

FRAGMENTAÇÃO IDENTITÁRIA: A ANGÚSTIA DO SER PREENCHIDA PELO VÁZIO DO TER ATRAVÉS DA MÍDIA E DO CONSUMO

IDENTITY FRAGMENTATION: THE ANGUSSY OF BE COMPLETED BY THE VOICE OF HAVING THROUGH THE MEDIA AND CONSUMPTION

Luiz Fernando Sempionato Vieira Pinho¹

RESUMO

Este artigo discuti a formação da identidade a partir da universalidade de valores da sociedade em detrimento ao particular que cada indivíduo tem. A mídia como instrumento de culturalização leva o sujeito à percepção de felicidade dando-lhe a falsa impressão de que o ter é mais importante do que o ser. Esse processo de instabilidade emocional leva o sujeito a repor com a concretude das coisas aquilo que falta de subjetivo nele, num ciclo vicioso de mesmice, impedindo a metamorfose emancipatória. Através desse processo a sua identidade torna-se fragmentada gerando consequências psicológicas pelas expectativas frustradas, seja pela impossibilidade de trabalhar esses conteúdos emocionais, ou então, pela inconsciência do que lhe está afetando. A mídia então se aproveita, propondo-lhe soluções para sua angústia por intermédio do consumo. É o “ter” em detrimento ao “ser.”

Palavras-chave: Identidade. Fragmentado. Metamorfose. Emancipação.

IDENTITY FRAGMENTATION: THE ANGUSSY OF BE COMPLETED BY THE VOICE OF HAVING THROUGH THE MEDIA AND CONSUMPTION

ABSTRACT

This article discussed the formation of identity from the universality of values of society to the detriment of the particular that each individual has. The media as an instrument of culturalization leads the subject to the perception of happiness giving him the false impression that having is more important than being. This process of emotional instability leads the subject to return with the concreteness of things that which is lacking in subjectivity in a vicious cycle of sameness, preventing the emancipatory metamorphosis. Through this process their identity becomes fragmented generating psychological consequences for frustrated expectations, either because of the impossibility of working these emotional contents, or else, by the unconsciousness of what is affecting them. The media then take advantage of it, proposing solutions to its anguish through consumption. It is the "having" over "being."

¹ Centro Universitário Paulistano UNIPAULISTANA. Luiz.pinho@gpspamcary.com.br

Key words: identity, fragmented, metamorphosis and emancipation.

1 INTRODUÇÃO

No âmbito da área social, as últimas décadas vêm marcadas pela procura de saídas para o impasse da desigualdade e da exclusão social. O eu, composto de tudo o que entra de experiência numa pessoa, na sua existência individual, é o seu mundo interior, é o conjunto de pensamentos e sentimentos, de lutas e esperanças, de temores e fantasias, da maneira de ser tal como é, como poderia vir- a- ser, de suas atitudes à respeito de seu próprio valor, do seu reconhecimento.

Pode-se supor, que “cada indivíduo reconhece no outro um ser humano e é assim reconhecido por ele, sozinhos, certamente não podemos ver reconhecida nossa humanidade, conseqüentemente não nos reconhecemos como humanos. Ter uma identidade humana é ser identificado e identificar-se como humano” (CIAMPA, 2005, p. 38)

O processo de desenvolvimento de cada um torna-se conhecido pelo outro, principalmente pelos seus valores e atitudes para com as pessoas, as coisas e as situações. No entanto, viver em um mundo onde ter é praticamente o principal objetivo no cotidiano, tira de cada um, o senso de percepção das coisas que o rodeia, do “ser” ao invés do “ter”, a vida imaginária da televisão é o próprio espelho, é o mundo sonhado. Ao acordar, se não podem desfrutar de tamanho conforto, e se o sonho transformou-se em pesadelo real, é porque o destino presente os levou a tal, mas, certamente o futuro próximo vai ter as cores da imaginação e da fantasia televisiva.

