostas seja pelos pais ou pelos meios midiáticos. Achamos importante retomar o documentário “Criança: a alma do negócio”, onde se vê que a infância do brincar está cada vez mais ficando para trás, gerando assim crianças precoces e que conseqüentemente viram consumidores mais cedo, ou seja, crianças deixam o prazer das brincadeiras por aquisições de bens materiais, para que assim se sintam inseridas em seus respectivos grupos.

Birman (2006) ressalta que a adolescência contemporânea tem sido marcada decisivamente pela presença da solidão afetiva. Entretanto, a presença e as influências que poderiam ser influenciadas pelos pais estão sendo substituídas pelos meios midiáticos. Fazendo uma relação com o documentário “Criança: a alma do negócio”, vemos que mesmo os pais reconhecendo a influencia que seus filhos têm sob o poder da publicidade, o seu papel de direcioná-los a construção da própria subjetividade está sendo substituído, pois se de um lado temos pais que deixam para ter essa conversa de redirecionamento do eu de forma esporádica, sejam alguns dias após chegarem do seu trabalho, seja final de semana, do outro lado temos os meios de comunicação conversando com as crianças todos os dias.

Influências consumistas vêm da criança desde a escolha do que comer, pois elas sabem que comprando um determinado alimento, serão contemplados com brinquedos de brinde após comprar lanches de *fast-food*, ou até mesmo por esses

lanches virem embalados com apresentação de desenhos animados, o que faz com que a criança se atraia e sinta o desejo de ter.

Sendo apresentadas a partir dos meios de comunicação, vemos o quanto às formas consumistas estão nos rodeando. Ainda relacionando com o documentário “Criança: a alma do negócio” e a visão de Birman (2016), tendo o telefone celular como exemplo vê-se de uma forma geral que é um aparelho que serve para nos comunicarmos, gerando assim uma aproximação entre pessoas que estão distantes. Porém na sociedade contemporânea espetacularizada, identificamos que ao possuir um celular, o mesmo tem um papel diferenciador entre as pessoas, ou seja, que os mais caros são adquiridos por pessoas com maiores poderes aquisitivos, e conseqüentemente gerando essa divisão entre classes, pessoas e formação de grupos com interesses ou bens em comum.

É possível perceber que muitas vezes o fato de estar consumindo determinado produto, não está obrigatoriamente na sua necessidade de exercitar o brincar ou usufruir de fato aquele que necessita, mas apenas para servir de filtro de entrada para a participação de determinados grupos, quando os mesmos são formados a partir de interesses em comum.

A padronização de pessoas, isto é, o resultado de como a mídia e o mercado de maneira simultânea contribuem para a extensão da normatização em aquisições apresentadas pelos meios de comunicação, nos tornando iguais através do consumo. O que a televisão nos mostra, por exemplo, pode ser adquirido por uma massificação de pessoas.

Fazendo relação com o discurso de Debord (1997), os meios midiáticos fazem com que os indivíduos recebam informações que já estão feitas ou pré estabelecidas fazendo com que as pessoas absorvam com mais facilidade o que os

mesmos tem a oferecer, deixando para trás a estimulação da imaginação, do pensar. Os meios de comunicação estão tomando forma para ser de fato o primeiro elemento para a construção da subjetividade e dos nossos valores. O que antes era oferecido pelas nossas famílias, igreja ou até mesmo escolas, hoje é também a partir da mídia que temos esse fator de elaboração de subjetividade.

Durante a infância, crianças devem ter contato também com a frustração, o que inclui o saber ouvir não, assim tendo um desenvolvimento a partir não só da influência da mídia, já que este se faz instituída todos os dias no nosso meio, mas

23

também por vários outros fatores, podendo assim ter diversas formas e opções de escolhas para construção da sua própria subjetividade.

O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação. A expansão econômica é sobretudo a expansão dessa produção industrial específica. O que cresce com a economia que se move por si mesma só pode ser a alienação que estava em seu núcleo original. (DEBORD, 1997).

De acordo com Bauman (2010), apesar de existirem maneiras individuais de liberdade de escolha, elas podem aparecer de forma voluntária ou imposta como obrigação, ou seja, se por um lado temos a cultura nos ofertando suas diversas interfaces, por outro lado temos normas que devem ser seguidas.

Bauman (2010) defende a idéia de que a cultura de hoje é feita de ofertas e não de normas. A sociedade contemporânea ressalta apenas a necessidade de aquisições, sem o controle de reprimir exigências que saem do controle de uma real necessidade para apenas se transformar na satisfação do desejo consumista dos indivíduos contemporâneos.

Os produtos estão em constante mudança para que sejam destaques de

forma contínua ou momentânea e adquirir a atenção das pessoas para que elas se tornem consumidores.

Ainda na perspectiva de Bauman (2010), a sociedade contemporânea enfraquece os padrões mais rígidos e acabam se contentando as formas mais instáveis, esta é, portanto, a forma em que as pessoas acabam se deleitando aos aspectos impostas por meios midiáticos, beneficiando os fatores de quantidade e deixando esquecido o fator qualidade, ou seja, querem favorecer diversos gostos, porém acabam que não satisfazendo nenhum deles.

A sociedade contemporânea não está focada em adquirir produtos apenas por necessidade pessoal, mas para que neles satisfaçam o desejo de que comprando produtos recém-lançados no mercado tenham assim a ilusória percepção de que estarão em evidência e se sintam, assim como o consumidor para com o produto, desejados.

Nesta perspectiva, Bauman (2010) afirma;

A produção contínua de novas ofertas e o volume sempre ascendente de bens oferecidos também são necessários para manter a velocidade da circulação de bens e reacender constantemente o desejo de substituí-los por outros, “novos e melhores”; também são necessários para evitar que a insatisfação dos consumidores com um produto em particular se

24

condense num despreço geral em relação ao próprio estilo consumista de vida. (BAUMAN, 2010, p. 35 e 36)

Com a extrema valorização da cultura líquido-moderno, com o decorrer dos anos, as formas de reconhecimento da importância na criação de laços com as pessoas vêm sendo afrouxadas, pois os valores estão sendo mais agregados aos bens que podem ser consumidos. Bauman (2010) afirma que: “Ao contrário da era da construção das nações, a cultura líquido-moderna não tem “pessoas” a

cultivar, mas clientes a seduzir.”

No decorrer das definições de diversos autores relacionando os meios de comunicação como poder, podemos ressaltar que apesar de gerar uma grande influência na construção da subjetividade de jovens, os meios midiáticos também geram lucros para circulação monetária no nosso país. Oliveira e Machado (2015), ressaltam que:

Nossa capacidade de querer e desejar algo, como se percebe, a fim de que o lucro empresarial se torne permanente, deve ser canalizada exclusivamente para situações sociais que envolvam a circulação do capital. Nessa direção, a tarefa da publicidade televisiva se torna a chave para tal processo, de maneira que o seu fracasso poderia significar também a derrocada de todo o sistema industrial de um país. (OLIVEIRA E MACHADO, 2015, p. 530)

Tendo como base a afirmativa acima citada, podemos também enfatizar que o mercado consumidor tem como uma das suas principais formas de divulgação a publicidade televisiva, e que através de propagandas de maneira direta ou indireta (merchandising) que podemos constatar as diversas formas que a televisão tem em chamar atenção dos telespectadores.

O fato de que a circulação monetária é um fator também importante para os meios de comunicação, vemos que as empresas investem de formas grandiosas para que suas marcas sejam reconhecidas de formas até mundiais.

Essa globalização de informações de produtos apresentados através da mídia, pode causar no consumidor a ilusória sensação de que se não está adquirindo algum determinado produto famoso, não faz parte de algum grupo social, ou também podem dar a falsa sensação de que se determinado produto apresentado por uma celebridade faz com que os consumidores ao adquirirem se tornarão semelhantes a essas pessoas da mídia.

Contudo, vemos que se por um lado temos a importância dos meios de

comunicação de na economia mundial, por outro vemos algumas formas

25

desordenadas de implantação midiática, fazendo com que possam a vir causar uma transformação da subjetividade nos jovens, pois os mesmos se não orientados a construir sua própria visão de mundo, poderão agir conforme a os meios de comunicação os impõe.

26

3. A CONSTRUÇÃO DO SUJEITO ADOLESCENTE NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Considerando que todas as circunstâncias e situações são demarcadas primeiramente por um contexto histórico, podemos iniciar perpassando pela compreensão de Bauman (2001) a partir da fábrica fordista. Haja visto que fábrica fordista foi, segundo Bauman (2001), em seu apogeu, um modelo de industrialização, de acumulação e de regulação. Por ser um método de produção da indústria automobilística Ford, foi necessário que tivessem, embora simples, aplicação de técnicas industriais mesmo com a falta de visão geral sobre o produto final, e que com ele resultaria em um grande volume de produção.

Para Bauman (2001, p. 33-34) a fábrica fordista:

[...] reduzia as atividades humanas e movimentos simples, rotineiros e predeterminados, destinados a serem obediente e mecanicamente seguidos, sem envolver as faculdades mentais e excluindo toda espontaneidade e iniciativa individual.

Essa ausência de visão geral sobre o produto, fazia com que o método em que as pessoas trabalhavam fosse de forma mecânica, tivessem suas vidas administrada por outra pessoa, e mesmo que o retorno – seja ele financeiro – fosse

formidavelmente agradável, havia ali um elo de ligação entre o fordismo e o trabalhador no qual permaneceu por um bom tempo.

Eventualmente, o capitalismo pesado foi perdendo sua solidez dando assim margem para o capitalismo leve e sua conseqüente liquidez, ou seja, passando de uma forma mais rígida e inflexível para uma configuração mais branda e de uma visão mais abrangente.

