ARTIGO

Adolescentes e adultescentes na contemporaneidade

Adolescents and adultescents in the contemporary

Nara Teixeira Soares de Lira

Instituto de Gestalt-Terapia de Pernambuco (IGT-PE), Pernambuco, Brasil

RESUMO

Este artigo procura, à luz da Gestalt-terapia, refletir sobre os novos valores da sociedade contemporânea e sobre uma nova geração que surge, a dos adultescentes, adultos que desejam prolongar sua adolescência indefinidamente. Nesta nova sociedade, que eleva a adolescência a ideal contemporâneo, adolescentes, jovens e adultos apresentam comportamentos de consumo muito semelhantes, como o hedonismo e o culto ao corpo.

Palavras-chave: Adolescência; Adultescente; Campo; Self.

ABSTRACT

This article discusses, from the gestalt-therapy point of view, the contemporary society with their new values and the new generation produced, the adultescents, those who don’t want to grow up. In this new society, that considers the adolescent as a contemporary ideal, different generations show the same behavior as consumers.

Keywords: Adolescent; Adultescent; Field; Self.

> "Prefiro ser esta metamorfose ambulante do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo". (Raul Seixas, Metamorfose Ambulante)

Falar em adolescência é falar de uma das etapas do desenvolvimento humano que se caracteriza por alterações físicas, psíquicas e sociais. No entanto, não podemos falar de uma única adolescência, mas de muitas adolescências, uma vez que a vivência da adolescência é única, influenciada pelo campo e pelo self.

Para que se possa entender a existência de diferentes formas de ser adolescente precisamos entender os termos campo e self. Campo, segundo Yontef (1998), "é uma totalidade de forças mutuamente influenciáveis que, em conjunto, formam uma fatalidade interativa unificada" (p. 185). Este campo, que podemos também entender como o meio físico, social e psicológico onde vivemos, apresenta algumas características: nele, múltiplos fatores se relacionam de formas múltiplas e complexas; o campo é contínuo no espaço e no tempo; os objetos e organismos só existem como parte de um campo fenomenologicamente determinado; os fenômenos são determinados pelo campo todo; e qualquer fator no campo afeta todo o resto e não apenas uma parte.

Self, de acordo com Ginger (1995) "não é uma entidade fixa nem uma instância psíquica como o 'Eu' ou o 'Ego' – mas um processo especificamente pessoal e característico de sua maneira própria de reagir, num dado momento e num dado campo, em função de seu 'estilo' pessoal. Não é o seu 'ser', mas seu 'ser no mundo' – variável conforme as situações" (p. 126).

Focando nosso olhar apenas no primeiro conceito, podemos observar que diferentes campos possibilitam diferentes formas de "ser adolescente": a condição socioeconômica da família, os hábitos, o contexto sociocultural, a religiosidade são fatores do campo que irão afetar o adolescente e promover modos diferentes de ser e estar no mundo. Segundo Becker (1994), "uma criança pobre, por exemplo, será empurrada para a vida adulta muito mais precoce e abruptamente do que um jovem de uma classe mais privilegiada, que pode prolongar sua adolescência indefinidamente" (p. 13).

Assim como têm feito a televisão e a imprensa, pensamos ser interessante discutir a adolescência neste início de século porque ela continua a se iniciar na puberdade, mas tem se prolongado indefinidamente, sem data fixa para acabar. Este não era o padrão do século XX, quando adolescência era considerada a etapa de desenvolvimento humano que se iniciava na puberdade e terminava na idade adulta, momento em que o jovem assumia responsabilidades como ingressar no mundo do trabalho e/ou casar. Corso (1999) afirma que estamos vivendo em um admirável mundo *teen*, uma época em que não há conflito de gerações, pois, diferentemente das gerações

anteriores, que se opunham aos pais em tudo, os adolescentes de hoje cultuam os mesmos valores destes.

Vivemos em um campo onde o sistema econômico, totalmente voltado para o consumo, através da propaganda, influencia as diferentes gerações, que vestem as mesmas roupas, frequentam os mesmos lugares, e possuem desejos semelhantes, quaisquer que sejam sua idade, classe e nível cultural. O marketing, uma ferramenta bastante utilizada pelas empresas no mundo capitalista, está unindo em um só mercado consumidor três gerações. Podemos observar avôs, pais e filhos entrando em um processo onde as fronteiras de contato são tão permeáveis que quase não há distinção entre eles. É como se diferentes gerações produzissem um mesmo sentido para o que se apresenta no campo.