“O humano é sempre uma porta a mais se abrindo em mais saídas. O humano é vir-a-ser humano. Identidade humana é vida! Tudo o que impede vida impede que tenhamos uma identidade humana”. (CIAMPA, 2005, p. 36)

Buscamos tornar-nos únicos, individuais, na mesma proporção que ao reconhecemo-nos no outro, e fazer parte de um grupo nos assemelhamos a eles, nos universalizamos em detrimento ao individual, e sem perceber, fragmentamo-nos através do contraditório, transformando-nos em partes que se mesclam entre o

nosso e o dos outros, entre o ser e o ter, entre o singular e o plural, entre o real e o sonho do idealizado pela mídia, entre a angústia do hoje e a esperança do amanhã.

2 A METAMORFOSE IDENTITÁRIA ATRAVÉS DO UNIVERSAL

2.1 A Institucionalização

O milagre da vida é muito mais que a simples explicação genética e biológica dos seres que habitam o planeta terra, seja em que condição for o ser vivo. De todos os seres vivos, tão fantasticamente explorados pelas diversas áreas científicas, é o ser humano, o mais extraordinário exemplo deste milagre. É o homem, em sua plenitude e nas mais diversas circunstâncias de relação e interação, seja de sobrevivência ou não, dá a todos a verdadeira expressão de sua grandiosidade no contexto natural.

“O organismo humano, por conseguinte; está ainda desenvolvendo-se biologicamente quando já se acha em relação com seu ambiente. Em outras palavras o processo de tornar-se homem efetiva-se na correlação com o ambiente.” (BERGER & LUCKMANN, 1996, p. 69)

É troca contínua, de interação e aprendizagem, uma via de mão dupla, com as mais variadas facetas, onde desde o início, do princípio do sopro da vida, do primeiro pulsar do coração já formado, tudo inspira, e conspira para a vida.

O ser humano ao se desenvolver, se correlaciona com um ambiente natural particular, e também com uma ordem cultural e social específica do seu tempo, que é mediatizada para ele pelos outros significativos que o cerca.

Esse processo relacional intra e inter grupo, dá o tom e a cor ao contexto social, construindo e desconstruindo ininterruptamente um enredo de valores, atitudes e as diversas especificidades de cada relação, de cada ser. O humano passa a ser humanizado de acordo com a qualidade das interações e da quantidade de experiências que vivencia ao longo da vida, tornando-se personagem de sua história, de sua autobiografia, escrita pelas próprias mãos e pelas mãos do outro também.

A institucionalização ocorre sempre que há uma tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores nos mais variados contextos sociais.

“As tipificações das ações habituais que constituem as instituições são sempre partilhadas e são acessíveis a todos os membros do grupo social particular em questão, e a própria instituição tipifica os atores individuais assim como as ações individuais.” (BERGER & LUCKMANN, 1996, p. 77)

As tipificações recíprocas das ações são constituídas no curso de uma história compartilhada entre os vários atores envolvidos no contexto, e, por conseguinte, não podem ser criadas instantaneamente. É impossível então, compreender adequadamente uma instituição sem entender o processo histórico em que foi produzida.

As instituições também, pelo simples fato de existirem, controlam a conduta humana estabelecendo padrões previamente definidos de conduta, que a canalizam em uma direção por oposição às muitas outras direções que seriam teoricamente possíveis.

Habermas (1983, p. 33) entende que “institucionalização significa, novamente, que é estabelecido um agir consensual, baseado em premissas de validade reconhecidas intersubjetivamente.”

Quando surgem novos mecanismos de controle é porque os processos de institucionalização não foram, por alguma razão, bem-sucedidos.

“A sociedade estabelece os meios de categorizar as pessoas e o total de atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma dessas categorias. Então, quando um estranho nos é apresentado, os primeiros aspectos nos permitem prever a sua categoria e os seus atributos, a sua identidade social.” (GOFFMAN, 1991, p. 5).

A construção e o processo da institucionalização ocorrem da interação com os atores significativos do indivíduo, ou seja, primeiramente, entre pais e filhos. A coerência não está nas funções das instituições, mas na forma com que são refletidas pelos indivíduos dentro grupo.