Conforme colocou Bauman (2001, p.70),

O trabalho, porém, permanece tão imobilizado quanto no passado – mas o lugar em que ele imaginava estar fixado de uma vez por todas perdeu sua solidez de outrora; buscando rochas, as âncoras encontram areias movediças. Alguns dos habitantes do mundo estão em movimento; para os demais, é o mundo que se recusa a ficar parado.

Diante desses apontamentos, Bauman (2001) nos traz que após a liquidez do capitalismo pesado, as pessoas se mostram cada vez mais expostas ao papel de um povo que está sempre em busca de melhorias, não chegando à exatidão dos

27

interesses, porém dando para si um apoderamento de valores, esses que fazem com que os mesmos se sintam livres.

Baseado nesse leque de valores que lhes são conquistados, as pessoas passam a ter uma função de desbravar a partir delas um mundo que lhes é representado não somente pelo trabalho, mas também pelo consumo. A partir disso, podendo ter não apenas representações de autoridades, mas também de líderes e conselheiros, o que temos referente a isso como o exemplo dos artistas, que com seus exemplos de vida acabam passando para seus seguidores fatos que podem servir de modelo vida, e as pessoas passam a enxergar nesses moldes alternativos para adaptar justificativas para a sua (in) felicidade na vida. (BAUMAN, 2001)

Com a exemplificação acima proposta pelo mesmo autor, junto a atribuição da

exposição em público da vida das pessoas, vemos que os interesses de assuntos do âmbito privado estão cada vez mais escassos, tendo assim uma transformação no contexto particular para com os interesses coletivos, apresentando assim uma normatização da exibição da individualidade de cada um.

A mídia tem um papel muito importante nesse contexto, pois através das suas representações muitas vezes criativas, a mesma faz com que seus aliados sejam adeptos aos que os meios de comunicação lhes apresentam.

A esse respeito, Bauman (2001, p.83) nos assegura que:

A definição corrente de “interesse público”, promovida pela mídia e amplamente aceita por quase todos os setores da sociedade, é o dever de encenar tais dramas em público e o direito do público de assistir à encenação.

Devido a onipresença dessas características midiáticas, o indivíduo se torna cada vez mais apoiante da idéia de que ele tem que ser aquilo que é representado pelos interesses dos meios de comunicação, fluindo assim o desejo como uma finalidade a se ter constantemente. Comprar se torna uma habilidade cada mais atuante comparado à antigamente, podendo caracterizar a atividade do consumismo um traço marcante da fluidez na contemporaneidade. Assim também, conseguimos designar como consequência a forma incessante das pessoas pela busca de alcançar o desejo, mesmo que isso não os traga benefícios tão satisfatórios.

Levando em consideração que cada indivíduo tem sua forma de se expor no mundo, mesmo que estejam sempre rodeados de representações que possam vir a lhes tornar semelhantes, o mesmo está em busca de uma singularidade através da

28

inferência dos meios de comunicação não observáveis por essas pessoas.

(BAUMAN, 2001)

Feito o apontamento sobre essa contínua procura pela nossa representação

diante do outro, sendo evidenciada principalmente no que os meios de comunicação nos vêm a promover diante a sua exibição, pode ser caracterizada por uma busca incessante da construção de uma identidade, e com isso, Bauman (2001, p. 99) nos afirma que:

Sua dependência não se limita ao ato da compra. Lembre-se, por exemplo, o formidável poder que os meios de comunicação de massa exercem sobre a imaginação popular, coletiva e individual. Imagens poderosas, “mais reais que a realidade”, em telas ubíquas estabelecem os padrões da realidade e de sua avaliação, e também a necessidade de tornar mais palatável a realidade “vivida”.

É de conhecimento geral do quanto o mundo está a se evoluir, e junto dessas mudanças cristalizadas e materiais nossas vidas restritas estão a mudar constantemente. A forma como vivemos tende a mudar não apenas a si, mas também para com toda uma sociedade, haja visto que nossa forma de viver possa vir a contagiar outras várias pessoas.

A esse respeito, Bauman (2007) afirma que:

A “vida líquida” moderna é uma forma de vida que tende a ser levada à frente numa sociedade líquida moderno. “Líquido-moderno” é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. (BAUMAN, 2007, p. 07)

Nesse mesmo raciocínio, podemos identificar o quanto o ser humano está cada vez mais focado em si, pensando sempre no que pode lhe dar um retorno mais imediato, ou seja, o sujeito vive uma instantaneidade, o aqui agora, preso no presente constantemente sem avaliar o que o amanhã pode lhes trazer, e essas podem ser características que tem propriedade de formar a individualidade do sujeito para desenvolver a sua personalidade.

Como conseqüência disso, a formação da nossa identidade tornou-se um

desafio, pois com a fluidez da vida líquida, a família e os laços afetivos modificam bastante, porém o sujeito e a metamorfose do seu eu estão em constante busca pelo autoconhecimento. Porém, por mais que tentarmos nos tornar um ser indiviso, encontramos o olhar do outro, enxergamos no mundo o nosso reflexo, o equilíbrio no que está dentro de nós, e o que vem do mundo também forma a nossa identidade.

29

A identidade também é dada pela outro, e nós vamos buscar sempre no outro e no social o reflexo de quem somos nós. Desse modo, Bauman (2007) fala que:

Por essa razão, a “identidade” reserva perigos potencialmente mortais tanto para a individualidade quanto para a coletividade, embora ambas recorram a ela como instrumento de auto-afirmação. O caminho que leva à identidade é uma batalha em curso e uma luta interminável entre o desejo de liberdade e a necessidade de segurança, assombrada pelo medo da solidão e o pavor da incapacidade. (BAUMAN, 2007, p.44)

Por sua vez, na busca pela identidade, há uma constante ambivalência no que se remete a liberdade e a segurança. Precisam-se dos dois, um decorre ou antecede o outro e vice versa. Quando buscamos cada vez mais por segurança, concedemos a nossa liberdade, e cada vez que queremos ter a nossa liberdade, entrega-se uma parcela de segurança. (BAUMAN, 2007)

Como consequência da busca do equilíbrio entre a liberdade e a segurança, a globalização vem quebrando as fronteiras entre o público e o privado, isto é, fazendo com que percebamos a liberdade como a forma mais conveniente de obter segurança. Dessa forma, nossa individualidade é formada por nossos conflitos, e com isso Bauman (2007) contextualiza:

Para as vítimas dos efeitos colaterais da globalização, porém, mais liberdade não parece ser a cura de seus problemas – prefeririam encontrá-la no desmoronamento ou no desmoronamento forçado das rotinas da vida e das redes de vínculos humanos e compromissos mútuos que costumavam apoiá-las e fazê-las sentir-se seguras. (Bauman, 2007, p.53)

As pessoas, sobretudo os jovens, estão constantemente em busca de uma identidade não naquilo que são, mas naquilo que consomem e exibem, como se demonstrassem incessantemente que são exatamente aquilo que compram. Bauman (2007) contextualiza exatamente sobre a fluidez de uma modernidade, ou seja, o poder da mudança e da adaptação.

Bauman (2007) relaciona os estados físicos da matéria, sólido e líquido, com as relações e os contextos sociais. O que antes tínhamos como uma modernidade sólida, onde havia tradições e famílias que se mantiveram por uma perspectiva duradoura, havia funcionamentos muito bem definidos, que se comparadas as de hoje eram muito menos heterogêneas. São transformadas na chamada modernidade líquida, que é marcada por transformação ampla na fase modernidade sólida.

Somando-se a isso, para Bauman (2007), há uma grande fragmentação do indivíduo, o que antes as identidades eram um tanto homogêneas, na modernidade líquida, o grau de heterogeneidade é eminente, hoje o indivíduo pode se portar tanto como um indivíduo baseado em classe, como postura sexual, racial e social. Ainda nesse contexto, vemos também o quanto a modernidade líquida está com as incertezas com grande escala.

Tendo como referência a palestra “Modernidade Líquida e os desafios judiciais” (2016), o historiador e filósofo Leandro Karnal nos exemplifica alguns aspectos que caracterizam bem essas incertezas da modernidade líquida. O que antes, na modernidade sólida, eram propostos um mundo que geravam certezas, hoje com a liquidez, temos um mundo sem forma, e de maneira cômica Karnal lembra das certezas em que foi criado na sua época de jovem que pretendia se empregar, quando sua avó queria que ele fizesse concursos da “Petrobras”, pois

antes a empresa tinha perspectivas melhores que a de hoje, o mesmo diz refletir sobre onde poderia estar hoje caso tivesse seguido as certezas que eram dadas ao seu tempo de juventude.

Valores cultivados na modernidade líquida, deixaram de ser valores definidos. O fluxo com que as coisas se encontram e se movimentam estão cada vez evidentes, tendo como reflexo a maneira com que o sujeito precisa se portar para ter várias identidades, e em decorrência disso poder se representar no mundo contemporâneo, que apenas uma não basta, ele não consegue mais se representar somente com uma. São várias arenas de negociação onde tem que afirmar a identidade dele na narrativa que ele escolheu e conseguir se representar satisfatoriamente perante os outros, mas nesse processo a mídia com a instantaneidade do discurso dificulta esse processo de se representar perante o outro, os discursos da mídia são líquidos, mudam com muita facilidade, são voláteis.

Aqui, mais uma vez, fazem-se pertinentes os apontamentos de Bauman (2007, p. 52),

O atual discurso sobre a identidade de equilibra precariamente entre todas essas contradições, ambigüidades e armadilhas ocultas. Virtualmente toda proposição que origina é alimento para alguns praticantes e alvos desses discursos e veneno para outros. E passa de carne a veneno, e vice-versa, dependendo de suas condições, capazes de mudar de maneira rápida e imprevisível.

Com isso, podemos ver como a fluidez na sociedade de consumo, onde não se valoriza o permanente, mas o temporário, há uma predominância no que Bauman (2007) chama de modernidade líquida.

