

“Ficando” sem ficar: a astúcia da indústria cultural

Regina Perez Christofolli Abeche
Antonio Gonçalves Ferreira Junior

Universidade Estadual de Maringá
Paraná, PR, Brasil

RESUMO

Este estudo desvela, sob uma perspectiva freudiana, a dinâmica do relacionamento afetivo-sexual conhecido como “ficar com” em sua intrínseca relação com a sociedade contemporânea, que produz indivíduos profundamente marcados pelos signos do consumo. Assim o faz, explorando a afinidade deste novo código de relacionamento e as formas de pensar e agir amplamente disseminadas pela indústria cultural. Conceito este, cunhado por Adorno e Horkheimer (1985c) na crítica à dessubstancialização dos indivíduos em uma sociedade marcada pelo consumo e pela técnica. Em última análise, desvelamos o sentido oculto no termo “ficar com” a partir do mito de Ulisses na Odisséia analisado por Adorno. Com esta trajetória esclarecemos a manutenção de um deserto mediado via indústria cultural, principalmente devido a alienação dos indivíduos com relação a si mesmo e ao outro, como fonte de carinho e amparo, no acordo do eu entre pulsões e o meio externo – como apontado por Freud (1930).

Palavras-chave: Ficar com; psicanálise; indústria cultural; vínculos afetivos.

ABSTRACT

“Stay with”: the culture industry’s cunning

This study reveals the dynamics of affective-sexual relationship known as “stay with” in its intrinsic association by the contemporary society, that produces individuals deeply marked by the signs of consumption. Does so, exploiting the affinity of this Code of Relationships and the ways of thinking and acting widespread and designed by the culture industry. This concept, were coined by Adorno and Horkheimer (1985c) in a critique to a individuals impairment in a society marked by consumption and by technique. Utimately helped by Adorno’s analyses of the Ulysse’s Odyssey myth, we unfold the hidden meaning in the existing term “stay with”. With this path we clarify a maintenance of an desert mediated by the culture industry, mainly due to alienation of individuals against himself and to others, as a source of affection and support, in a agreement between instinct and the external environment – as pointed out by Freud (1930).

Keywords: Stay With; Psychoanalysis; culture industry; affective ties.

RESUMEN

“Quédate con”: la astucia de la industria cultural

Este estudio revela la dinámica de las relaciones afectivo-sexual conocida como “Quédate con” en su relación intrínseca con la sociedad contemporánea, que produce individuos profundamente marcados por los signos del consumo. Este es hecho por la exploración de la afinidad deste código de relaciones y formas de pensar y actuar generalizada y diseñada por la industria cultural. Concepto este, acuñado por Adorno y Horkheimer (1985c) en una crítica de dessubstancializacion de las personas en una sociedad marcada por el consumo y la técnica. En última instancia, se desarrollan el significado oculto en el término existente “Quédate con” con el apoyo de la interpretación del mito de Ulises en la Odisea por Adorno (1985c). Es el camino que se esclarece el mantenimiento de un desierto mediada por la industria cultural, principalmente por la alienación de los individuos en relación a si mismo y a los demás, como fuente de afecto y apoyo, el acuerdo entre uno y las unidades externas – así como ha señalado Freud (1930).

Palabras clave: Quédate con; psicoanálisis; industria cultural; lazos afectivos.

Todas as dádivas, todas as gentilezas deste mundo não compensam um só dos instantes de prazer, se este for envenenado pelo despeito de um tirano.

GOETHE (2007) – *Sofrimentos do Jovem Werther*.

CULTURA CONTEMPORÂNEA E O “FICAR COM”

Para se compreender as características subjetivas do Homem na atualidade, faz-se necessário considerar o atual contexto histórico-social; pois como assinalado por Freud (1921) toda psicologia individual é necessariamente uma psicologia social, onde a sensibilidade para se pensar o homem surge também sobre a reflexão do mundo que o cerca (Adorno, 2008).

Nas últimas décadas do século XX aconteceram importantes manifestações e expressões do ponto de vista geopolítico e cultural que repercutiram em mudanças na organização subjetiva dos indivíduos, e conseqüentemente em sua relação com o mundo e com seus pares (Severiano, 2001).