É a linguagem que assegura a superposição fundamental da lógica sobre o mundo social objetivado. O mecanismo das legitimações é derivado do uso da

linguagem tornando-se seu principal instrumento. Nesse sentido, o conhecimento estabelece-se no âmago da dialética na sociedade, e o mesmo corpo de conhecimento é transmitido de geração a geração, e acaba sendo aprendido como uma verdade objetiva no decorrer da socialização, interiorizando-se assim como realidade subjetiva.

“A identidade coletiva de sociedade burguesa se forma com base nos critérios, altamente abstratos, da legalidade, da moralidade e da soberania: ou de qualquer modo, é essa a forma pela qual ela se expressa nas construções naturalistas modernas e nas éticas formalistas.” (HABERMAS, 1983, p. 29).

Cada um de nós vive seu momento e sua experiência enquanto ser único, mas dependentemente interligado ao outro, e intimamente vinculado ao meio exterior. Os processos sociais, interacionais, subjetivamente incorporados pelo indivíduo desde o seu nascimento, a princípio compreendido e absorvido no meio familiar, segue para posteriormente estender-se a outros palcos sociais, ou seja, fora dos padrões familiares, e que vai produzir inicialmente a percepção de sentidos no mundo das ideias para depois tornar-se atitude.

“A reprodução da sociedade e a socialização dos seus membros são dois aspectos do mesmo processo, ambos dependentes das mesmas estruturas”. (HABERMAS, 1983, p. 15)

É um mundo que se principia no pensamento e na ação dos homens comuns, sendo afirmado como real por eles, onde a consciência é sempre intencional, sempre tendencional para algo. (BERGER & LUCKMANN, 1996)

Nesse complexo sistema de interações sociais, apreensão de significados e sentidos e que interpretado, construído e desconstruído em pensamento, e manifestado em atitudes nas mais variadas ordens, subjetivamente tratado de forma contínua enquanto transformação, a linguagem vai marcar as coordenadas da vida de cada indivíduo na sociedade e preenchendo-a de objetos dotados de significação.

Mead (apud SOUZA, 2011, p.22) "ampliou a reflexão sobre o processo de interação social, mostrando o significado da linguagem como elemento central para a formação social do self e da gênese constitutiva das identidades psicossociais".

3 A METAMORFOSE IDENTITÁRIA ATRAVÉS DA MÍDIA E DO CONSUMO

É através do outro que nos identificamos, através da solidariedade que nos responsabilizamos. Identidade é vista como características inerentes ao indivíduo, percebidas por ele e reconhecidas pelo outro, através do meio no qual este se insere, atua como ator social.

“Interiorizamos aquilo que os outros nos atribuem de tal forma que se torna algo nosso, a tendência é nós nos predicarmos coisas que os outros nos atribuem” (CIAMPA, 1987, p. 131)

Para a compreensão da identidade é preciso ver como os indivíduos se percebem uns aos outros. Isto passa a ser fundamental para a construção do que imaginamos como real ou ideal.

“Estudar a identidade implica na verificação das mudanças históricas que formam os contextos de ação dos indivíduos, sejam as mudanças numa história de vida pessoal, sejam as mudanças na história de uma sociedade ou cultura”. (GONÇALVES NETO & LIMA, 2011, p. 4)

Ao identificar o outro indivíduo, reconhecê-lo, ou mesmo a nós mesmos dentro do grupo, utilizamos referências, por meio de palavras e categorizações. Para dizer quem é uma pessoa, identificá-la de forma singular a comparamos a pluralidade dos indivíduos no grupo, é dizer que ele é ele e não o outro. As categorizações são peças que fazem parte e compõem uma política de identidade. A identidade é evidentemente um elemento-chave da realidade subjetiva, e, tal como toda realidade subjetiva, acha-se em relação dialética com a sociedade.