Embora cada pessoa possua sua individualidade, podemos observar que a sociedade contemporânea tem unificado interesses e desejos, especialmente quando se trata da busca do prazer: um sem número de adultos e adolescentes vivem, igualmente, em busca da satisfação imediata. O hedonismo que, segundo o dicionário de filosofia de Abbagnano (1999) indica a procura indiscriminada do prazer, passou a ser um valor cultuado por todos. Se antes esta busca pelo prazer imediato era marca da adolescência, hoje passou a ser um estilo de vida também para muitos adultos. Até meados dos anos 1960 os adolescentes tinham como ideal se tornarem adultos, pois nessa fase estariam com melhores condições (financeiras e pessoais) para viver e desfrutar a vida. Neste início dos anos 2000 vemos muitos adultos querendo retornar à adolescência e viver com liberdade e sem responsabilidades.

Como afirma Iwancow (2005), adolescentes, jovens e adultos se apresentam hoje como “ciclos geracionais que se comportaram de forma distinta em atitudes e reivindicações, que cresceram em diferentes contextos e que interagem hoje no mesmo ambiente social. Competem em tamanho e em poder de consumo. O que nos faz pensar que os limites biológicos da idade estão sendo desafiados e que a linha que separa a juventude da maturidade está sendo redesenhada”. (p. 7)

Esta nova geração, que vai dos 20 aos 70 anos, vem sendo estudada sob os conceitos adultescente e grups. A palavra **adultescente** é um neologismo que integra as palavras adulto e adolescente. O termo foi registrado pela primeira vez em 1996, se referindo a um adulto que não quer deixar de ser adolescente. O termo adultescente aparece no Glossário para os Anos 90, de David Rowan, como a “pessoa imbuída de cultura jovem, mas com idade suficiente para não o ser. Geralmente entre os 35 e os 45 anos, os adultescentes não conseguem aceitar o fato de estarem deixando de ser jovens”. **Grups** é um neologismo que condensa a expressão *Grow up*, ou seja, passar da infância para a idade adulta. Este termo aponta para a unificação das gerações no estilo de vida e comportamentos apresentados, colocando na mesma geração jovens e adultos, dos 20 aos 70 anos, um grupo que se diferencia apenas das crianças e dos idosos.

Como profissionais de base fenomenológica, precisamos descrever aquilo que se mostra para tentar compreender sua essência. Nesta linha de raciocínio, vemos que esta nova sociedade se revela como um campo com muitas opções de consumo, criando desejos não somente nos adolescentes, mais vulneráveis às influências externas em função de sua fase do desenvolvimento, de afirmação do eu, mas também nos adultescentes, que passam a aspirar para si o que antes era próprio da adolescência. Nos dias atuais, muitos adolescentes, jovens e adultos seguem os mesmos padrões de conduta, a mesma forma de vestir e vivem em função do cuidado com o corpo. Frequentando diariamente as academias de ginástica, se confundem em um só grupo que busca um corpo "sarado", músculos definidos e barriga "tanquinho". Independentemente da idade, estes frequentadores de academias chegam a passar, diariamente, até três horas "malhando" o corpo. Este fato nos leva a pensar que as forças do campo em que vivem se tornaram muito similares, produzindo comportamentos semelhantes.

Como seguidores do culto ao corpo, adolescentes e adultescentes voltam-se para as cirurgias estéticas. Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, o Brasil está entre os países que mais realizam cirurgias plásticas por ano. Cirurgias da face, lipoaspiração, lipoescultura, redução, suspensão e principalmente aumento das mamas, são as mais procuradas. O padrão de beleza de seios fartos, que era próprio da cultura americana, tem levado adolescentes brasileiras a pedirem aos pais algumas gramas de silicone como presente de aniversário.

As novas forças de campo da sociedade contemporânea também trazem impactos para a educação. Observa-se o retorno dos adultos aos bancos escolares, em busca de um diploma universitário ou de uma pós-graduação, motivados pelas exigências de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo. É nas faculdades que uma vez mais se vê reunidas mais de uma geração, com idênticas demandas e preocupações. Não raro, é possível ver pais e filhos recebendo o diploma de graduação na mesma cerimônia, partilhando a mesma alegria de terem vencido um desafio em suas vidas.

