

A subjetividade fragmentada

Ana Paula Gonçalves Martins Moreira*
Maria Ângela das Graças Santana de Jesus**

RESUMO

O presente artigo busca compreender as implicações na forma solúvel de se relacionar sobre a subjetividade do indivíduo. Com respaldo nos autores pesquisados, o sujeito é confrontado na contemporaneidade por uma multiplicidade desconcertante e instável de identidades possíveis, com cada uma das quais ele pode se identificar pelo menos, temporariamente. A subjetividade do indivíduo, hoje, configura-se fragmentada e cindida. O sujeito encontra-se em conflito, dividido. A sociedade está construindo um sujeito idealizado, desenraizado, que busca a independência e a liberdade a todo custo, sem o consentimento do outro e do mundo. Nesse contexto, o que importa é a realização do eu.

Palavras-chave: Identidade. Subjetividade. Atualidade.

ABSTRACT

This article is intended to understand the implications in the individual subjectivity dissolvable way to connect. Based on the authors searched, the person is collated in the contemporary time for a baffling and unstable multiplicity of possible identities, with each one of which one can identify oneself at least, temporarily. The subjectivity of the person in the present time, configures itself fragmented and broken. The individual is in conflict, divided. The society is constructing an idealized citizen, with no roots, who seeks independence and freedom at all costs, without the assent of the other and the world. In this context, what matters is the self-accomplishment.

Keywords: Identity. Subjectivity. Present time.

*Psicóloga, especializanda em Gestão de Competências em Recursos Humanos

**Psicóloga psicanalista, Mestre em Psicologia pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Professora do curso de Psicologia do CES/JF.

1 INTRODUÇÃO

Esse artigo é fruto de uma pesquisa de conclusão de curso no qual foi realizado um estudo sobre o amor líquido na contemporaneidade, buscando compreender o que leva o sujeito a procurar uma forma solúvel de se relacionar. Procura também fazer um percurso sobre as formas de expressão do amor e as consequências sobre a subjetividade.

Para este artigo, o foco será a fragmentação da subjetividade e sua implicação sobre o sujeito. De acordo com os autores pesquisados, o sujeito passa por uma fragmentação da subjetividade, devido à gama de possibilidades de identificações que o sujeito pode fazer diante do discurso do consumismo. O mundo contemporâneo é marcado pela lógica do consumo, a qual constrói sujeitos que para ser é preciso ter. Com esse novo contexto, novas formas de relacionamentos são estabelecidas. Relacionamentos que romperam com as tradições, gerando no indivíduo um sentimento de incompletude e de insatisfação, por não terem referências sólidas e estáveis.

A atualidade é bombardeada por informações, pelos meios tecnológicos e marcada pela rapidez das mudanças. A mídia oferece ao indivíduo várias possibilidades de identificações e exerce papel de formadora do eu. Além disso, cria demandas de consumo, que muitas vezes nada tem a ver com a necessidade do sujeito. Esse veículo oferta recortes e fragmentos devidamente filtrados, para capturar o sujeito que é colocado na posição de mero espectador.

2 SUBJETIVIDADE

Portela (2008) atesta que o mundo contemporâneo determina novas formas de relação, afetando a constituição da subjetividade e, conseqüentemente, levando ao advento de um novo sujeito.

A contemporaneidade é marcada pela diversificação e pela rapidez das mudanças, estabelecendo uma crise no sujeito. Ela, por sua vez, gera impacto e mobilização em responder às demandas culturais que vem no alento da pós-modernidade. (POSTIG, 2005).

Segundo Hall (2005) existe na modernidade a visão de que as identidades

estão descentradas, desarticuladas e fragmentadas, mas isso discorre da perda de um sentido de si estável. Uma vez que a identidade deixa de ser compreendida como uma essência substancial, como se pode construir a sensação de permanência do sujeito?

O contínuo da identidade está cada vez mais sendo movida pelos conteúdos para a possibilitar o indivíduo a organizar todas as informações e estímulos que recebe, num processo sucessivo e coerente para si. (HALL, 2005).

O indivíduo atual tem sido denominado pela fragmentação de sua identidade, em um mundo assinalado pela diversidade. A controvérsia, hoje, refere-se à pluralidade e à rapidez das mudanças como responsável por uma crise inaugurada nesse sujeito contemporâneo. (HALL, 2005).