Uma vez cristalizada, é mantida, modificada ou mesmo remodelada pelas relações sociais. “Os processos sociais implicados na formação e conservação da identidade são determinados pela estrutura social. ” (BERGER & LUCKMANN, 1996, p. 221)

Os processos sociais permeiam o indivíduo, na medida em que se desenvolve toda sua capacidade e potencial, é mobilizada; seus sentidos; sua capacidade de perceber e de pensar; sua capacidade de aprender; sua faculdade

de imaginar e enfrentar os acontecimentos de sua vida com a magia ou a ameaça de um sonho, seus esforços, sua capacidade de ter alegria ou de ter medo, que a princípio, se manifesta livremente, para depois ficar escondida pelas máscaras que se fundem em si; sua faculdade de amar e de sentir afeição, sua capacidade de escolher e, mais tarde, sua experiência de ter liberdade para fazer escolhas como personagem protagonista de sua história.

"Não basta apenas agir como personagem; é necessário pensar, sentir, acreditar como ela, ter fé e a convicção que caracterizam a personagem. É preciso ingressar no eu mundo, conhecê-lo, migrar para esse mundo e nele viver como o mundo! " (CIAMPA, 2005, p. 107)

Assim, a identidade, seu eu, torna-se impregnada de sentimentos, emoções e pensamentos, formando a base motivacional que a leva a determinadas posturas e atitudes quando de sua interação com as variáveis que marcam sua vida.

Na identidade do Eu, expressa-se aquela paradoxal relação segundo a qual, enquanto pessoa, o Eu é igual a todas as outras pessoas: mas, enquanto indivíduo, é diferente de todos os demais indivíduos.

Ciampa (2005, p. 125) em seu livro *A estória do Severino e a História da Severina* traz o relato da protagonista de sua própria estória quando ela nos conta; "ela falou da nossa sociedade, de nossa época; falou de nós, falando dela. O singular materializa o universal". O autor (2005, p. 137) então entende que "é necessário vermos o indivíduo não mais isolado, como coisa imediata, mas sim como relação".

Para Habermas (1983) a identidade da sociedade não está ligada a território ou a uma organização, não é membro de algo (cidadania, inclusão em um partido, etc.). A identidade coletiva só é possível através de ação reflexiva, tomando parte nas oportunidades de comunicação como formação da identidade no processo ininterrupto da aprendizagem, sendo a comunicação formadora de valores e normas e com caráter sub político, pois muda o quadro normativo das decisões políticas. "Uma identidade do Eu, só pode se formar no círculo da identidade de um grupo. " (HABERMAS, 1983, p. 80-81)

Atualmente, podemos ver a identidade coletiva como algo que está intrinsecamente ligado às condições formais e através das quais são produzidas as projeções de identidade. Isso se faz presente principalmente pela força e o impacto da mídia, mantida pelos investimentos em marketing, que criam sonhos, expectativas, transformando o supérfluo em necessário. Os sonhos de consumo estrategicamente construídos através de uma comunicação subjetiva na maioria das vezes, cria no indivíduo uma ilusão de que a solução para sua angústia pode ser adquirida, comprada a curto prazo pelo dinheiro de papel ou de plástico ou à longo prazo pelo cartão de crédito.

Cria então, uma identidade ideal e muitas vezes distante daquilo que é a real, de forma que o desejo supera a razão, e que num futuro próximo ou distante, cobrará o desperdício da sensatez. Anulamos nossa identidade particular para nos aproximarmos de uma identidade coletiva que não permite as diferenças, e que procura igualar a todos quanto à busca pela compra da felicidade à vista ou parcelada.

Para Habermas (1983) os próprios indivíduos fazem parte deste processo formativo e decisional da identidade e, por conseguinte é projetada coletivamente. A racionalidade dos conteúdos de identidade é medida por esse processo generativo, ou seja, à luz das condições formais que geram uma identidade flexível, onde todos podem se reencontrar e se reconhecer reciprocamente. Os riscos que aqui surgem não podem ser removidos por novas regulamentações normativas, mas somente por processos de aprendizagem que superem a contingência e se mantenham fora do terreno em que a compreensibilidade é referida à identidade. A identidade da sociedade mundial – esta é a tese – só pode ter lugar no plano da integração do sistema, ou seja, no sentido de que os sistemas parciais altamente diferenciados representam ambientes reciprocamente adequados, e não mais no plano da integração social. Os indivíduos pertencem agora ao ambiente que circunda seu sistema social. (HABERMAS, 1983, p. 95)

A identidade incompleta formada na sociedade é transformada em reflexão, o qual pode ser equilibrado através da identificação de outros sistemas parciais do meio ambiente. Esse processo de aprendizagem orienta o indivíduo para o futuro.