Uma nova forma de se atender a exigência de conformação psicossocial nas últimas décadas, é conhecido como “ficar com”, descrito por Chaves (1994) como um “código de relacionamento”, que testemunha a forte influência dos valores da sociedade de consumo, pautados no individualismo e imediatez. Segundo a autora, o “ficar com” pode ser considerado um código de relacionamento devido alguns pontos que estão sempre presentes em sua dinâmica. São eles: a falta de compromisso com o outro da relação; a primazia de uma ética do desejo em detrimento das normas e tradições amparadoras; a negação da alteridade e conseqüentemente da capacidade de discernir sobre a diferença dos objetos de amor.

Para Stengel (2003) o “ficar com” é um produto articulado da sociedade capitalista, que se encontra sob a égide do sistema político-econômico neoliberal e da conseqüente exigência de conformação psicossocial dos indivíduos inseridos nesta cultura para atender aos interesses dos que detém o poder econômico; sob a base de uma sociedade marcada pela maquinaria do consumo.

Adorno e Horkheimer (1985c) apontam que a superprodução de bens de consumo da antiga sociedade de produção, culminou na imposição de novas formas de manifestações ideológicas, disseminadoras de formas de agir e pensar que sustentam a sociedade de consumo. Processo facilitado pelo co-rompimento das tradições (Lasch, 1984) ao fazer da liberdade, igualdade e fraternidade – ideais iluministas que do ponto de vista social dificilmente são vividos pelos indivíduos – mas que são apregoados como possíveis de serem adquiridos/comprados em conformidade com uma sociedade/realidade consumista; espelhados no modo de vida dos indivíduos que supostamente representem esses ideais. Ou seja, a dessubstancialização marcada historicamente pela passagem de uma sociedade do *ser* para um paradigma do *ter* e do *parecer ser* (Debor,

1997), marca também uma giro quanto aos objetos a serem investidos: antes o homem, hoje os objetos de consumo (Luchese, 2002).

As características subjetivas do homem de cada momento histórico, reflete as características sociais de sua época. No dizer de Bauman (2004) o *Homo faber* da modernidade – regido pela administração científica do trabalho, caracterizada pelo Taylorismo e Fordismo – que reflete o indivíduo típico da sociedade de produção. Em conseqüência das mudanças da sociedade de produção para a sociedade de consumo, nasce o *Homo consumens* devido á mudanças no indivíduo e na sua forma de se relacionar, que acaba por dirigir parte de sua corrente afetiva para o serviço de consumir, reproduzindo esta forma de ser no/do descartável, também na relação com seus pares (Chaves, 1994). Não obstante o “ficar com”, encontra-se atrelado as causas equivalentes de uma realidade social e ideológica, que provocaram também as mudanças na família nuclear.

A família nuclear teve suas primeiras configurações no início da idade moderna na Europa, com a consolidação da revolução industrial, representado pela construção das fábricas. Mas com as novas mudanças provocadas pela transformação do mercado, regido pelo sistema neoliberal, a ênfase migrou das fábricas/ produção para os shoppings centers/consumo, que por sua vez também provocou mudanças na estrutura e na dinâmica psico-social dos membros que compõem esta família. No dizer de Rodrigues e Abeche (2005):

A centralização do indivíduo em si próprio, sob a roupagem ideológica de liberdade e autonomia, aparece como uma das virtudes do sistema neoliberal e acaba por ser o responsável pela fragilização dos vínculos afetivos e o motor das novas reconfigurações familiares. (Rodrigues e Abeche, 2005, p.8).

Da mesma forma, o “ficar com” segundo Justo (2005), espelha esta reconfiguração psicossocial influenciada pela sociedade de consumo e, embora apresente como denominação uma palavra que em seu sentido literal traz a idéia de parada/permanência, aparece marcado com algumas características que expressam o seu contrário, a alta rotatividade e fluidez.

As características presentes no “ficar com” não são exclusivas deste tipo de relacionamento, mas estão presentes no dia-a-dia dos indivíduos de nossa sociedade, tanto na alta rotatividade dos vínculos empregatícios quanto na “(in) fidelidade” do consumidor; observado no mundo dos descartáveis eletrônicos: na internet, nos celulares, que atrelam os indivíduos em uma lógica comercial provocando-os a mudar de operadoras a cada nova promoção.