31

Em muitas circunstâncias, o que vem a partir do que os meios de comunicação nos apresentam foge do nosso entendimento de como elas surgiram

ou de onde vieram. A superficialidade e instantaneidade de como nos são apresentadas, manifesta em nós uma forma de desejo para se obter aquilo que foi posto como assunto.

Assim como nos evidencia Oliveira (2015), os meios de comunicação nos atribuem idealizações desde que beber e comer até nas formas como se vestir e viver para que nos tornarmos indispensáveis, estabelecendo assim em nós uma constante forma do querer usufruir e experienciar o que é proposto pelos meios de comunicação.

Conforme a análise de Bauman (2007, apud Oliveira 2015 p. 02)

O desejo é o principal elemento de manipulação para o qual a indústria e a publicidade devem destinar seus melhores esforços, pois dele depende a reprodução dos modos de vida de uma sociedade onde os objetos, e não as pessoas, são os elementos centrais do tecido social.

Os meios de comunicação usam da imagem de pessoas que tem fama e reconhecimento, para que a partir delas se crie um personagem que demonstre baseado naquilo que nos é oferecido pela mídia, uma forma de se obter e se representar baseado que foi interpretado por uma imagem fictícia.

Exemplificando a questão acima, peguemos como base uma campanha publicitária de uma tinta para cabelos que foi lançada no mercado que tenha como garota propaganda uma pessoa do meio artístico conhecida internacionalmente. A celebridade contratada tem seu cabelo como instrumento da sua imagem para reproduzir não apenas um possível bom efeito dado pelo produto exatamente no cabelo, mas que a partir disso, as pessoas possam ser e ir além, apenas com a mudança da cor do cabelo, como se instantaneamente fosse mudada a personalidade das pessoas.

O que nem sempre é colocado em questão, é que existem outros diversos

fatores que contribuem para a aceitação da exposição da figura baseado no produto divulgado, como por exemplo, um contrato com cláusulas que determine que a pessoa escolhida para garota propaganda, além de pintar o cabelo para campanha, deve permanecer com ele assim por um determinado período. Conseqüentemente é dado como retorno um generoso pagamento – ou cachê, como é mais utilizando nas campanhas publicitárias – para a pessoa exposta nas campanhas, e tendo a mesma

32

como uma referência internacionalmente conhecida, terminam que sendo um conjunto de fatores que influenciam na construção da personalidade e identidade do sujeito. Com o feito, as repercussões vão muito além da expansão de uma imagem através dos meios de comunicação, mas com ela encaminha-se também uma extensa proporção no interesse econômico que é dada como retorno. Fluindo assim um efeito colateral, que podemos perceber na criação de grupos na sociedade gerada a partir dos interesses.

Nas palavras de Oliveira (2015, p. 04):

Desse modo, de forma ininterrupta e onipresente são repetidos diariamente através de múltiplos dispositivos valores hegemônicos, ou seja, quais são os critérios de sociabilidade escolhidos como fundamento moral e ético para a vida cotidiana de milhares de pessoas – mesmo que isso represente tão somente os interesses particulares de grandes canais de televisão e seus parceiros.

Os meios de comunicação que antes tinha uma grande ascensão apenas nos meios televisivos, hoje há uma grande elevação nos cyber espaços. A internet trata não apenas de reunir vários números de pessoas, mas através dela também é no passado uma nova forma de um fazer parte, de uma socialização.

As redes sociais, por exemplo, seja ela de músicas, de relacionamento, ou de trabalho, está num tênue eixo entre o real e o virtual de nossa maneira de ver a

sociedade, de conviver, de conhecer pessoas e compartilhar momentos. Elas agem de maneira muito rápida na distribuição do que querem que seja informado, e tem também o acesso de uma quantidade maior de pessoas. O surgimento de perfis e páginas nas redes sociais, acaba que sendo transpassado para as pessoas como verdade, uma maneira do querer transmitir ou aparecer, e assim podendo causar uma grande influência na vida das pessoas, deixando assim que o público tome conta do privado, ou até mesmo através das demonstrações midiáticas, o que nos já demonstrado inicialmente no capítulo através da visão Bauman (2007).

Nesse sentido, a observação efetuada por Oliveira (2015, p. 6) é bastante pertinente.

Para ele

Configura-se, por tudo isso, a produção de uma adolescência contemporânea cada vez mais isolada das possibilidades de construção de uma cultura própria, através da qual pudessem se mostrar suas demandas sociais e anseios existenciais. Longe disso, parecem disseminar-se cada dia mais entre os adolescentes a apatia e o conformismo como estilos de vida, mesmo que estes se apresentem

33

camuflados por ideologias compradas na prateleira das lojas ou modas fruto de uma disciplinada imitação das celebridades.

Para o autor, se o pai e a mãe educarem seus filhos dentro de casa, a indústria midiática vai ter que começar a produzir mais de acordo com a educação, pois mercado produz de acordo com a demanda, e quanto mais demanda mais a mídia oferece o que quer. Fazendo com que nos tornemos incapacitados de nos manifestar diante do que nos é ofertado através dos meios de comunicação, refletindo assim o que estamos produzindo de identidade, ou seja, a mídia tem a cara do espectador.

34

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento do trabalho que se trata de uma pesquisa do tipo Revisão do Estado da Arte do Conhecimento, utilizando-se consultas á base de dados das plataformas SciELO – Scientific Eletronic Library Online e PePSIC – Periódicos Eletrônicos e Psicologia, no qual foram coletados os artigos analisados nesse trabalho monográfico. Para a busca e identificação do material utilizaram-se os seguintes descritores: Adolescência; condição juvenil, Jovens, Juventude, Juventudes, Culturas Juvenis. Para que os artigos fossem coletados, os artigos deveriam, ainda, possuírem em seus resumos, títulos ou palavras-chave, um dos seguintes descritores: Mídia, Meios de Comunicação, Espetáculo, Celebridade(s), Internet, Cyber Espaço, Virtual. O estudo realizado é do tipo “Revisão do Estado da Arte”, também conhecido como “Revisão da Literatura” e procura reunir, analisar e discutir as informações publicadas sobre o tema até ao momento que o trabalho é elaborado. O seu propósito é fundamentar teoricamente o objeto de investigação com bases sólidas, e não arbitrariamente.

O levantamento bibliográfico foi realizado no período de outubro a novembro de 2015. Foi feito o levantamento através dos descritores dentro de um período de 10 anos de 2004 a 2014. Esta bibliografia foi escolhida e examinada a partir dos descritores acima descritos e com a pertinência em relação ao tema em estudo.

Após a coleta dos artigos, conforme descrevemos acima, os mesmos foram submetidos a um segundo momento, no qual excluimos da análise dos dados aqueles trabalhos que, embora coletados corretamente na revisão do estado da arte do conhecimento, não possuíam forte relação com a temática do presente trabalho.

Como, por exemplo, podemos citar pesquisas que abordavam apenas a contemporaneidade sem correlação com a cultura juvenil ou adolescências, e artigos em idiomas que não fossem o português. Foram encontrados 25 artigos da plataforma SciELO e 1 artigo da plataforma PePSIC, os quais apresentaram todos os requisitos acima estabelecidos. Em seguida foi feita a categorização em função de ano de publicação, nomes das revistas, estados de origem, natureza do estudo (Quantitativo ou Qualitativo) e método de coleta de dados. Como resultado, por conseguinte, do segundo momento de coleta de dados, no qual foram excluídos

35

trabalhos que apenas tangenciavam a temática que ora desenvolvemos, restaram então 5 trabalhos a serem analisados através do método de análise de conteúdo.

36

5. RESULTADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 RESULTADOS

FIGURA 1 – GRÁFICO ARTIGOS POR ANO



FIGURA 2 – GRÁFICO ARTIGOS POR ESTADO

Artigos por Estado



37

FIGURA 3 – GRÁFICO ARTIGOS POR NATUREZA

Artigos por Natureza

46%
Empírico Teórico

54%

**Natureza do
Estudo**

FIGURA 4 – GRÁFICO NATUREZA DO ESTUDO

26%Qualitativo

Quantitativo

74%

38

FIGURA 5 – GRÁFICO MÉTODOS DE COLETA DE DADOS

Métodos de Coletas de Dados

15%

23%Questionário

Estudo de Caso

Grupos Focais

31%

Entrevista 23%

Discursão em Grupo

8%

FIGURA 6 – GRÁFICO LINHA TEÓRICA DOMINANTE

Linha Teórica Dominante^{4%} ^{8%} ^{4%}

Psicanalítica 4% Sociológica

Sócio-Histórica

16%

Interdisciplinar 64%

Desenvolvimentalista

Filosófica

FIGURA 7 – GRÁFICO ARTIGOS POR REVISTA¹

6

4

3

1 1 2

1 1 1 1 1 1 1 1

Artigos por Revista

¹ Os gráficos acima (Natureza de Estudo, Métodos de Coletas de Dados (Empírico), Linha Teórica, Artigos por Ano, Artigos por Estado, Artigos por Natureza e Artigos por Revista), foram elaborados a partir de uma Revisão do Estado da Arte em periódicos de Psicologia, por uma equipe de trabalho cujos temas abordados são distintos, porém o material coletado tem o mesmo campo de investigação

39

40

5.2 RESULTADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após efetuarmos a coleta de dados, conforme descrevemos no capítulo referente aos procedimentos metodológicos, e de acordo com o detalhamento dos trabalhos encontrados, foi iniciada a etapa de análise dos dados, na presente pesquisa, através da análise de conteúdo.

A seguir, apresentamos abaixo um detalhamento, através de tabela, do material analisado e revisado exhaustivamente, com vistas a verificarmos as categorias que poderiam emergir do presente estudo.

No capítulo intitulado Apêndices, apresentamos uma tabela com um detalhamento acerca do total de artigos coletados inicialmente.

Feitas essas considerações introdutórias, passamos agora à análise das categorias que emergiram após uma exaustiva análise dos trabalhos coletados. Primeiramente, antes da análise de conteúdo, propriamente dita, apresentamos gráficos que colaboram para um detalhamento do material coletado.