É uma rede complexa e sofisticada de preencher o vazio de cada indivíduo com aspirações concretas no sentido dos bens de consumo, ou então, abstrata pelas tramas do poder e do *status*.

Segundo Mead (1972, apud SOUZA, 2011) o sujeito não é primeiramente individual para só então tornar-se social, mas surge então, por intermédio da linguagem, da comunicação com os outros, sendo assim, a identidade não se constrói de forma isolada, mas pelo processo de aprendizagem social.

E ainda, que o desenvolvimento da identidade de alguém é determinado pelas condições históricas, sociais, materiais dadas, aí incluídas condições do próprio indivíduo, onde a concretude de sua identidade é sua temporalidade: passado, presente e futuro. A identidade é concreta, a identidade é o movimento de conscientização de si, que se dá, necessariamente, porque é o desenvolvimento do concreto e, contingencialmente, porque é a síntese de múltiplas e distintas determinações.

Os mecanismos midiáticos preservam uma aparente harmonia, um equilíbrio seguro para aqueles que desconfortavelmente se sentem incompletos e ávidos por algo que ainda não está muito claro para eles. Como a fuga do desconforto, da dissonância cognitiva tem que ser imediatista, e com o menor gasto de energia, o proposto pela publicidade, pela propaganda de algo simples e de efeito instantâneo é para o indivíduo o sonho de consumo possível para resolver suas questões idiossincráticas. É uma solução para a identidade coletiva, pluralizada, mas que atende ao indivíduo em suas peculiaridades. É a indústria dos medicamentos psicológicos via estratégias de marketing, onde é tratada a doença universalizada e coletiva, e não o doente.

Habermas (1983) entende como "identidade coletiva" a expressão destinada para os grupos de referência que são essenciais para a identidade dos seus indivíduos; de certa maneira "atribuídos" a estes, não podendo ser escolhidos por auto iniciativa; e que têm uma continuidade que vai além das perspectivas biográficas de cada um.

O indivíduo deixa de ser verbo para se tornar substantivo: ou melhor, sua realidade continua verbo, mas o verbo substantiva-se. E ele, mesmo que de forma subjetiva, pede a si próprio, para ver a realidade, distinguindo-a da fantasia.

“Sou uma conjunção de predicados que me objetivam e nos quais me alieno por comparação. Sou o conjunto de minhas identificações” (DUNKER, 2002, p. 21)

É um processo lento e dificultoso, porque as instâncias universais se mesclam aos olhos, ou melhor, se confundem nos processos conscientes e inconscientes do ser. Baptista (2002), quando trata deste enfoque, entende por identidade a totalidade de processos complexos no nível biológico de cada indivíduo, no nível intraindividual através da consciência e atividade e no nível interindividual, considerando a relação do indivíduo com o grupo. Esse processo que aproxima modelos de identidade criando grupos de diversos olhares controla os anseios e falsas necessidades de consumo, minimizando as frustrações e os conflitos por intermédio do consumo, muitas vezes desnecessário. Robotizamos indivíduos, institucionalizamos papéis, modelos de pseudo realizações, papéis de sucesso aparente, que vivem da superficialidade para esconder os escombros da identidade perdida e desconstruída ao longo do tempo pela máquina dos projetos econômicos.

Os grupos sociais lutam pela afirmação e pelo desenvolvimento de suas identidades coletivas, na busca pelo controle das condições de vida de seus membros; indivíduos buscam a transformação e o reconhecimento de suas identidades pessoais. (CIAMPA, 2005)

Para Heller (1992 apud BAPTISTA, 2002, p. 141) “a importância social dos papéis está na possibilidade que eles criam para que as pessoas automatizem sua participação no mundo cotidiano”.