Destarte na sociedade regida pelo princípio de fluidez orientador da vida dos consumidores e das

empresas, o que se constata é a presença do império da rotatividade, marcada por reinícios contínuos (Bauman, 2002). Ao entender o “ficar com” como uma manifestação da ideologia implantada via indústria cultural, fazer-se-á uma revisão deste conceito em Adorno e Horkheimer.

A INDÚSTRIA CULTURAL E O “FICAR COM”

Segundo Leo Maar (1995) Marx anuncia que a classe dominante transmite a sua dominação através das relações de trabalho; enquanto Adorno e Horkheimer – que dedicaram uma parcela de sua obra as reflexões da dinâmica: homem × sociedade – contribuíram imensamente com esta compreensão ao pensar que a dominação que a princípio seria mediada pelas relações de trabalho alienado, repercute também na cultura, e consequentemente na psicodinâmica dos indivíduos. O autor anuncia que “as relações sociais não afetam somente as condições de produção econômica e material, mas também interagem no plano da subjetividade, onde originam relações de dominação” (Leo Maar, 1995, p. 19). No cerne desta construção teórica nasce o conceito de Indústria Cultural, cunhado por Adorno e Horkheimer (1985c), que se apresenta como um instrumento para se perceber e fazer uma crítica ao processo de dominação do capitalismo tardio, que avança para a dominação subjetiva no âmbito da compreensão da realidade social e individual.

Theodor W. Adorno empregou o termo Indústria Cultural pela primeira vez em 1947, para substituir o termo “cultura de massa”, por este último induzir ao engodo de uma cultura que surge espontaneamente das próprias massas; quando o que se anuncia é justamente o contrário: uma suposta cultura difundida por grupos sociais e aparelhos técnicos, que tem por base a alienação do indivíduo em relação a si mesmo e ao sentido das coisas.

A fim de diferenciar cultura de indústria cultural utilizaremos Freud e Adorno e Horkheimer (1985a). Cultura na leitura de Freud (1930) designa a soma das operações e normas que distanciam nossa vida dos nossos antepassados e que servem a dois fins: proteger o homem contra as forças da natureza e ordenar a relação dos vínculos recíprocas entre os homens. Portanto, reconhece como cultura todas as atividades, idéias e valores que são úteis a vida/sobrevivência dos seres humanos. Em síntese é fruto da sublimação dos indivíduos em contato a uma dada realidade social e geográfica. Para Adorno e Horkheimer (1985a) cultura é uma construção resultante de uma dinâmica em moldes dos processos secundários, regido pelo princípio da realidade. Para tanto, recorre

à construção de mitos, fábulas e idéias como forma de esclarecimento para explicar os fenômenos ligados a esta mesma realidade, atuando como mediadores entre esta realidade e o indivíduo. Assim sendo, sob uma lógica imanente, a cultura acaba por atingir seu objetivo de cultivar a alma, diante dos desejos e medos inerentes ao espírito, e que até então eram regidos de forma exclusiva pelo princípio do prazer. Ao contrário de uma indústria cultural, que fortemente influenciada pelos valores da sociedade de consumo, preza pelos prazeres fortuitos e a alienação do indivíduo.

Segundo os autores a indústria cultural é o resultado socio-histórico de um movimento que teve seu surgimento nas mudanças culturais, científicas e filosóficas que resultaram da ascensão e consolidação da burguesia. E configurou a hegemonia da técnica e das fórmulas sobre o conceito: onde uma dominação na esfera do conceito, eleva-se fundamentalmente na dominação do real e da complexidade do todo em suas múltiplas determinações (Adorno e Horkheimer, 1985a). Para os autores sobre a influência da indústria cultural até mesmo o pensamento se converte em mercadoria, já que no mundo da técnica, qualquer reflexão sobre o conceito é refutado, e o que se leva em consideração é a familiaridade e os clichês, que impossibilitam uma reflexão crítica sobre um determinado objeto, a realidade social ou construção de novos vínculos afetivos duradouros, etc.

Esta falência de um pensamento crítico pautado em informações imediatas como apontado por Adorno e Horkheimer (1985a) só é possível, devido a manutenção de uma outra forma de pensar e agir que transfigura uma sabedoria mediadora entre indivíduo e realidade, convertendo o saber em uma ideologia pautada em informações *imediatas* e sem vínculo com uma constelação de influências. Sendo assim, responsável por levar os indivíduos a vivenciar uma falsa experiência do social.

