

## **GERAÇÃO Z: VÍNCULO-AFETIVOS E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE**

Camila Carmona Sabater (PIBIC/AF/IS/Fundação Araucária), Angela Maria Pires Caniato (Orientador), e-mail: camila\_sabater@hotmail.com e angelacaniato@gmail.com

Universidade Estadual de Maringá / Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes /Maringá, PR

**Área: Psicologia e subárea: Psicologia do Desenvolvimento Humano**

**Palavras-chave:** Hipernmodernidade, Geração Z, Indústria Cultural.

### **Resumo:**

Na hipernmodernidade em que estamos vivendo, os adolescentes contemporâneos da Geração Z vindo sendo cooptados pelo sistema capitalista, sendo caracterizados como consumidores assíduos, viciados no uso da tecnologia e ferramentas virtuais sendo persuadidos pela ideologia Indústria Cultural. A ordem social estabelecida é a da lógica do liberalismo: o indivíduo está coagido a seguir os ditames da sociedade. No mundo contemporâneo, a sobrevivência dos homens está sob ameaça de extinção pois, a cultura cada vez mais se expressa como violência opressora contra as necessidades e particularidades das subjetividades individuais. Está impedida a construção de uma identidade autêntica, de vínculos de amparo e de relações afetivas construtivas entre os indivíduos, havendo a escassez de respeito as diferenças e as alteridades. O objetivo dessa pesquisa é analisar a vulnerabilidade da Geração Z em relação as influências e ataques perversos da indústria cultural no que prejudica o processo de identificação na construção das identidades subjetivas. A estratégia metodológica corresponde a um estudo bibliográfico e propõe uma investigação de natureza qualitativa acerca da problemática de adolescentes sob a persuasão da Indústria Cultural: sua singularidade é deformada e os laços afetivos são enfraquecidos. É preocupante o grau de alienação dos adolescentes contemporâneos, porque bastante alienados na sua individualidade com a incorporação do simbólico da mercadoria, submetidos a violência da sedução e impedidos de agir criticamente na construção de uma outra cultura.

## Introdução

A Psicologia tem se capacitado para investigar as instâncias subjetivas que envolvem os indivíduos em relação às suas condições de vida, cultural e social, assim como também cabe à Psicologia acompanhar as pesquisas sobre os acontecimentos e mudanças ocorridas na sociedade. Podemos salientar que o momento histórico contemporâneo do sistema capitalista liberal vem sendo atravessado pelas tecnologias e suas virtualidades e pela insaciável sociedade do consumo que é sustentada pelos indivíduos persuadidos pela Indústria Cultural. Para uma breve reflexão, tal como salientou Bauman (2004): “você permanece conectado – mesmo estando em constante movimento, e ainda que os remetentes ou destinatários invisíveis das mensagens recebidas e enviadas também estejam em movimento, cada qual seguindo suas próprias trajetórias” (p. 78) (cada um enganado, pensando que está seguindo suas próprias trajetórias).

Os adolescentes contemporâneos da Geração Z, nascidos a partir de 1996, vivem um novo jeito de se relacionarem e se comunicarem, pois se antes dependiam da demora de um fax, hoje com a instantaneidade que a tecnologia nos tem proporcionado enviam mensagens com retorno imediato. Os indivíduos da Geração Z vivem sob impacto de uma sociedade fortemente midiática, consumista e vinculada com a crescente tecnologia e suas virtualidades, também sendo caracterizados como consumidores ativos, facilitados pelo domínio das ferramentas virtuais e tecnológicas e já bastante capturados pela violência das ideologias produzidas pela Indústria Cultural (FILHOS; LEMOS, 2008). O desenvolvimento tecnológico da mídia difunde o poder “místico” (irracional) da Indústria Cultural na captura afetiva – intelectual dos adolescentes contemporâneos e gera o afastamento de cada um do seu parceiro. São os meios de comunicação de massa o principal agente difusor da Indústria Cultural que reproduz as exigências da venda-compra por meio da manipulação da opinião pública e da captura da mentalidade psicossocial dos indivíduos. Considerando o exposto, o objetivo desse estudo é analisar a vulnerabilidade da Geração Z em relação a influência e ataques perversos da Indústria Cultural, e no que interfere na construção de laços afetivos com os outros humanos e no processo de identificação.