Esse sujeito precisa se mobilizar para responder às demandas culturais que estão no ânimo da pós-modernidade, que causa vertiginosas alterações conectadas a novas ofertas sociais, representadas pela tecnologia, mídia, globalização e outros. Como consequência, novas ofertas de subjetivação são herdadas por essas mudanças. (POSTIG, 2005).

Logo, a mídia produz um papel essencial na construção do eu, principalmente por meio do que Giddens (2002) designa de efeito colagem, ou seja, posição ao lado de histórias, notícias, curiosidades e itens que nada têm semelhança, exceto serem favoráveis. Esse efeito não permite ter uma visão global dos fatos e fenômenos. A gestalt não se completa, pois só obtêm da mídia, fragmentos, recortes, já filtrados e trabalhados para apreender, capturar e distrair, antes mesmo de chocar e fragmentar.

Com a velocidade das mudanças, é impossível captar tudo o que ocorre no mundo em um determinado instante. O indivíduo precisa se aprazer com recortes, fragmentos, preencher as lacunas com as suas vivências, fantasias, e com sentido compartilhado que constrói em suas relações. (GIDDENS, 2002).

De acordo com Portela (2008), a globalização com todos os seus resultados levou à oposição entre o global e o local, o agora e o depois. Previamente, via-se o global a partir do local; na atualidade, o sujeito vê o local a partir do global. O local hoje pode ser em qualquer lugar; já anteriormente havia referências sólidas, estáveis. Na contemporaneidade, isso se perdeu e, por isso, as identidades se encontram fragmentadas, sem âncoras para se organizar.

Assim, o mundo contemporâneo se encontra diante de um sujeito em conflito e dividido. Ele escapa a qualquer tentativa de apreensão, está em

transformação, metamorfose e em constituição. (PORTELA, 2008).

Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de “supermercado cultural”. No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a identidade, ficam reduzidas a uma espécie de língua franca internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas. (HALL, 2005, p.75).

A subjetividade estabelecida nos primórdios da modernidade possuía seus eixos nas noções de interioridade e reflexão sobre si mesmo. Ao contrário do que agora está em pauta, é uma leitura da subjetividade em que o autocentramento se associa de maneira paradoxal ao valor da exterioridade. Portanto a subjetividade toma uma configuração estetizante, em que o olhar do outro no campo social é midiático. Ela passa a ocupar uma posição estratégica na economia psíquica. (BIRMAN, 2000).

Consequentemente, as individualidades se configuram em objetos descartáveis, encontrados em qualquer lugar e canto, o que faz o indivíduo tender ao silêncio e ao esvaziamento. O que importa para a individualidade é a exaltação gloriosa do próprio eu. (BIRMAN, 2000).

A vida cotidiana e o indivíduo não têm mais peso próprio. Vive-se no universo dos objetos, da publicidade e da mídia. O sujeito está anexado pelo processo da moda e da perda de valor acelerado. A realização determinante do indivíduo ajusta-se à extração do essencial à ocorrência de átomos flutuantes, vazios pela circulação dos modelos e por isso mesmo continuamente recicláveis. (LIPOVETSKY, 2005).

Tomka, citado por Portela (2008), afirma que o presente confronta o sujeito com uma nova situação. Na atualidade, o mundo de experiências se decompõe em fragmentos. Os laços com o passado foram pulverizados, caíram os mitos e deuses, o futuro se descortinou incerto, aberto. Houve mudanças com relação ao espaço e ao tempo, que se expandiram. O sujeito perdeu sua unidade orgânica, segmentando e tornando-se desigual, descontínuo, imprevisível e inapreensível.

O autor citado ainda diz que o sujeito está fragmentado, cindido entre as

diversas arenas em que sua vida se desenrola. Há pouca ligação entre o espaço privado e o público, em que se dá o jogo de tensões e pressões sociais.

O sujeito está cada vez mais desnarrativo, à concessão de momentos pontuais e estanques, em que ele não consegue construir sua história. Um ser imediatista e hedonista (doutrina que considera que o prazer individual e imediato é o único bem possível, princípio e fim da vida moral), cada vez mais globalizado e mais desmaterializado, tornando-se cada vez mais virtual, etéreo. A cada dia mais distante do outro, da vida concreta, da relação face a face. (PORTELA, 2008).