O exercício desses papéis faz com que sejam assimilados valores, perspectivas presentes e futuras, e através do olhar individual e grupal, são interiorizados rituais sociais, culturais e afetivos para essa metamorfose.

A identidade de papel é substituída pela identidade do Eu, na medida em que o Eu generaliza essa capacidade de superar a antiga identidade e aprende a

solucionar as crises de identidade, reconquistando o equilíbrio perdido entre si e uma realidade social modificada. (HABERMAS, 1983)

Os indivíduos travam em seu cotidiano uma luta selvagem, covarde e desigual, pois têm que enfrentar os mais variados desafios de sobrevivência, onde sua realidade normalmente é antagônica ao enredo da mídia, sendo a mais poderosa, a televisiva. Aliás, o antagonismo se desnuda apenas no vazio entre o ideal do eu e o eu ideal, pois a trama se revela e desenrola em meio a conflitos e riquezas emocionais próprias a qualquer indivíduo. Esse contexto, então, aproxima o personagem real do fictício, trazendo-o para dentro do enredo, a fim de vesti-lo com o figurino e a máscara que convém ao momento social esperado pelas mãos do escritor.

Habermas (1990 apud ANDRÉS, 2002, p. 158) "menciona que a identidade na atual conjuntura valida-se sobremaneira através dos papéis sociais que lhe são atribuídos socialmente"

Os papéis desempenhados, encenados por cada sujeito desde a sua fase de criança até a de adulto, papel imposto pelas variadas forças sociais e econômicas, tenta de toda forma evitar uma metamorfose de sua identidade. É o processo de mesmice ou de reposição de sua identidade, impedindo a independência de papéis.

“Contrapondo a mesmice, a metamorfose é concebida como uma mudança através da dialética tanto no nível de consciência como da atividade que leva o indivíduo a uma convivência comunitária com valores de liberdade e igualdade”. (BAPTISTA, 2002, p. 145)

Esse fenômeno cultural instituído pelas mais variadas formas de disseminação de conceitos, valores e atitudes, principalmente através dos instrumentos midiáticos, como a televisão, internet, entre outras mídias do mundo contemporâneo provocam relevantes transformações na sociedade.

Horkheimer & Adorno (1985, apud LIMA, 2008) acreditam que o eu na cultura contemporânea dá um ar de semelhança a tudo, e que a cultura é uma mercadoria, fundindo-se com a publicidade como produtora de falsos desejos individuais.

Assim, cria-se um mal-estar pela busca da completude em direção ao ser feliz, onde cada um se esforça em construir sua individualidade, gerando uma falsa

satisfação o que favorece ao mercado sempre apto a eliminar a angústia individual. O cenário mercadológico primeiro cria um mal-estar no indivíduo mostrando a ele o que não tem, e que essa ausência é o resultado dos conflitos e de suas frustrações. Uma vez convencido de sua angústia, do que lhe foi imposto, as forças econômicas apresentam ao indivíduo a solução para seus problemas. Estratégia poderosa essa, usada em várias instâncias, como a indústria da religião que aponta o problema e se apresenta como solução. O indivíduo se vê diante de um impasse, e prefere seguir a maioria, seu grupo ao invés de questionar e tomar outros rumos.

“A identidade coletiva de um grupo ou de uma sociedade assegura continuidade e reconhecibilidade. Por isso, ela varia com a variação dos conceitos de tempo, nos quais a sociedade pode especificar exigências de continuar-igual-a-si mesmo. A identidade coletiva continua a estabelecer de que modo uma sociedade se delimita em face de seu ambiente natural e social. ” (HABERMAS, 1983, p. 25)

Entender como cada um constrói e desconstrói sua identidade, face às inúmeras variáveis sociais possíveis durante o dia-a-dia, é o pressuposto básico para poder construir uma melhor compreensão social, e a partir daí, permitir que cada um desses personagens possa construir e encenar melhor seu papel social.