5.3 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES ACERCA DOS CONTEÚDOS DOS ARTIGOS COLETADOS.

Destacamos então, as seguintes categorias emergentes de análise das construções de sentido dos autores analisados:

1. A internet como dispositivo produtor de subjetividade
2. A mídia como organizadora da vida social contemporânea

Discorreremos, a partir de agora, acerca de cada uma delas.

1. A internet como dispositivo produtor de subjetividade

A partir dos artigos coletados, podemos ver na presente categoria a partir da definição de Jerusalinsky (2004) sobre adolescência, que é importante ressaltar para melhor compreensão da passagem da adolescência para com a influência da mídia.

41

Temos então a adolescência como um período onde o jovem passa por momentos de muitas mudanças e indecisões, vemos que a introdução de novas tecnologias nesse período, apesar de sempre está nos ajudando fazendo com que tornemos alguns fatores do nosso dia a dia que antes nos exigiam tempo se transformem em recursos práticos, com ela há uma mudança também nos aspectos que diz respeito à produção de subjetividade.

Nos trechos abaixo, verificamos que a comunicação adquiriu um peso na importância da direção de criação de subjetividade :

Na cena contemporânea, a revolução eletrônica e a internet têm possibilitado, além de novas formas de comunicação, meios de expressão e produção da subjetividade. (CAIORI, 2009)

A sociedade contemporânea caracterizada pela predominância das tecnologias da informação, pela realidade virtual, pela interação mediada pela máquina, pelo questionamento da ascendência da cultura superior, onde o conhecimento científico é só mais um tipo de conhecimento, determina modos específicos de subjetivação que são próprios dessa época (SALLES, 2005).

A nova mídia, conectando o sujeito através da rede da internet, produz impactos mais eficientes na subjetividade, modificando as noções de tempo e espaço e a idéia de autonomia subjetiva. (MOREIRA, 2010)

Conforme os excertos acima vemos que a identidade do jovem está refletida cada vez mais nas formas em que interagem com o mundo e se expressam para o mesmo. Se antes tínhamos os nossos pais e a nossa família como principais

referências aos quais nos baseávamos, hoje a intervenção dos meios de comunicação, como por exemplo, a televisão e a internet, vêm ganhando bastante prestígio. De fato, podemos observar que na contemporaneidade a grande busca do adolescente para se expressar através dos meios de comunicação e do que o mesmo passa para eles, pode também ser reflexo da ausência de diálogo de pais para com os filhos, gerando assim uma necessidade de expressar vivências e sentimentos, não se poupando da proporção de que essa exposição possa a vir se tornar. Discute-se sobre a influência que a mídia tem sobre a personalidade e subjetividade que podem ser construídas nos adolescentes, e com o crescimento de novas tecnologias, vemos que as mesmas estão no mesmo percurso, fazendo com que assim gere um conflito entre o entendimento de que os meios de comunicação são facilitadores, porém podem causar mais ainda um aumento na quantidade da

42

similaridade de identidades e subjetivações, ou são fatores a mais para o aumento do conhecimento do indivíduo, pois o mundo está em constante mudança e crescimento, e as tecnologias vieram para inovar e facilitar a vida do ser humano.

Certamente, observa-se que a grande maioria das pessoas tem a internet não apenas como uma ferramenta de lazer, mas principalmente como um material essencial na resolução de problemas do dia-a-dia e como um facilitador das demandas cotidianas. O jovem, como um grande responsável pelo vasto crescimento do uso da internet, se assim bem orientadas para que não adentrem para o lado obscuro da internet, pode fazer delas não só como um passa tempo, mas também para que a mesma sirva de ferramenta para o bom desenvolvimento da sua adolescência. Aqui, vale a pena evidenciar o pensamento de Castells (2003,

apud OLIVEIRA, 2012) em que elucida a definição de uma geração em que muito se acessa a internet, e que vem buscando através dela uma nova forma cultural de viver:

A cultura da internet é a cultura dos criadores da internet. Por cultura entendemos um conjunto de valores e crenças que formam o comportamento; padrões repetitivos de comportamento que geram costumes que são repetidos por instituições, bem como por organizações sociais formais. (Castells, 2003, apud OLIVEIRA, 2012, p. 87)

As passagens abaixo nos mostram a perspectiva de que a mídia, nas suas diversas formas, vem tornando novos personagens a partir das influências que nos causam na época atual.

Temos os excertos que nos relatam que:

Por meio de experiências com o computador, o jovem pode encontrar uma forma de refletir sobre si mesmo. (CAIORI, 2009)

O espaço social *on-line* (sites de relacionamento, jogos) oportunizaria, assim, uma espécie de pertencimento fundamental para as novas gerações. (SCHWERTNER; FISCHER, 2012)

A mídia pela internet promove mudanças em noções fundamentais e constitutivas da subjetividade, e modifica a relação com o próprio corpo, com o tempo, com o espaço e com a idéia de autonomia. (MOREIRA, 2010)

Haja vista as passagens citadas acima, podemos considerar que com a grande utilização dos meios midiáticos via internet, as formas de ver o mundo e expressá-lo se tornam muito mais abrangentes, e o que antes era algo que se aprendia e muitas vezes guardados pra si, hoje temos a aproveitamento das redes sociais, por exemplo, como um meio de manifestação não apenas dos nossos perfis, mas também dos nossos saberes, fazendo com que assim possamos expor nossa visão a partir do que nos foi aprendido.

Visto os conceitos de Chauí (2006) aqui já trabalhados, os meios de

comunicação não estão envolvidos somente no interesses ao próximo e o bem estar do mesmo, mas sim dos próprios interesses a partir de poderes sociais, políticos e econômicos. Causando assim não somente uma padronização de subjetividade, mas também o que é refletido nas ações do dia a dia.

Entraremos, agora, à análise da próxima categoria.

2. A mídia como organizadora da vida social contemporânea

A esta categoria, que se faz a avaliação de que a mesma refere-se a uma vida social contemporânea e os meios de comunicação que refletem como organizador de vários aspectos da vida cotidiana, vemos que o afrouxamento dos laços familiares pode vir em decorrência da má distribuição da relevância dos aspectos cotidianos.

Vejamos:

Os meios de comunicação promovem a descentralização na circulação dos saberes e a socialização a partir disso, colocando num mesmo espaço diversas culturas, padrões e visões de mundo. (CHAMPANGNATTE; NUNES, 2011)

É fundamental reconhecer que o sentido cultural de uma sociedade se organiza cada vez menos nos romances e mais nas telenovelas, não tanto nas universidades como na publicidade. E os políticos, que em outro tempo diziam ter respostas sobre para que vale a pena estarmos juntos (como nação e como comunidade de consumidores), têm deixado que estas questões sejam respondidas pelos criativos publicitários e pelos investidores (SCHWERTNER; FISCHER, 2012)

Dentre as relações que vivencia o indivíduo, as mídias são elementos constantes enquanto referências que incidem nos nomes que a criança e seu corpo recebem, caracterizando uma demanda constante de ajustamento e reorganização das imagens e esquemas corporais. Sendo assim, a forma de apropriação da imagem corporal perpassa pelas definições que se obtêm a partir dos outros e das mídias - rádio, televisão e, sobretudo, internet, e, embora as construções da imagem corporal não estejam submetidas apenas às imposições das mídias, elas, assim como as demais experiências pelas quais passa a criança, influem na sua formação. (MOREIRA, 2010)

Os fragmentos acima citados, remetem a argumentação do papel da mídia como organizadora do laço social da atualidade. Tendo em vista o capítulo I deste trabalho, a respeito do grande poder que a mídia tem sobre as pessoas, pode

44

caracterizar-se também a fala de Birman (2006), quando ressalta que a adolescência contemporânea tem sido marcada pela solidão afetiva.

Somando-se a isso, com o crescimento do acesso aos meios de comunicação, vemos que mesmo que estejamos informados o suficiente para não está tão introduzidos nos meios publicitários, isso é algo que nos cerca diariamente. Na televisão, internet e propagandas, podemos observar a constante reprodução de um modelo ideal de vida, que inclui principalmente uma sobreposição narcísica que cada um deve ter baseado no que os foi apresentado.

Dentro dessa ótica, esse anseio de um ideal de vida pode acarretar constantes problemas pra vida do adolescente, mesmo que o próprio jovem não esteja tão ligado na construção dessa idéia há diversos fatores que podem o influenciar, seja pelos meios de comunicação ou até mesmo pelos pais. Podemos exemplificar com o fator da imagem corporal, pois ainda vemos que esse é um grande responsável pelo grande conteúdo dos meios de comunicação, tendo assim pensamento que para ser socialmente aceito e atingir a “vida feliz” exposta pela mídia, temos que começar tendo um corpo magro.

Convém ressaltar que dessa forma, não temos apenas uma imposição do corpo ideal como aquisição para está em alguma posição como muitas vezes os meios de comunicação nos exige, mas também há objetos que são expostos pela publicidade que muitas vezes no mundo dos adolescentes é o que também tem muito peso, pois os grupos que são formados nessa fase da vida, utilizam de bens

materiais para se adentrarem ou serem aceitos em algum grupo.

Na sociedade contemporânea, dentre os principais meios de comunicação, podemos perceber que o mais se evidenciou foram os meios de comunicação a partir do ciberespaço. A internet tem, por sua vez, como um aspecto elementar, a sua capacidade ampliar possibilidades de diferentes perspectivas.

Da mesma forma que podemos nos utilizar das mídias sociais para nos manter informados de assuntos que queremos explorar, a internet tem também como um de seus dispositivos principais, a forma como pode vir a intervir no sujeito, isto é, a partir dos acessos temos uma imensidão de diversidades reproduzidas pelo ciberespaço e assim consequentemente nos apresentando essa variação de possibilidades.