A indústria cultural segundo Cohn (1986) se estabelece como um fator hegemônico. Para o autor sua programação objetiva reproduzir no estilo de vida dos indivíduos a sua ideologia dominante. A exposição permanente dos indivíduos ao império da indústria cultural, cria uma harmonia entre dominados e dominantes, já que é capaz de restringir a capacidade dos indivíduos de pensarem criticamente a realidade, onde os dominados acabam por consentir a dominação, e selar uma perversa aliança. Desta forma a indústria cultural apesar de atuar de fora para dentro dos indivíduos, oferece padrões de comportamento que dissemina uma ideologia, que internalizadas são tomados pelos indivíduos como sendo fruto de suas próprias escolhas, tornando-os cúmplices do poder hegemônico.

O “ficar com” apresenta aspectos que reflete/corresponde a uma manifestação da indústria cultural: que segundo Adorno e Horkheimer (1985c) reifica as almas e deifica as coisas. Isto pode ser constatado na conseqüente reprodução desta lógica – marcada pelo consumo alienante e compulsório – nos relacionamentos interpessoais, no caso deste estudo o relacionamento afetivo “ficar com”.

Primeiro a *falta de compromisso*, que se expressa na possibilidade de se estar com alguém fisicamente, sem que necessariamente exista um compromisso (Chaves, 1994). Como conseqüência, é fácil obter neste relacionamento algum tipo de prazer, sem que esteja configurando-se em um vínculo mais duradouro.

Segundo a primazia da *ética do desejo*, que consiste no distanciamento entre as regras/normas e os desejos, que advém da frouxidão e/ou ausência de regras ou ideais preservadores da vida, que serviriam de crivo/critério, ao oferecer elementos para discernir a realidade, que contribuiriam nas escolhas, e por fim para construção da autonomia do indivíduo, que suscitaria o renascimento do sujeito desejante.

O ficar com pode ser utilizado por vários motivos, desde um relacionamento puramente sexual até a possibilidade de um vínculo mais duradouro. Mas necessariamente, enquanto um código de relacionamento imposto socialmente – via Indústria Cultural – aos indivíduos apresenta em seu epicentro a ética do desejo e do vínculo frouxo.

Esta ética do desejo distanciada de regras e normas complacente entre os parceiros corresponde à alienação do sentido das coisas, das experiências e dos objetivos em longo prazo, a favor do individualismo e da imediatez, como observados no “ficar com”. Ponto correspondente a alienação promovida pela indústria cultural onde neste afastamento “as múltiplas afinidades entre os entes são recalcados pela única relação entre o sujeito doador de sentido e o objeto sem sentido” (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 22). Pontos que podem beirar a promiscuidade, devido à tentativa de chegar-se a uma estrita separação entre o sexo e o sentimento (Chaves, 1994, p. 96)

O terceiro a *negação da alteridade que* se apresenta no “ficar com” pela negação da singularidade, da história de vida e dos atributos subjetivos em relação à outra parte envolvida no relacionamento, e que acaba por colocar a outra pessoa envolvida no relacionamento, como um produto a serviço apenas da satisfação de um desejo, portanto o outro serve para o consumo tal qual se observa na dinâmica do consumismo.

As três características do “ficar com” apresentam-se interligados e integram a quarta característica. A *comutabilidade do objeto*, que se caracteriza na

manifestação de que todos os objetos de investimento amoroso são, a princípio, semelhantes entre si. Neste aspecto o indivíduo ao não ser reconhecido acaba por reprimir a sua singularidade na ânsia de ser aceito, aceitando o engano para se manter como objeto de sedução.

“FICANDO” SEM FICAR

O intrínseco paradoxo presente na denominação do ‘ficar com’ como proposto por Justo (2005), traz em seu bojo importantes contribuições, principalmente ao focar a crítica na importância de desvelar quais os sentidos existentes – ocultos nas palavras, nos conceitos e nas expressões – e considerar a sua relação com a constituição histórico-ideológica.

Adorno e Horkheimer (1985b) discutem sobre o Mito de Ulisses utilizando-o como objeto para discorrer a respeito de suas teses em relação ao Esclarecimento, apontando um importante aspecto no que concerne ao sentido das palavras.