A identidade para Ciampa é a articulação tanto entre a diferença e igualdade (ou semelhança), como entre a objetividade e a subjetividade, sendo nesse sentido, possível falar em metamorfose, como um processo que se dá desde o nascimento do indivíduo até sua morte. (apud LIMA, 2007)

Ciampa explica esse processo de metamorfose através da dramaturgia, da assunção de papéis por personagens, cuja articulação desses personagens irá explicar a identidade do indivíduo por meio de uma história humana.

Nesse processo, ocorre um fenômeno que normatiza as personagens, tanto de forma positiva quanto negativa, dando sentido, e direção se positiva, e se negativa for, restringindo a personagem a igualdade e a diferença.

Para Ciampa a aparente não metamorfose se dá através da mesmice onde a re-posição da identidade se manifesta através da busca do indivíduo pela estabilidade ou a inconsciente maneira de repetição

O indivíduo então, inserido no grupo social, a mercê das fantasias pelo poder da compra, permanece alienado, desconhecendo as causas para tal. Não compreende o porquê de satisfação tão efêmera, tão fugaz, então volta a consumir, e por momentos breves retoma ao sentimento de prazer e felicidade aparente.

Nesse vai e vem, entre a angústia e a satisfação, se perde entre o real e o ilusório, tornando presa fácil da indústria da compra.

Só a mesmidade, é capaz de promover a superação do personagem diante do seu contexto histórico, transformando-se em outro outro, que sou eu também, através de projetos de identidade, de novos valores, novas perspectivas, novas normas, sem prévia imposição, autoritariamente imposta (CIAMPA, 2002 apud LIMA,2007)

Ao fazer parte desse grupo, dessa multidão, concomitantemente na busca pela identificação, os indivíduos vivem a multiplicidade das escolhas de vida, onde, o outro que busco, ao me completar, ao mesmo tempo me torna incompleto, num círculo vicioso de ser e estar sempre à procura de algo que o torne diferente do que ele é hoje.

O indivíduo prisioneiro da contradição entre a aflição e a aparente satisfação, opta por aquilo que resultado mais imediato se apresenta, e ao considerar que o prazer do consumo atenua sua condição de tensão psicológica, não vê outra escolha senão essa mesmo.

Buscar a emancipação, o ser e não mais o ter, é tarefa mais aguda, é luta mais difícil, cuja dor é logo imediata, e que associado às influências midiáticas turva-lhe os olhos da reflexão, cujo resultado, é a fragmentação da identidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca pelo "ter", de se transformar num indivíduo único e particular, mas assemelhando-se ao universal, traz consequências claras de instabilidade emocional, ou melhor, de não emancipação, cuja mesmice se engendra através da reposição de valores dos outros, onde o singular se deixa levar pela pluralização.

O ser desde antes do nascimento vê no outro a fonte de satisfação de seus desejos e ter tudo que é necessário para sua existência, como o alimento, o afeto, os cuidados, entre outras coisas.

O outro está ali para servir e se não o faz de acordo com o que é esperado, o indivíduo é tomado de sentimentos de abandono ou de raiva. Nesse ciclo viciante de minimização dos sentimentos de abandono, desesperança ou raiva, o sujeito fragmenta-se, criando compartimentos sócio psicológicos, cuja dissonância cognitiva é trabalhada por elementos culturais de obtenção das "coisas" do mundo contemporâneo.

A sociedade sempre predisposta a colaborar neste processo de minimização da angústia e da dissonância cognitiva, está pronta para compensar em concretude universalizada a todos os indivíduos, deixando de lado a particularidade e a subjetividade de cada um de nós. Está aí, a saída para esse sujeito em crise, possuir "coisas" e pessoas, atender seus desejos da incompletude do seu ser.

O indivíduo então busca no exterior oferecido de forma massificada pela mídia, equilibrar o interior e seus sentimentos não trabalhados, construídos pela mesmice de sua não emancipação, fragmentando-se.