Para Giddens (2002) o sujeito está envolvido em um casulo protetor, a fim de não só se proteger, mas como o de se isolar. Ocorre que o homem pós-moderno se depara com sua condição existencial mais radical, a de não possuir um núcleo identitário central estável, contínuo e linear, e sim um vazio que ele tem que preencher, fazendo uso da consciência prática do dia-a-dia. No entanto ele não dá conta, pois antes de tamponar a angústia advinda de sua condição existencial, desenvolve diversas estratégias, com a finalidade de organizar e ordenar todas as variáveis de sua vida em um todo coerente e sucessivo.

A partir do século XX, o sujeito sofre uma fragmentação definitiva. Torna-se cindido em sua essência e em sua existência, sem perspectiva de um futuro próspero que o aguarde. Caracteriza-se por ser imediatista, narcisista, que precisa ter prazer agora, pois poderá não ter tempo depois. (PORTELA, 2008).

Esse processo produz o sujeito pós-moderno conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados no sistema cultural que nos rodeiam. (HALL, 2005).

Não há mais uma identidade plenamente unificada, segura e coerente: isso seria uma ilusão. Contrário a essa realidade, o sujeito é confrontado por uma multiplicidade desconcertante de instáveis identidades possíveis, com cada uma das quais ele pode se identificar pelo menos temporariamente. (HALL, 2005).

Portanto, ao falar da identidade do sujeito, ao invés de falar de uma identidade fixa, imutável, caracterizada pelo racionalismo cartesiano, fala-se de uma pluralidade de identificações e de cambiantes possibilidades identificatórias ofertadas pela cultura, marcadamente pela imensidão de ofertas da cultura contemporânea. É indissociável a relação entre o indivíduo e a cultura, pois é inerente a relação entre o sujeito, os valores fornecidos por essa cultura e a sua construção identitária. (POSTIG, 2005).

De acordo com Postig (2005) a personalidade é formada e transformada continuamente. Exemplo dessa transformação é o efeito da tecnologia sobre a cultura contemporânea e na construção das subjetividades.

A construção da identidade é advinda de uma série de identificações que o sujeito faz no decorrer de cada etapa de sua vida: infância, adolescência, juventude, maturidade e velhice. O ser humano se constrói a partir de suas experiências e vivências, em um processo incessante e processual no decorrer de toda a sua existência. (POSTIG, 2005).

Certamente, o sujeito de hoje sofre influências bastante diferentes daquelas de dez anos atrás, antes da difusão da informática, por exemplo. A sociedade atual, mais do que qualquer outro momento da história, tem como emblema as mudanças constantes, rápidas e permanentes. (POSTIG, 2005).

Os apelos ao consumo são, predominantemente, de ordem subjetiva, fundados não nos atributos concretos do produto, mas nas características desejáveis do consumidor. O indivíduo é frequentemente incitado em seu desejo de completude, diante das constantes promessas de realização dos seus ideais, de forma personalizada, via signos de distinção expressos nas imagens de marca dos produtos. (SEVERIANO, 2006).

Nessa circunstância, o objeto não é meramente vendido devido ao seu valor e utilidade. Vende-se o poder, juventude, segurança, atitudes, comportamentos e estilos de vida, estruturantes da identidade dos indivíduos, para proporcionar o estabelecimento dos vínculos sociais. (SEVERIANO, 2006).

Kumar, citado por Tavares (2004), ratifica que o mundo pós-moderno é um presente eterno, sem origem ou destino, passado ou futuro. Nesse mundo é impossível achar um centro, qualquer ponto ou perspectiva do qual seja possível olhá-lo firmemente e considerá-lo como um todo em que tudo é efêmero, mutável ou tem o caráter de formas locais de conhecimento e experiência. Não existem estruturas arraigadas, nenhuma causa secreta ou final, tudo é ou não é.

A sociedade pós-moderna envolve seus membros primariamente em sua condição de consumidores, e não de produtores. A vida organizada em torno do consumo, por outro lado, deve se bastar sem normas, ela é orientada pela sedução, por desejos sempre crescentes e querer voláteis. Principal cuidado diz respeito, então, à adequação a estar sempre pronto, a ter a capacidade de aproveitar a oportunidade quando ela se apresentar a desenvolver novos desejos feitos sob medida para

as novas, nunca vistas e inesperadas seduções a não permitir que as necessidades estabelecidas tornem as novas sensações dispensáveis ou restrinjam nossa capacidade de absorvê-las e experimentá-las (BAUMAN, 2001, p. 90-91).