Leo Maar (1994) descreve que a teoria de Adorno e Horkheimer, principalmente os conceitos de indústria cultural e de semicultura contribuem para a discussão da dominação social, onde uma minoria impõe sobre a maioria da população, os seus valores ideais/ideologia que é proposto por Marx como tendo sua base motriz na relação de trabalho; e que também encontra uma importante mediação em elementos da Cultura. Pois segundo os autores por influência da indústria cultural, ao invés de uma cultura propriamente dita, nota-se a reprodução de uma semicultura que em nada contribui para o desenvolvimento de indivíduos autônomos.

Os mitos trazem em seu conteúdo angústias do ser humano em que “a duplicação da natureza como aparência e essência, ação e força, que torna possível tanto o mito quanto a ciência, provém do medo do homem, cuja expressão se converte em explicação” (Adorno e Horkheimer, 1985a, p. 25). Segundo Freud (1930) três importantes fontes de sofrimento e angústia acompanham o ser humano durante sua vida; na sua relação com a natureza, nas relações com outros homens e na decadência do seu próprio corpo/a morte. Para Freud (1913) no caso específico dos mitos um ponto prevalente na busca de elaborar/compreender o sofrimento que advém do mundo intrapsíquico, da sua relação com a natureza e com a sociedade se constitui na expressão da psicologização tanto da natureza quanto da sociedade.

Baseado em algumas passagens analisadas por Adorno aqui será resgatado o mito da Odisséia de Ulisses, objetivando fazer uma analogia deste mito e o uso da palavra/termo “ficar com” bem como sua manifestação. Este Mito apresenta como pano de fundo a Odisséia, na qual o herói está em uma viagem de volta para sua

terra natal após a Guerra de Tróia, e é protagonizado segundo os autores por um protótipo do burguês que tece em suas relações individuais e coletivas, os mesmos mecanismos de relação fundada na dominação social.

No instante em que estes mitos são transmitidos por um sujeito-histórico, segundo Adorno e Horkheimer (1985b) torna-se possível resgatar traços da ordem social vigente nas relações presentes no mito. Em um determinado episódio do Mito de Ulisses em que o protagonista encontra-se aprisionado por um ciclope chamado Polifêmo, Adorno e Horkheimer (1985b) discorrem sobre uma forma de alteração na construção e sentido da linguagem em favor dos objetivos do herói. Esta tese tem como base o fato de que com a dissolução do contrato através de sua observância literal (palavra enquanto significante e significado), altera-se também a posição da linguagem, acarretando no fato dela transformar-se em *outras palavras e sentidos*. Segundo os autores, nas palavras “o preço de sua validade permanente é o fato de que elas se distanciam de seu conteúdo que as preenche em cada caso, e que, a distância, se refere a todo conteúdo possível (...)” (Adorno e Horkheimer, 1985b, p. 58).

Para os autores na narrativa do mito a *palavra* deveria ter um poderio imediato sobre a coisa na qual ela designava, ou seja, existir uma confluência entre expressão e intenção: assim as palavras imutáveis permaneciam como fórmulas para o contexto inexorável da natureza. Na passagem que envolve a fuga de Ulisses do seu cativeiro que tem como algoz o Ciclope Polifemo, o herói percebe o dualismo das palavras ao descobrir que palavras idênticas podem ter significados diferentes: ao ser questionado sobre o seu nome, Ulisses se autoneia como *ninguém* (do grego *Oudeis*), palavra homófona á Ulisses (do grego *Odyseu*). Segundo Adorno e Horkheimer (1985b) o herói descobre então que se pode usar as palavras de acordo com interesses e conveniências pessoais – no caso do mito sua segurança contra uma possível vingança do ciclope que fora cegado por Ulisses antes de sua fuga-o que na sociedade burguesa desenvolvida pode-se denominar *formalismo*: no qual as palavras são usadas para atender aos interesses pessoais e sociais, distanciando-se assim de sua natureza/essência; impedindo o movimento da dialética no qual o indivíduo tem acesso ao esclarecimento e experiências formativas, devido verdadeiro significa e expressão das coisas. Movimento alienante que operam em conformidade com as repressões apontadas por Leo Maar (1995) pela indústria cultural, que acaba por alienar o sentido das coisas por meio de “repressões”.