Podemos observar também nas categorias analisadas como a internet vem ganhando espaço na vida das pessoas, pelo fato de ser uma maneira facilitadora na

45

contemporaneidade. Os filmes que muitas vezes tínhamos que nos deslocar da nossa casa até uma locadora mais próxima para poder alugar, hoje há uma diversidade de sites – com alternativas gratuitas – para *download*.

Na vida líquida, a individualidade se tornou um problema, haja vista que o jovem não consegue mais se representar somente com uma identidade em muitos lugares como era possível de se alcançar na modernidade sólida. Hoje há uma negociação nos vários espaços em que convivemos para com as pessoas de quem nós somos e nos representar nessas áreas. (BAUMAN, 2007)

Tanto a visão de Bauman (2007) como nas análises comentadas anteriormente, podemos perceber que a internet surge como um novo local de representação da identidade, e como os adolescentes estão cada vez mais inclusos

no cyber espaço, a internet tornou-se um ambiente fundamental de negociação, se utilizando de vários meios – como as redes sociais – para exercer essa representação. Ao mandar uma mensagem ou pôr uma foto nas redes sociais, o indivíduo busca através do cyber espaço se demonstrar, ou seja, pensando na sua representação para o outro e o que isso significa para ele.

Associando a narrativa de Bauman (2007) com o conjunto de dados categorizados para análise, podemos perceber que não há como o indivíduo construir sua identidade de forma puramente individual, tendo em vista que ele está constantemente imerso por uma sociedade que está cada vez mais ligada aos meios de comunicação – seja no espaço virtual ou televisivo – fazendo com que seja também alternativa para a construção da sua identidade.

Assim, a análise até aqui realizada nos faz perceber como a grande propagação da mídia a favor do narcisismo tem bastante influência no contexto da adolescência, pois a mesma expõe não pensando em uma massa de pessoas, mas apenas no benefício próprio da empresa, por exemplo, sendo que se está dando resultado nas pessoas que adquirem produtos, essa é propaganda que também é muito importante que pode haver no mercado consumidor, ou seja, os consumidores são os propagadores também da influencia narcísica. Observa-se também como a produção de subjetividade está sujeita aos dispositivos mediáticos, fazendo com que principalmente os jovens, estejam sujeitos ao apoderamento dos seus dizeres e formas de ser, agindo no cotidiano das pessoas, na vida social e até particular. Por meio de tais práticas, a mídia, torna os seres os humanos seus reféns, reconstruindo e modelando suas subjetividades.

Lembrando que a leitura aqui disposta não se limita, tendo em vista que a este respeito tangem-se outras várias análises, que poderão assim extrair delas pontos de vista que por ventura possam ter sido deixados ao esquecimento na presente análise.

47

6 . ANÁLISE DE CONTEÚDO E CATEGORIZAÇÃO.

A) A INTERNET COMO DISPOSITIVO PRODUTOR DE
SUBJETIVIDADE

B) A MÍDIA COMO ORGANIZADORA DA VIDA SOCIAL
CONTEMPORÂNEA C) ESPETACULARIZAÇÃO DA VIDA
SOCIAL CONTEMPORÂNEA

A presente análise dos dados aqui apresentados é de caráter parcial no decorrer do andamento do presente trabalho efetuaremos uma nova leitura exaustiva dos trabalhos coletados buscando verificar se as categorias que encontramos realmente se confirmam e se não ocorrerá emergentes de novas categorias existindo argumentos contundentes de uma forma significativa em diferentes trabalhos.

48

TABELA 1 - TABELA DE VERIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE

ARTIGO

**MATRIZ TEÓRICA PREDOMINANTE
NATUREZA DO TRABALHO
NATUREZA DO TRABALHO
PRINCIPAIS DIAGNÓSTICOS
ACERCA DA MÍDIA NA ATUALIDADE
PRINCIPAIS DIAGNÓSTICOS
ACERCA DA MÍDIA NA ATUALIDADE
PRINCIPAIS DIAGNÓSTICOS
ACERCA DA MÍDIA NA ATUALIDADE
LINHA
INTERPRETATIVA/ARGUMENTATIVA
PRINCIPAL DA RELAÇÃO DE
ADOLESCENTES COM O MÍDIA.
LINHA
INTERPRETATIVA/ARGUMENTATIVA
PRINCIPAL DA RELAÇÃO DE
ADOLESCENTES COM O MÍDIA.
LINHA
INTERPRETATIVA/ARGUMENTATIVA
PRINCIPAL DA RELAÇÃO DE
ADOLESCENTES COM O MÍDIA.
LINHA
INTERPRETATIVA/ARGUMENTATIVA
PRINCIPAL DA RELAÇÃO DE
ADOLESCENTES COM O MÍDIA.**

Adolescência escrita em blogs
PSICANÁLISE TEÓRICO

“Na cena contemporânea, a revolução eletrônica e a internet têm possibilitado, além de novas formas de comunicação, meios de expressão e produção da subjetividade. O tema deste trabalho versa sobre um tipo de *blog*, muito utilizado pelos adolescentes, que funciona como um diário pessoal *online*, que pode ser acessado livremente na *web*. Nesse espaço, os jovens contam sobre si e expõem uma parte de seu cotidiano, escrevem seu perfil, poesias, pensamentos, protestos, colocam fotografias e esperam os comentários de quem os lê.”

Os meios de comunicação vêm sendo destaque não somente de publicações de produtos para com o consumidor, mas também uma ferramenta para o indivíduo se manifestar e se expressar diante do contexto em que vive e diante de todo um espaço que pode estar além do que os olhos conseguem enxergar. Pessoas que criam blogs para fazer parte de grupo, criar laços sociais através da internet e/ou se inserirem em um determinado espaço (que no

caso de blogs, podemos determinar de ciberespaços). Neles, podemos perceber também o reflexo do desamparo de indivíduos para com os seus pais e sua família, pois muitas vezes o que eles escrevem em blogs, não são apenas manifestações e expressões de um determinado cenário de acontecimentos de terceiros, mas são extensões das próprias vivências e de manifestações subjetivas.

Os meios de comunicação vêm sendo destaque não somente de publicações de produtos para com o consumidor, mas também uma ferramenta para o indivíduo se manifestar e se expressar diante do contexto em que vive e diante

49

de todo um espaço que pode está além do que os olhos conseguem enxergar. Pessoas que criam blogs para fazer parte de grupo, criar laços sociais através da internet e/ou se inserirem em um determinado espaço (que no caso de blogs, podemos determinar de ciberespaços). Neles, podemos perceber também o reflexo do desamparo de indivíduos para com os seus pais e sua família, pois muitas vezes o que eles escrevem em blogs, não são apenas manifestações e expressões de um determinado cenário de acontecimentos de terceiros, mas são extensões das próprias vivências e de manifestações subjetivas.

“A proposta deste artigo é refletir sobre a escrita em *blogs* na constituição do sujeito adolescente, em uma perspectiva psicanalítica.”

“Ao longo da revisão das obras de Freud, pode-se notar que o escrever marca o seu percurso, e aparece de formas distintas em alguns de seus textos, por vezes como uma metáfora e até mesmo com o intuito de elucidar o funcionamento do inconsciente.”

“Muitos anos depois, observa-se que a sugestão de Freud - publicar diários - tornou-se uma prática comum entre os adolescentes. A internet permitiu que fosse criada, na atualidade, uma modalidade de diários virtuais: os *blogs*.”

“Tais narrativas entrelaçam

50

o privado e o público e apontam para uma busca de expressão dos adolescentes.”

“Questiona ainda este autor: “quem mais do que o adolescente precisa disto?”(p. 205), já que ele evidencia um “não lugar” devido à crise identitária que vivencia.”

“O adolescente, nesta atividade, pode se reconstruir a partir das questões subjetivas

que o afligiram e o colocaram a escrever.”

“A adolescência pode ser compreendida como um evento subjetivo, passagem da infância para a vida adulta, que se inicia com as transformações da puberdade.”

“A contestação da palavra dos pais e a saída do lar familiar rumo ao laço social levam à necessidade de

51

encontrar outras referências além das parentais, ou seja, o sujeito vê-se diante da exigência de realizar uma nova construção identificatória.”

“Nesta travessia, em que ocorre uma perda do lugar desde onde o sujeito se significava, a escrita pode funcionar como um veículo que permite ao adolescente expressar o que não está conseguindo comunicar de uma outra maneira, constituindo, assim, um recurso de linguagem em um código social, discursivo.”

“A busca de um lugar no laço social.”

“Nesse contexto de construção de novos ideais, a principal referência se torna o grupo de amigos: os pares serão as grandes fontes de identificação deste momento.”

52

cultura.”

“Essas teorias partem de um ponto principal em que as mídias devem ser analisadas a partir de seus contextos sociais e históricos; e que cultura e sociedade devem ser pensadas como uma teia.”

Refere-se o texto no que diz respeito ao uso da mídia na elaboração e realização de aulas em escolas. Diz respeito ao que o professor associa em sala de aula

Refere-se o texto no que diz respeito ao uso da mídia na elaboração e realização de aulas em escolas. Diz respeito ao que o professor associa em sala de aula

A inserção das mídias audiovisuais no contexto escolar

“Os estudos sobre as relações entre mídia e sociedade tiveram representatividade significativa na América Latina com as teorias latinoamericanas de comunicação e

PSICANÁLISE EMPÍRICO

PSICANÁLISE EMPÍRICO

com o que foi estudada/pesquisado/apresentado nas mídias sociais. O que não estende ao o que a mídia pode influenciar ou não na vida dos adolescentes.

com o que foi estudada/pesquisado/apresentado nas

“Analisar uma mídia audiovisual em determinado contexto, em sala de aula, em família ou em comunidade, implica perceber as mediações que ocorrem entre essa mídia e as pessoas que a cercam (MARTÍN-BARBERO, 2003; OROZCO, 1991).”