A competição pelo objeto de desejo é a marca de nossa sociedade contemporânea, é preciso vencer, superar o outro, como se fosse esse outro, aquele outro que no passado lhe trouxe o sentimento de abandono ou de raiva. A busca por um reconhecimento, pela alterização e emancipação, parece ser abafada pela dissonância oriunda das frustrações ao longo do desenvolvimento da história de vida de cada um, como se esse outro fosse sempre o responsável pela felicidade ou infelicidade que cada indivíduo merece ter.

O egocentrismo humano, idiossincraticamente nele instituído, é um constante trazer para si, e o vir-a-ser se transforma em vir-a-ter.

Quando deixa de buscar a si, o indivíduo guarda em compartimentos fragmentados ao longo de sua história cada sentimento originado na frustração e que as ações de marketing prometem atenuar ou extinguir.

Somente a emancipação por intermédio da metamorfose é capaz de trabalhar cada fragmentação, de torná-lo um ser integral, saindo da mesmice para a mesmidade subjetiva de cada um.

Entre dois mundos

Quem sou eu?

Eu sou o que tenho,
e se nada tenho,
nada sou.

Luto para ter algo,
para ser algo,
para ser alguém.

Que ironia a minha,
quando tenho algo,
está vazio, está ultrapassado pelo tempo,
desgastado ao longo do seu uso,
perdido e fragmentado como eu.

E o que tenho então?
tenho família, filhos somente,
que em suas mentes,
querem tudo que veem na tela da ilusão.

O que eles têm?

Nada, só a mim,
que também não tenho nada.

Entre o nada e o ter,
está meu ser,

Entre dois mundos, onde é muito ter e pouco ser,
busco-me no concreto da mídia,
perco-me todos os dias no vazio do meu ser

Luiz Fernando Sempionato Vieira Pinho

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrés, Lílian Marques. A Realização Profissional e a Identidade. In DUNKER & PASSOS (Org.) **Uma Psicologia que se Interroga – Ensaios**. São Paulo: Edicon, 2002.

Baptista, Marisa T. “Identidade Profissional: Questões Atuais” in DUNKER & PASSOS (Org.) **Uma Psicologia que se Interroga – Ensaios**. São Paulo: Edicon, 2002.

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas **A construção social da realidade**. 32. ed. Petrópolis: Vozes, 1996

Ciampa, A da C. **A estória do Severino e a História da Severina**. São Paulo: Brasiliense, 2005

_____, A. da C. “Políticas de Identidade e Identidades Políticas” in: Dunker & Passos (Org.), **Uma Psicologia que se Interroga – Ensaios**. São Paulo: Edicon, 2002.

Dunker, C. I. L. & Passos, M. C. **Uma Psicologia que se Interroga – Ensaios**. São Paulo: Edicon, 2002.

Goffman, Erving. **Estigma- Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. São Paulo: Ed. 1991

Gonçalves Neto, José Umbelino & Lima, Aluísio Ferreira de. Contribuições dos estudos de referenciação às pesquisas de identidade da psicologia social. **Anais da VIII Semana de humanidades UFC/Uece**. Fortaleza/CE, 2011.

Habermas, J., Coutinho, Carlos Nelson (Trad.). **Para a reconstrução do materialismo histórico**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____, J. ; Siebeneichler Flávio Beno (Trad.) **Pensamento Pós-Metafísico**. Rio de Janeiro: Ed. Tempo Brasileiro, 1990.

Lima, Aluísio Ferreira de. Para a reconstrução dos conceitos de massa e identidade. São Paulo **Revista para América Latina**, n. 12, mar., 2008.

_____, Aloísio Ferreira. Para a reconstrução dos conceitos de massa e identidade. **Revista de Psicologia Política**. v. 7, n. 14, 2007

Souza, Ester Alves de. Silvia Lane: Uma contribuição aos estudos sobre a psicologia social no Brasil. **Temas em Psicologia**. v. 17 n. 1 Número especial: História da Psicologia, 2009

COPYRIGHT

Direitos autorais: O autor é o único responsável pelo material incluído no artigo.