Considerando a tese apresentada por Adorno e Horkheimer (1985a), assim como apontado por Justo

(2005): a denominação “ficar com”, ao mesmo tempo em que pretende apresentar algo com um sentido de parada e permanência, ela na prática se refere a um relacionamento fortuito e sem compromisso, ou seja, sem a garantia alguma de permanência. Apresenta-se então uma divergência entre a expressão e intenção. Para Adorno e Horkheimer (1985b) a palavra que apresenta em seu cerne a confluência entre expressão e intenção, acarreta em uma denúncia do imutável, do que é natural e conseqüentemente não pode ser mudado em seu inexorável sentido com a realidade. Pontos que necessariamente vão contra a visão de mundo dos que detém o poder, que aos moldes de Ulisses – apontado pelos autores como um protótipo do burguês – encontra uma forma de contornar esta lógica para criar um movimento ao seu favor. O recurso que o herói utiliza para sair vencedor de suas aventuras é chamado por Adorno e Horkheimer (1985b) de *Astúcia*, onde esta é caracterizada como a ação de perder-se para conservar-se: que apresenta-se aqui na peripécia de Ulisses, ao correr o perigo de torna-se *ninguém*, em busca de sobreviver e tornar-se novamente alguém.

Mas no mito, antes de usurpar o sentido das palavras a seu favor, o herói acaba com a possibilidade de o ciclope ter a dimensão plena de seus próprios sentidos quando o cega, deixando-o a mercê do poder de um estranho, Ulisses. O ciclope é jogado sob o trauma, o susto: e apresenta como única fonte de orientação, o próprio Ulisses; que o engana e o aliena. Da mesma forma que Polifemo, os indivíduos na contemporaneidade têm seus sentidos cegos, e são violentados simbolicamente também por sua incapacidade de encontrarem-se como indivíduos autônomos, e ao serem manipulados ficam a mercê do poder da indústria cultural.

Adorno e Horkheimer (1985a) apontam que os padrões de comportamentos e a homogeneização criados pela indústria cultural no mundo contemporâneo, são aceitos sem resistência pelo fato dos indivíduos consumidores, já serem capturados, regidos e enganados pelos encantos das palavras, como sendo novas possibilidades de designação à serviço da manipulação e da manutenção do *status quo*. Desta forma pode-se presumir o fato de que na expressão “ficar com” nota-se a divergência entre a sua designação, que remete a permanência; e o que se testemunha na prática, no qual se apresenta como um termo dinâmico expresso em sua alta rotatividade: onde emerge de forma cínica a manifestação da captura de uma real necessidade humana, já que aos moldes da teoria Freudiana, o ser humano é o ser do desamparo.

No seu raciocínio o cínico pensa: “as palavras são apenas palavras, nada mais do que palavras”. Neste aspecto o uso da palavra/termo “ficar com” remete

ao seu sentido oposto, a não-permanência, que é uma forma de além de descaracterizar, banalizar o amor. Onde “o que parece como triunfo da racionalidade objetiva, a submissão de todo ente ao formalismo lógico, tem por preço a subordinação obediente da razão ao imediatamente dado” (Adorno, 1985a, p. 34).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O “Ficar com” foi analisado neste estudo como uma manifestação ideológica da indústria cultural, que por intermédio de uma classe hegemônica busca criar formas de agir e pensar que mantenham o status quo. Assim, as leis do mercado embasadas no uso e troca, deixam de apresentar-se apenas no mundo das mercadorias; transferindo-se para os relacionamentos interpessoais.

Nesta cultura marcada pela rotatividade e descompromisso para com o futuro e com o outro da relação – o ficar com –, a libido é dirigida quase que exclusivamente para o fim de consumir. O outro é negado em sua história de vida, na sua necessidade e capacidade de prover amparo e carinho, pois o pensamento e a reflexão são jogados para o segundo plano e engessados, e o corpo assume a dianteira, forma de racionalidade que segundo Adorno e Horkheimer (1985a) estão em consonância com a manutenção do *status quo*.