53

Algumas interrogações acerca das produções midiáticas sobre a juventude

“Este artigo pretende problematizar as práticas discursivas e não- discursivas, engendradas pelos meios de comunicação, que objetivam a juventude.”

“Sposito e Carrochano (2005), tem-se objetivado a juventude como período de transição para o mundo adulto, considerado o ápice de um determinado processo de desenvolvimento baseado na aquisição da racionalidade abstrata e do pensamento formal.”

“Todavia, cada cultura define os comportamentos considerados legítimos para esse período da vida.”

“Um critério comum e amplamente utilizado para a definição da juventude é o da idade, contudo, como observa Novaes (2006), a experiência do chamado “tempo de juventude” é

Vemos que a adolescências está relacionada não somente com a definição de idades, mas é bastante singular em cada indivíduo, do ambiente em que vive e na cultura no qual foi criado. É pontuado o marketing por Deleuze, onde vemos que é o grande responsável pela exposição de produtos e formas de vida passageira, mostrando sempre que o que é ali mostrado deve PSICANÁLISE TEÓRICO ser seguido. O artigo fala também da subjetividade- luxo, onde vemos que a partir do que é mostrado nas mídias sociais, o jovem, por está em processo de construção de identidade, almeja seguir desejos que são criados a partir de propagandas, fazendo com que assim sejam criados modelos não somente de jovens, mas também e principalmente, de subjetividade.

54

bastante singular, justamente por não estar atrelada aos limites etários, de sorte que esse suposto recorte de tempo específico da vida pode ser antecipado àqueles cujo

mídias sociais. O que não estende ao o que a mídia pode influenciar ou não na vida dos adolescentes.

com o que foi estudada/pesquisado/apresentado nas mídias sociais. O que não estende ao o que a mídia pode influenciar ou não na vida dos adolescentes.

direito ao que vem sendo designado de infância foi negado.”

“É interessante pensar a sociedade de controle como uma sociedade de comunicação, uma vez que o desenvolvimento de tecnologias de comunicação tem dado sustentabilidade aos sistemas de controle (HARA, 2007). Nesse sistema de comunicação, atuam os dispositivos midiáticos, os quais agem na tentativa de promover processos de homogeneização da cultura e produzir novas formas de subjetivação vetorizadas pelo capital mundial integrado.”

55

“O *marketing* é apontado por Deleuze (1992, p. 224) como o novo “instrumento de controle social”, que nos motiva permanentemente à adesão aos modos de existência produzidos por *kits* de subjetividade a serem consumidos; nessa lógica, os indivíduos são efeitos desses processos e devem estar dispostos, ainda, a uma abertura permanente ao deslizamento subjetivo, vendendo, comprando e consumindo estilos de vida provisórios e ligados às marcas de uma sociedade de controle que opera um mercado de serviços e de *marketing*. Nesse mercado, a especulação financeira ganha com a valorização extrema das corporações que fazem publicidade de suas marcas, que passam a valer cifras intangíveis para a voracidade consumidora.”

“Em busca de

56

pertencimento ao território glamourizado das identidades e por medo da morte social, somos lançados ao consumo de uma série de produtos do *fast-food* cultural, avaliando seu valor a partir da exposição destes pela mídia (ROLNIK, 2002). Diante das considerações de Rolnik (2002), questionamos se estas duas racionalidades sobre juventude não correspondem justamente a esses territórios subjetivos apresentados pela autora. Enquanto o modelo de juventude criado pela indústria cultural parece corresponder a essa subjetividade-luxo, que deve guiar os desejos e os sonhos de todos os jovens, esta outra juventude estigmatizada por sua condição social parece estar associada a essa ideia de uma subjetividade-lixo e deve, portanto, se contentar com sua

57

condição de subconsumidora.”

Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos

“A história de vida, embora seja singular, não é um processo interior independente da sociedade, pois o social constitui o subjetivo. A sociedade contemporânea caracterizada pela predominância das tecnologias da informação, pela realidade virtual, pela interação mediada pela máquina, pelo questionamento da ascendência da cultura

superior, onde o conhecimento científico é só mais um tipo de conhecimento, determina modos específicos de subjetivação que são próprios dessa época (Sennett, 1975; Tajfel, 1984; Giddens, 2002; Hall, 2002).”

“A identidade da criança e

Vemos que desde o nosso nascimento somos fadados a inserção da cultura em que vivemos. A subjetividade passa ser não somente individual, mas social. Na cultura contemporânea, vemos que os meios de comunicação de massa é uma indústria não somente de informativos, mas pode ser também criados modelos de vida, pois espectadores pegam para si aquilo que almejam ser real. Isso se estende também para a internet, onde um mundo de informações é exposta, e cabe ao indivíduo a escolha. O papel PSICANÁLISE TEÓRICO

dos pais é fundamental nesse aspecto, pois em casa por exemplo, a inserção de limites de horários e de acessos pode ser de grande valia para a construção da identidade dos adolescentes, sendo que o contrário pode levar jovens acessos fora do que lhe é permitido.

58

do adolescente é construída hoje numa cultura caracterizada pela existência de uma indústria da informação, de bens culturais, de lazer e de consumo onde a ênfase está no presente, na velocidade, no cotidiano, no aqui e no agora, e na busca do prazer imediato. A subjetividade é, então, construída no comigo mesmo, na relação com o outro e num tempo e num espaço social específicos.”

“Somando-se a isso, as tecnologias da comunicação, dentre elas a tv e a internet, possibilitam que o acesso às informações se dê sem o controle dos pais. Assim, as crianças entram, por exemplo, desde cedo em contato com o sexo, com a violência, com a exploração dos conflitos íntimos, embora isso fosse um processo comum na Idade Média, pois, como foi dito

59

anteriormente, nessa época a criança participava de todas as atividades realizadas pelos adultos, de forma que a separação entre coisas de crianças e coisas de adulto não existia (Ariès, 1986); quando da separação das idades, a criança e o adolescente foram apartados de certas atividades.”

“A situação atual vem, assim, se contrapor à idéia de socialização pela qual se concebia que os adultos, pais e professores em especial detinham as informações às quais as crianças poderiam ter acesso, e aquilo que deveriam saber e/ou lhes era permitido fazer era controlado e estabelecido de acordo com as faixas etárias.”

Juventudes, conectividades múltiplas e novas temporalidades

“Conforme o autor, esta é a primeira geração de jovens que está crescendo em meio

uma simultaneidade de mídias visuais e seus

Na adolescência contemporânea temos um crescimento simultâneo entre jovens

PSICANÁLISE TEÓRICO

e as mídias sociais, onde elas acabam sendo imersos a esse mundo de forma que seja um fator importante para a

60

recursos: a televisão colorida e digital, o controle remoto e o *zapping*, o computador pessoal e a internet, o telefone celular, o e-book, o *Twitter* e assim por diante. Canclini sugere inclusive que há uma interação curiosa entre as diferentes mídias; assim, por exemplo, ele nos diz que os canais de televisão, em seus programas, estariam pautando as perguntas para as quais, por sua vez, a internet proporia respostas. Ele acrescenta: É fundamental reconhecer que o sentido cultural de uma sociedade se organiza

61

questões sejam respondidas pelos criativos publicitários e pelos investidores (CANCLINI, 2004, p.172, tradução nossa).”

“A internet é considerada por eles um lugar para “encontrar” (virtualmente) pessoas: mais de 70% dos jovens apontam a rede como um lugar de encontro com os amigos – lugar privilegiado, considerando-se que a casa foi a escolha de 54% dos jovens pesquisados; e a rua, de 52% deles.”

“Segundo a autora, o espaço virtual seria hoje um novo ponto de encontro, ocupado anteriormente, como na década de 1950, pela lanchonete local e, mais tarde, nos anos 90, pelos *shoppings*. O espaço social *on-line* (sites de relacionamento, jogos) oportunizaria, assim, uma

62

espécie de pertencimento fundamental para as novas gerações. E é por essa razão que a chamada exclusão digital

cada vez menos nos romances e mais nas telenovelas, não tanto nas universidades como na publicidade. E os políticos, que em outro tempo diziam ter respostas sobre para que vale a pena estarmos juntos (como nação e como comunidade de consumidores), têm deixado que estas criação de laços sociais. O que antes eram considerados pontos de encontro de lugares como shoppings, praças e sorveterias, hoje os indivíduos se encontram de forma on-line, como chats, blogs e etc.

ganha força, na medida em que muitos jovens, no Brasil e em outros países, desejam intensamente participar desse grande espaço das mídias digitais e ainda dele se veem excluídos.”

“A própria difusão das informações sobre o uso da internet, em meios como a TV (nas telenovelas, por exemplo), anuncia a *todos* que existe algo desejável, fascinante, mas que, dadas as condições sociais de determinados grupos, ainda não pertence a muitos deles.”

Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade

“*Mídia* refere-se aos meios de comunicação em geral, que atingem a grande massa, abrigando, pois, os grandes veículos com reconhecida influência sobre as pessoas. O termo *mídia* está vinculado

Tendo como referência de mídia uma forma geral de se referir aos meios de comunicação, na sociedade

Tendo como referência de mídia uma forma geral de se referir aos meios de comunicação, na sociedade

PSICANÁLISE TEÓRICO

PSICANÁLISE TEÓRICO

contemporânea vemos o quanto cresce não apenas as variedades midiáticas, mas também há um grande crescimento nos receptores desses veículos de notícias, sendo assim um reflexo de

contemporânea vemos o quanto cresce não apenas as variedades midiáticas, mas também há um grande crescimento nos receptores desses veículos de notícias, sendo assim um reflexo de

contemporânea vemos o quanto cresce não apenas as variedades midiáticas, mas também há um grande crescimento nos receptores desses veículos de notícias, sendo assim um reflexo de

63

aos processos de produção, circulação e recepção de mensagens. A criação da mídia, como meio de comunicação em massa, representa um aspecto constitutivo do nascimento da sociedade de massa no fim do século XIX (Silveira, 2004). A mídia na contemporaneidade engloba os veículos de notícias, o campo da publicidade, a produção de filmes, novelas e minisséries. Aparece, ainda, no campo da rede virtual, sobretudo na internet.” “As histórias da imprensa e da subjetividade, enquanto experiências de liberdade individual, são correlatas. Podemos pensar a criação da imprensa como um dos fatores que possibilitaram o surgimento da experiência subjetiva e a valorização do espaço privado. Assim, a imprensa não só influencia nos modos de grande adaptação dos indivíduos as novas tecnologias. O crescimento dos meios de comunicação ajuda as pessoas a resolver de forma mais práticas algumas pendências que poderiam levar dias, mas por outro lado pode gerar grande influência na vida das pessoas, tendo as propagandas como um dos mais influentes na vida do indivíduo.

subjetivação, mas também cria ou contribui para a criação de subjetividades.” “O maior veículo de influência sobre a subjetividade, no entanto, talvez sejam as propagandas, que criam hábitos e verdades. O poder dos anúncios comerciais de produzir o consumo de produtos é massivo sobre os indivíduos. As propagandas determinam a utilização de produtos e ideais de vida. Todos conhecem as famílias perfeitas dos comerciais de cereais oferecidos como refeições matinais. As propagandas capturam e alienam os sujeitos em sua rede de persuasão.” “Freire Filho (2007), em seu texto "Sociedade do espetáculo à sociedade da interatividade", revela que a mídia na internet promete turvar ou dissolver a separação entre produtor e consumidor. O sujeito pode

65

assistir ao anúncio de um produto e no mesmo site comprar o produto. Propaganda e consumo associados na mesma rede da internet, disponível para capturar os desejos e os sujeitos. Podemos afirmar que a mídia da internet é ainda mais eficiente no processo de produção de subjetividades.”

“A mídia pela internet promove mudanças em noções fundamentais e constitutivas da subjetividade, e modifica a relação com o próprio corpo, com o tempo, com o espaço e com a idéia de autonomia. Para Megale e Teixeira (1998), na virtualidade surge um "novo ordenamento das relações entre os indivíduos, extremamente marcado por uma prevalência da imagem e por uma desnecessária participação dos indivíduos em efetivas relações" (Megale &

66

Teixeira, 1998, p. 49). Para estes autores a mídia virtual pode produzir um tipo de subjetividade ilusoriamente marcada por uma individualidade e um sentimento de auto-suficiência.”

“A cena virtual apresenta um campo de possibilidade infinita de comunicação que convida o sujeito a se retirar dos limites de seu corpo e navegar pelo ciberespaço em tempos e espaços ilimitados.”

“Assim, podemos pensar que a mídia virtual cria uma espécie de subjetividade exteriorizada, prisioneira em sua solidão, mas sem tempo para a auto-reflexão, já que o importante é conectar-se no ciberespaço. Um Eu que se encontra preso na tela do computador.”

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho onde teve como objetivo principal analisar a relação que os meios de comunicação têm com a construção da adolescência contemporânea. Gostaríamos de, em caráter conclusivo no saber psicanalítico, desenvolver mediante análise de conteúdo e pressupostos teóricos analisados nos capítulos iniciais a entender que: a frouxidão dos laços familiares contribuem de forma eminente na construção do sujeito adolescente; os discursos contemporâneos dos meios de comunicação como um dispositivo importante para a construção da subjetividade e a contribuição da internet e da televisão como modelos de representação na vida contemporânea.

Após a análise dos dados na presente pesquisa onde revisamos as plataformas SciELO e PePSIC nos periódicos de psicologia nos anos de 2004 a 2014, e as categorias que mais se destacaram foram: a internet como dispositivo produtor de subjetividade e a mídia como organizadora da vida social contemporânea.

Em primeiro lugar, na categoria a internet como dispositivo produtor de subjetividade, demonstrou-se que os pesquisadores brasileiros nos últimos anos nos periódicos de psicologia acima citados, apontam para os ciberespaços principalmente no sentido de serem fatores que mais contribuem para a influência na construção da personalidade do jovem, isto é, na medida em que o acesso as plataformas online vão se tornando cada vez mais abrangentes, há um tênue eixo, no qual de um lado há os meios virtuais como um instrumento simplificador do cotidiano, e do outro lado é um fator que gera bastante uniformidade na construção

das identidades.

Fazendo relação com os apontamentos de Jerusalisky (2004) e Birman (2006), podemos analisar o quanto no período da adolescência os jovens estão mais suscetíveis as influências das ações que a mídia tem para com os seus espectadores, fazendo com que as novas mídias sociais sejam principais gerenciadoras de modificação e reformulação da subjetividade, pois se antes tínhamos as pessoas da nossa casa – pai e mãe, por exemplo – como modelos identificatórios, hoje a mídia nos apresenta uma série de formas no qual podemos nos apoiar.

68

Em segundo lugar, temos a mídia como organizadora da vida social contemporânea, a partir dela demonstrou-se que com base nos autores dos artigos analisados, temos com isso um gerador de trocas, ou seja, ele se representa a partir do que lhe é apresentado como ideal, e em compensação essa será uma forma em que a mídia irá ter como propagação do seu material, nos remetendo assim a esse ideal narcísico ao nos propor a idéia de que na vida contemporânea, o jovem busca nos meios de comunicação – seja ela via televisão, rádio, outdoors e principalmente a internet – uma forma de se representar para o outro.

Em vista disso, acredita-se que ao final do presente trabalho é possível que se conclua que a pesquisa aqui realizada nos mostra as maneiras em que a influência que o jovem sofre através dos meios de comunicação pode acarretar na modificação da sua subjetividade e na sua forma de se representar para si e para o outro.

Podemos fazer uma relação de continuidade dos primeiros capítulos com a análise dos dados, quando de início temos a televisão com um maior controlador das mídias sociais, porém no decorrer dos anos dos estudos feito na Revisão do Estado da Arte em duas plataformas nos últimos dez anos, vemos que a nova mídia tem como principal gerenciador a internet. Nela podemos fazer alusão do quando o jovem da sociedade contemporânea está cada vez mais introduzido no ciberespaço.

Contudo, mesmo com a participação que há da mídia nessa mudança de uma modernidade sólida para uma modernidade líquida (Bauman, 2001), podemos perceber que os meios de comunicação vêm evoluindo a cada dia, e mesmo com a alteração da subjetividade a qual nos propõe os autores, por outro lado há também uma forma de se representar que se fazem marcadamente presentes no cenário que se vive, podendo se representar em lugares diferentes de formas alternadas.

69

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo Parasitário**. In: BAUMAN, Zygmunt. **A cultura da oferta**. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2010. p. 33-39.

BAUMAN, Z. Sobre a vida num mundo líquido-moderno. In: BAUMAN, Z. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007. p. 7-54.

BIRMAN, Joel. **Tatuando o desamparo: a juventude na atualidade**. 2006. p. 25 42.

CAIROLI, Priscilla; GAUER, Gabriel Chittó. **A adolescência escrita em blogs**. Estud. psicol. (Campinas), Campinas, v. 26, n. 2, p. 205-213, jun. 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-166X2009000200008&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 22 mar. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-166X2009000200008>.

CHAMPANGNATTE, Dostoiowski Mariatt de Oliveira; NUNES, Lina Cardoso. **A inserção das mídias audiovisuais no contexto escolar**. Educ. rev., Belo Horizonte , v. 27, n. 3, p. 15-38, Dec. 2011 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982011000300002&lng=en&nrm=iso>. access on 22 Mar. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-46982011000300002>.

CHAUÍ, M. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

Com produção de Maria Farinha Filmes e Produções Ltda: **DOCUMENTÁRIO: CRIANÇA: A ALMA DO NEGÓCIO;** <https://www.youtube.com/watch?v=KQQRHH4RrNc>, 2008.

Com produção da Escola Judicial - TRT 5º Região - Bahia: **LEANDRO KARNAL: MODERNIDADE LÍQUIDA E OS DESAFIOS DO JUDICIÁRIO;** Palestra. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TZEIfZakc5E>>, Acesso 03 de maio 2016.

COUTO, Edvaldo Souza; MELO, Caio; MOREIRA, Ana Paula; XAVIER, Maise. **Da cultura de massa às interfaces na era digital**. Revista da FACED, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/1185>> Acesso em: 09 de maio de 2016

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. In: DEBORD, Guy. A separação consumada. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

70

FRANCO, Ana Carolina Farias et al . **Algumas interrogações acerca das produções midiáticas sobre a juventude**. Fractal, Rev. Psicol., Rio de Janeiro , v. 26, n. 2, p. 415-428, Aug. 2014 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-02922014000200415&lng=en&nrm=iso>. access on 22 Mar. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/1984-0292/872>.

FREIRE-COSTA, Jurandir Freire. A personalidade somática de nosso tempo. In: FREIRE-COSTA, J. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond Ltda., 2005. p. 185-202.

FREIRE-COSTA, Jurandir Freire. Juventude e a sociedade – Trabalho, educação, cultura e participação. **Perspectiva da juventude na sociedade de mercado**. Rio de Janeiro, 2004, p. 75-88

FROIS, Erica; MOREIRA, Jacqueline e STENGEL, Márcia. **Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão**. *Psicol. estud.* [online]. 2011, vol.16, n.1, pp.71-77. ISSN 1413-7372. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-73722011000100009>.

JERUSALINSKY, Alfredo. **ADOLESCÊNCIA E CONTEMPORANIEDADE**. In: JERUSALINSKY, Alfredo. **Conversando sobre**. Porto Alegre: 2004. p. 55-65.

MOREIRA, Jacqueline de Oliveira. **Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade**. *Psicol. Am. Lat., México*, n. 20, 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2010000200009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 01 maio 2016.