A sociedade pós-moderna e o padrão dominante do afrouxamento dos freios com a fluidez crescente, o consumo incessante, e ao mesmo tempo frustrante, situam o mal-estar da civilização contemporânea. Inicialmente, apontado por Freud e investigado posteriormente por Bauman, a teoria da pós-modernidade pode ser entendida, inclusive, como um eterno recomeçar. (TAVARES, 2004).

A compreensão de pós-modernidade para Bauman (2001) esclarece a subjetividade contemporânea postulada em um estado de fluidez, algo que vem depois, uma quebra, um deslocamento. Isto é, baseado em um devir, um sujeito inacabado, líquido e plástico.

Hall (2005) ratifica os argumentos de Bauman, uma subjetividade fragmentária, incompleta; identidades móveis, multimoduladas, híbridas e em permanente desconstrução e transformação.

Os indivíduos contemporâneos tornam-se colecionadores de experiências e sensações, ou seja, impelidos à busca permanente de novos êxtases de consumo. (TAVARES, 2004).

Na sociedade consumida pelas marcas, que serve para inscrever, representar e diferenciar produtos e serviços dentro do mercado comercial, o consumidor é uma subjetividade produzida como um objeto de consumo, através de uma estratégia de pseudo-singularidade. (TAVARES, 2004).

As identidades se sustentam mais pelas imagens do que pela reflexão, mais pelo consumo que pelo cultivo. O sujeito é colocado no papel de mero espectador, com a função de visualizar a cena do eu, protagonista principal. Admira a sua beleza e, assim, oferece-lhe o prazer da exibição. Ou o inverso, o outro é tratado como um dos bens de consumo do eu com os quais ele alimenta sua identidade na linha do você é o que você consome. (RIOS, 2008).

O que resta a esse sujeito é portar uma identidade passageira, líquida, inválida e coletiva à busca frenética pelo consumo, gravada na sua mente a idéia de que para ser é preciso ter, uma servidão voluntária consumista atual. (TAVARES, 2004).

Lipovetsky (2005) atesta que homens e mulheres continuam buscando

uma demanda afetiva, laços privilegiados, mesmo nesse tempo de desamparo generalizado. Desenvolve-se a capacidade de encontros, acentua-se o sentimento de solidão. Quanto mais as relações se tornam livres, emancipadas das antigas restrições, mais rara se torna a possibilidade de conhecer uma relação intensa. Há por toda parte um grande vazio e dificuldade de ser conduzido para fora de si.

A sociedade atual leva o sujeito a buscar a realização de si mesmo, e o asfixia com imagens e informações, resultando na perda de socialização. A era do consumismo não só tira a qualificação como também liquida o valor e a existência de costumes e tradições. Produziu-se uma cultura racional e também irracional com fundamento na exigência das necessidades e das informações. Tirou o indivíduo do local e ainda mais da estabilidade da vida cotidiana, da imobilidade imemorial existente nas relações com os objetos, com os outros, com o corpo e consigo mesmo. (LIPOVETSKY, 2005).

Com as mudanças na contemporaneidade criou-se, no entanto, um problema para as identidades individuais. A base da felicidade, ao privilegiar o senso interior na perda do senso comum, tirou o indivíduo do chão firme da utilidade. O senso comum da tradição contornava esse obstáculo, ajustando sensações e sentimentos privados aos ideais coletivos. O indivíduo não precisava recorrer à fugacidade do prazer para avaliar a precisão de seu desempenho moral. O senso interior, em vez disso, recusou a solidez do mundo comum para amarrar as identidades ao fugaz suporte da dor e do prazer. (COSTA, 2005).

Tavares (2004) escreve que as teorias do consumo, relacionadas ao pensamento da modernidade, necessitam de uma nova perspectiva para compreender esse sujeito da pós-modernidade. O indivíduo consumidor cuja subjetividade é plural, mutável e fragmentária escolhe marcas comerciais como pertencimento psicossocial, através de identidades revogáveis, temporárias e flutuantes.

O mundo pós-moderno pode ser considerado um pano de fundo que promove os vetores psicossociais. A subjetividade, sob esse prisma, é regulada tanto pelo sistema simbólico social, que é da ordem do coletivo, quanto pelos aspectos pulsionais individuais, ambos em estado líquido. (TAVARES, 2004).