A indústria cultural visa produzir uma consciência alienada e transmitir padrões de comportamentos conformistas nos sujeitos ditando falsas verdades: o “consumidor não é rei como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (ADORNO, 1986 p. 93). Destacamos que a maioria dos conteúdos difundidos na sociedade pela Indústria Cultural são feitos através das redes virtuais e da comunicação de massa que tem impactado negativamente o desenvolvimento sadio do aparelho psíquico dos indivíduos. O poder massificador da Indústria Cultural padroniza as subjetividades que perdem a capacidade de criar, pensar e de analisar criticamente as situações vividas. Portanto, no mundo

contemporâneo, a sobrevivência dos homens está sob ameaça de extinção pois, a cultura está atravessada de certo modo pela Indústria Cultural, e os homens apenas sobrevivem em uma sociedade tornada empecilho a construção de uma identidade autêntica, de vínculos de afeto e amparo destruindo o respeito às diferenças e às alteridades. Esperamos produzir um conhecimento denúncia sobre a violência que os homens estão submetidos na contemporaneidade (CANIATO, 2016).

## Métodos e Metodologia

A estratégia metodológica corresponde a um estudo bibliográfico de caráter exploratório que propõe uma pesquisa qualitativa acerca da problemática de adolescentes sob a persuasão da Indústria Cultural: sua singularidade é deformada e os laços afetivos são enfraquecidos. Os principais autores na construção metodológica foram Theodor Adorno, 1986 para se compreender a cultura e sociedade e Fernando G. Rey, 2002 na construção metodológica de pesquisa qualitativa.

## Resultados e Discussão

A pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa nos proporcionou reflexões sobre os prejuízos sofridos pelos adolescentes em detrimento de vínculos afetivos com os familiares e pares, o que destrói as suas individualidades, equalizando a todos e eliminando a alteridade e as diferenças individuais. Como foi possível perceber os discursos capturantes da Indústria Cultural, identificamos que eles produzem normas e modos de viver e de se relacionar padronizados, condizentes a uma consciência alienada e que produz pensamentos equalizados-massificados (CANIATO, 2016). Nesse contexto, a fragilidade egóica de um adolescente que está em processo de construção da sua identidade é fortemente influenciada por esses ditames. Sob a glamourização sedutora da Indústria Cultural-veiculada pela mídia, as ideologias de consumo, as normas do “liberar geral” e a cultura de massa passam a ocupar o lugar de centralidade afetiva – identificatória, substituindo os outrora objetos de identificação: as figuras parentais (OLIVEIRA; MACHADO, 2015). Cooptados por esses falsos atrativos, os adolescentes se dobram a lógica da frieza da tecnologia que passa a ocupar o lugar dos vínculos afetivos familiares e com os pares. Compreendemos por meio dessa pesquisa que construir uma identidade, tendo como referencial indivíduos submetidos a padronização e massificação subjetiva, é lançar os adolescentes contemporâneos a viverem intensas crises de identidade.

## Conclusões

Concluimos que, a sociedade contemporânea de caráter capitalista liberal-consumista atinge os indivíduos pela ideologia da Indústria Cultural. Os adolescentes da Geração Z vem sendo capturados por essa ideologia,

são facilmente seduzidos por essas ideias falsas que são incorporadas em seu simbólico como se fossem algo genuíno e autêntico. Consideramos que a influência da Indústria Cultural é um empecilho no processo de construção de identidades integradoras das individualidades e dos vínculos entre os adolescentes contemporâneos pois, a Indústria Cultural produz uma consciência alienante e pensamentos massificadores e padronizados. Mais do que isto, vem sendo bastante alto o índice de sofrimento e até suicídios de adolescentes na contemporaneidade.

### Agradecimentos

Meus agradecimentos são dados a orientadora Angela M. P. Caniato, por ter me confiado uma pesquisa de grande elaboração e importância para nossa formação da área da Psicologia.

### Referências:

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. (ORG); FERNANDES, F. (Coor.). **Theodor Adorno: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1986.

BAUMAN, Z. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

CANIATO, A. M. P. As submissão das subjetividades aos ditames da sociedade: a destruição das identidades na contemporaneidade. In: X Congresso Internacional de Teoria Crítica, 2016. **Anais Tecnologia, violência e memória**. São Carlos: UFSC, 2016, p. 393-407.

FILHO, J. F.; LEMOS, J. F. Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a “Geração Digital” na mídia impressa brasileira. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, vol, 5, n. 13 p. 11-25, 2008.

OLIVEIRA, A. M., MACHADO, M. A adolescência e a espetacularização da vida. **Psicologia e Sociedade**, Tocantins, n. 27, v. 2, p. 529-536.