OLIVEIRA, Adriano Machado; MACHADO, Márcia. **A ADOLESCÊNCIA E A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIDA**. *Psicologia & Sociedade*, Palmas/TO, v. 3, n. 27, p.529-536, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v27n3/1807-0310-psoc-27-03-00529.pdf>>. Acesso em: 09 nov. 2015.

OLIVEIRA, Adriano Machado. **Entre consumidores e internautas: a outra face da crise do ensino médio no Brasil**, Santa Maria – RS, 2012. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codarquivo=4788> acesso em: 04 de maio de 2016

SALLES, Leila Maria Ferreira. **Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos**. *Estud. psicol. (Campinas)*, Campinas, v. 22, n. 1, p. 33- 41, Mar. 2005. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-166X2005000100005&lng=en&nrm=iso>. access on 22 Mar. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-166X2005000100005>

SCHWERTNER, Suzana Feldens; FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Juventudes, conectividades múltiplas e novas temporalidades**. *Educ. rev.*, Belo Horizonte, v. 28, n. 1, p. 395-420, Mar. 2012.

Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982012000100017&lng=en&nrm=iso>. access on 22 Mar. 2016.
<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-4698201200010001>

72

APÊNCIDE

73

TABELA 2 - TABELA DE PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO REVISTA ARTIGO ANO TIPO

Estudo de Psicologia - Campinas "Adolescência escrita em blogs." 2009 Teórico

"As representações sociais na depressão em adolescentes no contexto do ensino médio." 2006 Empírico

"Infância e adolescência na sociedade contemporânea: Alguns apontamentos." 2005 Teórico

"Insatisfação com a imagem corporal e fatores associados em universitários." 2012 Empírico

74

"O processamento das informações sociais em crianças e adolescentes agressivos." 2006 Teórico

"Adolescência, drogadição e políticas públicas: Recortes no contemporâneo." 2009 Empírico

Educação em Revista "Adolescência e identidades estéticas no cotidiano." (Belo Horizonte) 2009 Teórico

"Família, escola e juventude nos debates sobre a cultura contemporânea." (Belo

Horizonte) 2013 Teórico

“Fica comigo”: Juventude e pedagogias amorosas/sexuais na MTV” (Belo Horizonte) 2007 Empírico
 “Juventudes conectividades múltiplas e novas temporalidades. ” (Belo Horizonte) 2012 Teórico
 Caderno de Pesquisa “Adolescentes e homossexualidade: Representações sociais e identidade social. ”
 (Espírito Santo) 2012 Empírico
 75
 “Desmistificando a concepção de adolescência. ” (São Paulo) 2008 Empírico
 “Idealização e onipotência na juventude contemporânea: A drogadicção como
 ilustração. (Rio de Janeiro) 2012 Teórico
 Educação e Realidade “Alteridade e adolescência: Uma contribuição da psicanálise para a educação. ”
 (Rio de Janeiro) 2013 Teórico
 Psicologia, Ciência e Profissão “Adolescência como ideal cultural contemporâneo. ” (Rio de Janeiro) 2008
 Empírico
 Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional
 “Apreciação corporal e modificações da aparência física em estudantes adolescentes de
 baixo poder aquisitivo. ” (São Paulo) 2012 Empírico
 “Adolescentes na escola: Representações sociais sobre violência. ” (São Paulo) 2007 Empírico
 Psicologia, Teoria e Pesquisa “Adolescência através dos séculos. ” (São Paulo) 2010 Teórico
 Psicologia em Estudo “Mídias e imagem corporal na adolescência: O corpo em discussão. ” (Paraná)
 2011 Teórico
 76
 Psicologia Sociedade “Narcisismo e biossociabilidade e escola contemporânea.” (Tocantins) 2014
 Teórico
 Revista Psicologia “Algumas interrogações acerca das produções midiáticas sobre a juventude. ”
 (Sergipe) 2014 Teórico
 Interface, Comunicação, Saúde e Educação “Sentidos da violência ou a violência sem sentido: O olhar
 dos adolescentes sobre a
 mídia. ” (Rio de Janeiro) 2006 Empírico
 Revista de Saúde Coletiva “A insatisfação corporal de jovens: Um estudo exploratório. ” (Rio de Janeiro)
 2009 Empírico
 Psicologia Clínica “O corpo e a máquina: Um terreno de experiência a clínica do adolescente. ” (Rio de
 Janeiro) 2009 Empírico
 Saúde e Sociedade “Sexualidade e normas de gênero em revistas para adolescentes brasileiros. ” (São
 Paulo) 2008 Empírico
 77

TABELA 3 – COLETA DE DADOS

CATEGORIA DESCRIÇÃO PRINCIPAIS DIAGNÓSTICOS ACERCA DA CATEGORIA

A internet como dispositivo produtor de subjetividade

ADOLESCÊNCIA ESCRITA EM BLOGS

“Na cena contemporânea, a revolução eletrônica e a internet têm possibilitado, além de novas formas de comunicação, meios de expressão e produção da subjetividade.

(CAIORI, 2009)” “A internet permitiu que fosse criada, na atualidade, uma modalidade de diários virtuais: os

Esta categoria refere-se aos trabalhos coletados que utilizam como um dos eixos de sua argumentação principal, em relação a produção de subjetividade, o blogs. (CAIORI, 2009)”

“Por meio de experiências com o computador, o jovem pode encontrar uma forma de refletir sobre si mesmo. (CAIORI, 2009)”

papel da processos juvenis.

internet de como construção espaço de dos culturas

INFÂNCIA E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: APONTAMENTOS

ADOLESCÊNCIA NA ALGUNS

A sociedade contemporânea caracterizada pela predominância das tecnologias da informação, pela realidade virtual, pela interação mediada pela máquina, pelo questionamento da ascendência da cultura superior, onde o conhecimento científico é só mais um tipo de conhecimento, determina modos específicos de subjetivação que são próprios dessa época. (SALLES, 2005)

78

JUVENTUDES, CONECTIVIDADES MÚLTIPLAS E NOVAS TEMPORALIDADES.

O espaço social on-line (sites de relacionamento, jogos) oportunizaria, assim, uma espécie de pertencimento fundamental para as novas gerações. (SCHWERTNER; FISCHER, 2012)

MÍDIA E PSICOLOGIA: CONSIDERAÇÕES SOBRE A INFLUÊNCIA DA INTERNET NA SUBJETIVIDADE.

Toda mídia impressa e televisiva determina modos de existência, de subjetividade e de relacionamento, mas a nova mídia, representada pela internet, amplia o potencial de produção subjetiva, modificando as experiências físicas, mentais e sociais dos sujeitos. (MOREIRA, 2010)

A nova mídia, conectando o sujeito através da rede da internet, produz impactos mais eficientes na subjetividade, modificando as noções de tempo e espaço e a idéia de autonomia subjetiva. (MOREIRA, 2010)

A mídia televisiva possui um forte poder de influência sobre a subjetividade, mas é importante ressaltar que a nova mídia, que conecta o sujeito através da rede da internet, exerce impactos ainda mais eficientes na subjetividade. (MOREIRA, 2010)

Propaganda e consumo associados na mesma rede da internet, disponível para capturar

79

os desejos e os sujeitos. Podemos afirmar que a mídia da internet é ainda mais eficiente no processo de produção de subjetividades. (MOREIRA, 2010)

A mídia pela internet promove mudanças em noções fundamentais e constitutivas da subjetividade, e modifica a relação com o próprio corpo, com o tempo, com o espaço e com a idéia de autonomia. (MOREIRA, 2010)

Segundo Megale e Teixeira (1998) a nova mídia, ou seja, a internet pode produzir sujeitos desencarnados, sem história que os conecte com os outros no cotidiano da vida. (MOREIRA, 2010)

A mídia como organizadora da vida social contemporânea.

1. A INSERÇÃO DAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS NO CONTEXTO ESCOLAR.

Os meios de comunicação promovem a descentralização na circulação dos saberes e a socialização a partir disso, colocando num mesmo espaço diversas culturas, padrões e visões de mundo (CHAMPANGNATTE; NUNES, 2011). Esta categoria refere-se aos trabalhos coletados que utilizam como eixo principal de sua argumentação o

2. JUVENTUDES, CONECTIVIDADES MÚLTIPLAS E NOVAS TEMPORALIDADES. papel da mídia como organizadora do laço social.

É fundamental reconhecer que o sentido cultural de uma sociedade se organiza cada vez menos nos romances e mais nas telenovelas, não tanto nas universidades como na publicidade. E os políticos, que em outro tempo diziam ter respostas sobre para que vale a pena estarmos juntos (como nação e como comunidade de consumidores), têm

80

deixado que estas questões sejam respondidas pelos criativos publicitários e pelos investidores (SCHWERTNER; FISCHER, 2012)

3. MÍDIA E PSICOLOGIA: CONSIDERAÇÕES SOBRE A INFLUÊNCIA DA INTERNET NA SUBJETIVIDADE.

Dentre as relações que vivencia o indivíduo, as mídias são elementos constantes

enquanto referências que incidem nos nomes que a criança e seu corpo recebem, caracterizando uma demanda constante de ajustamento e reorganização das imagens e esquemas corporais. Sendo assim, a forma de apropriação da imagem corporal perpassa pelas definições que se obtêm a partir dos outros e das mídias - rádio, televisão e, sobretudo, internet, e, embora as construções da imagem corporal não estejam submetidas apenas às imposições das mídias, elas, assim como as demais experiências pelas quais passa a criança, influem na sua formação. (MOREIRA, 2010)

Desta forma compreendemos a referência platônica de Bourdier (1997) em sua análise dos efeitos da mídia sobre a subjetividade como tradução da idéia do filósofo grego para o horizonte da contemporaneidade. Assim, a afirmação “somos marionetes da divindade” anuncia a mídia como detentora do poder de manipular as cordas que sustentam os sujeitos/marionetes. (MOREIRA, 2010)