Os vínculos-afetivos na contemporaneidade manifestam-se em meio a um deserto, onde as partes interessadas não mais encontram possibilidades satisfatórias para se nortear em sua busca pela outra metade; pois esta não é mais desejável na/pela sua falta (Platão, 1987). Mas negada, em uma sociedade de reinícios contínuos e vínculos frouxos; que colocam a frustração e a espera, tão importante para a construção de uma escolha e vivência amorosa em segundo plano.

A manutenção deste deserto que se apresenta como pano de fundo nos relacionamentos afetivo-sexuais encontra seu ponto nodal na perpetuação da alienação do indivíduo com relação a si mesmo e ao outro. O distanciamento do objeto e do sentido das coisas mediado pela ação da Indústria cultural confere aos indivíduos na atualidade o mesmo papel concebido a Polifemo na Odisséia, o de submissão frente a quem supostamente detêm o poder.

REFERÊNCIAS

Abeche, R.P.C., & Rodrigues, A.A. (2005). Família contemporânea, uma instituição em questionamento: transição ou decadência? Projeto de Iniciação Científica PIBIC/CNPq-UEM. (mimeografado)

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985a). O conceito de esclarecimento. In *Dialética do esclarecimento – Fragmentos filosóficos* (pp. 99-139). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985b). Excurso I: Ulisses ou mito ou esclarecimento. In *Dialética do esclarecimento – fragmentos filosóficos* (pp. 47-71). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985c). A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In *Dialética do esclarecimento – fragmentos filosóficos* (pp. 99-139). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Adorno, T. Educação e emancipação. Trad. de Leo Maar W. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

Anderson, P. (1995). Balanço do Neoliberalismo. In: Sader, E., & Gentili, P. (org.). *Pós-neoliberalismo – As políticas sociais e o estado democrático*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Bauman, Z. (2004). *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bueno, F.S. (1996). *Minidicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: FTP, LISA.

Chaves, J. (1994). *Ficar com – um novo código entre jovens*. Rio de Janeiro: Revan.

Cohn, G. (1986). Introdução: Adorno e a teoria crítica da sociedade. In Cohn, G. (org.), & Fernandes, F. (coord.). *Sociologia*. São Paulo: Ática. (Grandes cientistas sociais, 54).

Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.

Freud, S. (1930). *O mal-estar na civilização*. ESB (Vol XXI). Rio de Janeiro: Imago, 1974.

Freud, S. (1921). *Além do princípio do prazer*. ESB (Vol. XVIII). Op. cit.

Freud, S. (1913). *O tema dos três Esdrás*. ESB (Vol. XII). Op. cit.

Goethe, W. (2007). *Os sofrimentos do jovem Werther*. Trad. de Pietro Nassetti. São Paulo: Martin Claret.

Justo, J.S. (2005). O “ficar” na adolescência e paradigmas de relacionamento amoroso da contemporaneidade. *Revista do Departamento de Psicologia – UFF, 17, 1, 61-77*.

Lasch, C. (1984). *O mínimo eu: sobrevivência em tempos difíceis*. Trad. de João Roberto Martins Filho. São Paulo: Brasiliense.

Lucchesi, I. (2002). *Mídia e sedução sem encantamento*. Rio de Janeiro: Observatório da Imprensa.

Platão (1987). *O banquete*. Trad. de José Cavalcanti de Souza. São Paulo: Nova cultural.

Severiano, M.F.V. (2001). *Narcisismo e publicidade: uma análise dos ideais de consumo na contemporaneidade*. São Paulo: Annablume.

Stengel, M. (2003). *Obsceno é falar de amor?: As relações afetivas dos adolescentes*. Belo Horizonte: PUC Minas.

Recebido em: 31/05/2010 Aceito em: 15/09/2010.

Autor:

Regina Perez Christofolli Abeche – <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhepesq.jsp?pesq=9187320591573075>>.

Antonio Gonçalves Ferreira Junior – <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalheest.jsp?est=0324103040438134>>.

Enviar correspondência para:

Regina Perez Christofolli Abeche
Rua Jouji Nakamura, 73 – Jardim Novo Horizonte
CEP 87010-110, Maringá, PR, Brasil
E-mail: abeche@wnet.com.br

Antonio Gonçalves Ferreira Junior
Rua Iguacu, 1252 – Vila Esperança
CEP 87020-330, Maringá, PR, Brasil
E-mail: antonio_junaum@hotmail.com