Em se tratando de uma subjetividade móvel, ela tem no desejo de consumir a perpetuação da sua volatilidade e o consumo das marcas comerciais como justificativa dessa natureza transformacional, passageira que representa e registra o sujeito na civilização das marcas ou na sociedade do consumo. (TAVARES, 2004).

O fluxo contínuo e incessante dos objetos de um irrealizável desejo de consumo, sob o amparo de um capitalismo, atravessa o imaginário do consumidor. Produz, sucessivamente, as subjetividades, que são identidades revogáveis, líquidas e transformadas pelo desejo e a liberdade de se desconstruir enquanto sujeitos do consumo, do sonho, da fantasia e de um prazer inacabado. (TAVARES, 2004).

O desejo constantemente une o fluxo contínuo e objetos parciais que são por natureza relativa e fragmentada. Em virtude da mudança e instabilidade intrínsecas de todas ou quase todas as identidades, dá-se a capacidade de ir às compras no supermercado das identidades. O que promove o verdadeiro caminho para a realização das fantasias de identidade é o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejada. Com essa capacidade, o sujeito é livre para fazer e desfazer identidades à vontade. (TAVARES, 2004).

Bauman (2001) certifica que essa subjetividade líquida é sublimada, através de compartilhamento, na qual o sujeito e o social estão interconectados, se produzindo mutuamente e mediados por um coletivo que os atravessa.

O caráter efêmero e fragmentado dessa subjetividade e de sua produção é visível no deslocamento dos indivíduos na era do capitalismo globalizado e maleável. As marcas comerciais, por exemplo, assumem papel estratégico, funcionando como um dispositivo de controle mundial pós-moderno, com intuito de sublimar a idéia do outro admirado, fluindo no campo da permanência de um desejo flexível e perversamente irrealizável. (TAVARES, 2004).

Segundo Tavares (2004), para entender esse consumidor de identidades policêntricas e pluralizantes, é preciso um conhecimento que consiga avaliar como o comportamento do sujeito atual opera na esfera do consumo.

O sujeito psíquico e social é dotado de pulsões, afetos, defesas, projeções, identificações e desejos, constituinte do social que o constitui. Ele é produto de uma cultura, de um contexto socio-histórico, com valores de pertencimento e de aceitação, um indivíduo que vive no coletivo e busca se representar. Metamorfoseia-se, dobra-se, desdobra-se e se redobra. Ondula-se, desterritorializando no espaço liso de uma sociedade pós-moderna. É um sujeito entendido como ser híbrido, que se transforma a todo o momento e que decide suas escolhas de consumo de forma fragmentada. (TAVARES, 2004).

A reflexividade da modernidade se estende ao núcleo do eu. Posto de outra

maneira, no contexto de uma ordem pós-tradicional, o eu se torna um projeto reflexivo. Transições nas vidas dos indivíduos sempre demandaram a reorganização psíquica, algo que era frequentemente ritualizado nas culturas tradicionais na forma de ritos de passagem. Em tais culturas, nas quais as coisas permaneciam mais ou menos as mesmas, geração após geração, a mudança de identidade era claramente indicada como quando um indivíduo saía da adolescência para a vida adulta. (TAVARES, 2004).

Na sociedade moderna, o eu é frágil, fraturado e fragmentado, uma concepção que corresponde, provavelmente, à visão predominante nas discussões em curso sobre o eu e a modernidade. A modernidade rompe o referencial protetor da pequena comunidade e da tradição, substituindo-as por organizações muito maiores e impessoais. O indivíduo se sente privado, em um mundo que lhe falta o apoio psicológico e o sentido de segurança, oferecidos em ambientes mais tradicionais. (GIDDENS, 2002).

A fragmentação claramente tende a ser promovida pelas influências. Em muitos ambientes modernos, os indivíduos estão presos a uma variedade de encontros e meios diferentes, cada um dos quais requer formas diferentes de comportamento adequado. Quando o indivíduo sai de um encontro e entra em outro, sensivelmente regula a apresentação do eu em relação ao que lhe for exigido na situação em questão. Pensa-se, muitas vezes, que tal visão implica que o indivíduo tem um número de eus equivalente ao dos diferentes contextos de interação. (GIDDENS, 2002).

No entendimento da constituição da subjetividade do sujeito pós-moderno, a Psicanálise servirá de referência para reflexões, pois acredita-se que ela foi e ainda é um dos saberes produzidos no ocidente para o reconhecimento do sujeito. Além do mais, não cuida de doenças psíquicas, mas de singularidades e de sujeitos que sofrem, que buscam desesperadamente no seu desejo e nos seus sintomas a possibilidade de reabrir o seu diálogo com o mundo. (BIRMAN, 2000).

O sujeito da Psicanálise é constituído por diversas identificações, determinadas por várias experiências regidas pelo seu inconsciente. A identidade é constituída na interação entre o sujeito e a sociedade e alterada em um diálogo sucessivo com o mundo cultural e com as identidades que o mundo fornece. A construção da identidade é oriunda de uma série de identificações que o sujeito faz durante as mais diversas etapas de sua vida; infância, adolescência, juventude, maturidade e velhice, é um processo contínuo e incessante. (POSTIG, 2005).

Corroborando com as reflexões realizadas pelos autores citados, a sociedade está construindo um sujeito idealizado, desenraizado, ao buscar a independência e a liberdade a todo custo, a despeito do outro e do mundo, que não passam de utensílios que maneja para atingir seus fins. (PORTELA, 2008).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É relevante observarmos essas novas formas de estabelecer relações, que consequentemente têm levado o sujeito a uma nova constituição da sua subjetividade. Devido à rapidez e diversificação na contemporaneidade, o indivíduo vive uma crise, a sua identidade está fragmentada, discorre da perda de um sentido de si estável. Há uma sucessão de diferentes identidades.

A fragmentação claramente tende a ser promovida pelas influências. Os indivíduos estão presos a uma variedade de encontros e meios diferentes, precisando a adequar formas diferentes de comportamentos. Ao sair de um encontro para outro, o indivíduo ajusta a apresentação do seu eu em relação ao que lhe for exigido no momento. Tal visão leva a questionar se o indivíduo tem um número de eus proporcional aos diversos contextos de interação.

Bauman esclarece a subjetividade contemporânea postulada em um estado de fluidez, algo que vem depois, uma quebra, um deslocamento. Isto é, baseado em um devir, um sujeito inacabado, líquido e plástico.

Na contemporaneidade a controvérsia se dá a respeito de como a pluralidade e a rapidez das mudanças é responsável por uma crise instaurada no sujeito contemporâneo, marcado pelas mudanças e visíveis influências sociais.

Assim como atesta Tavares, para entender esse consumidor de identidades de vários centros e plurais, é necessário produzir um conhecimento que consiga avaliar como o comportamento do sujeito atual opera na esfera do consumo por meio da interação dos processos psíquicos, sociais e das relações com os grupos.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BIRMAN, Joel. **Mal estar na atualidade**: a psicanálise e a novas formas de subjetivação. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- COSTA, Jurandir, Freire. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral o espetáculo. 4. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira, Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Monole, 2005.
- POSTIG, Vanuza Monteiro Campos. **Admirável mundo novo**: singularidade e diferença: identidade, subjetividade e pós-modernidade. Niterói: Bene, 2005. p. 76-79.
- PORTELA, Marco Antônio. A crise da psicologia clínica no mundo contemporâneo. **Estud. psicol.**, Campinas, v. 25, n. 1, p.131-140, jan./mar. 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0103166X200800100013&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 2 set. 2008.
- RIOS, Izabel Cristina. O amor nos tempos de Narciso. **Interface**, Botucatu, v.12, n. 25, apr./jun. 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141432832008000200016&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 21 ago. 2008.
- SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. Pseudo-indivuaçãoção e a homogeneização na cultura do consumo: reflexões críticas sobre as subjetividades contemporâneas na publicidade. **Estudo. pesquisa. Psicologia**, dez. 2006, v. 6, n. 2, p. 105-121. Disponível em: <http://scielo.bvs-psi.org.br/scielo.php?pid=S1808->

42812006000200009&script=sci_arttext. Acesso em: 26 ago. 2008.

TAVARES, Fred. O consumo na pós-modernidade: uma perspectiva psicossociológica. **Comum**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 22, p. 122 a 143, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://www.facha.edu.br/publicacoes/comum/comum22/Artigo5.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2008.