Diante destas evidências, devemos concordar com Rocha e Garcia (2008) ao afirmarem que a adolescência foi elevada a ideal cultural contemporâneo. Segundo as autoras "articulando as práticas sociais da cultura do consumo e a transformação da adolescência em bem de consumo e estilo de vida, fica fácil concluir que a adolescência foi elevada a ideal cultural". (p. 627)

Que impactos este novo ideal traz para a sociedade? Com ele os adolescentes fortalecem sua autoestima e sentem-se empoderados para questionar e criticar tudo. Pais e professores despem-se de sua autoridade e colocam-se no mesmo nível dos adolescentes, fazendo vir à tona alguns problemas. Em espaços sociais contemporâneos como shoppings, parques, escolas e igrejas, podemos observar adolescentes sem limites, querendo impor a qualquer preço suas vontades. Preocupados em não criar "abismos" de comunicação, "rachaduras" nas relações de afeto, ou mesmo serem tidos como autoritários, alguns pais e professores de hoje não sabem dizer não. Alguns abrem mão de sua responsabilidade na educação dos filhos, transferindo este papel para as

escolas. Pais e professores, figuras de identificação por excelência, responsáveis pela educação e desenvolvimento de crianças e adolescentes, deixam de ser referência.

E o que mais podemos observar? Alunos, pais e professores envolvidos na mesma turbulência de valores que se contrapõem na atualidade: Ética ou Sobrevivência? Conteúdo ou Forma? Individualismo ou Coletivismo? Desenvolvimento Econômico ou Preservação da Natureza? Os consultórios de psicologia recebem inúmeros clientes que trazem ao processo psicoterapêutico estes questionamentos, suas dificuldades para responder adequadamente ao mundo que os rodeia e sobre escolhas que muitas vezes não são suas.

Algumas escolas se veem diante de uma nova geração de adolescentes que não apenas exige professores mais capacitados, mas com profundo conhecimento da disciplina, habilidades didáticas, bom relacionamento interpessoal, boa escuta das demandas dos alunos além de controle emocional.

Podemos constatar que algumas instituições de ensino se transformaram em empresas que devem dar lucro, que alçam o aluno adolescente à posição de cliente. Os adolescentes deixam de ser vistos como indivíduos que precisam de orientação para desenvolver suas várias dimensões de contato: física, espiritual, afetiva, social e racional (Ginger, 2007). Na lógica do capitalismo, são clientes com direitos de consumidor, com exigências que precisam ser atendidas sob o risco de serem perdidos para a concorrência. Neste contexto, um paradoxo se instala: como ter tempo para o diálogo permanente nas escolas quando o conteúdo extenso das disciplinas precisa ser dado e absorvido pelos alunos para que fiquem aptos a tirar boas notas e passar no vestibular?

Outro espaço de poder foi dado aos adolescentes com a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA, aprovado pela Organização das Nações Unidas em 1989. Se, por um lado, o estatuto defende os seus direitos, em alguns momentos é utilizado sem se medir as consequências: algumas crianças e adolescentes são afastados do convívio familiar e colocados em instituições públicas, porque houve uma denúncia à Delegacia da Infância e Adolescência sobre abuso em suas casas. Seria esta a melhor opção? Tirar uma criança de um campo já conhecido, onde de alguma forma obtém suporte para sua vida, para colocá-la em uma instituição onde é apenas um número, sem preparação, sem contatos afetivos, onde o diálogo é quase inexistente?

Chegamos então a uma constatação: a atual cultura do hedonismo, do “ter” e da entronização da beleza tem trazido novos conflitos para a sociedade. Esta realidade confirma o que dizia Perls (1966): “ninguém é autossuficiente, o indivíduo só pode existir num campo circundante. É, inevitavelmente, a cada momento, uma parte de algum campo. Seu comportamento é função do campo total, que inclui a ambos: ele e seu meio”. (p. 31)

Como profissionais voltados para o ser humano, precisamos estimular a reflexão acerca dos valores hoje difundidos na sociedade, repensar o papel dos

pais, educadores e legisladores. Devemos trabalhar com a conscientização das pessoas em relação às suas responsabilidades, considerando responsabilidade "não de uma forma moral, mas como a habilidade da pessoa para assumir como realmente seus os comportamentos e sentimentos referentes ao seu momento de vida" (Karwowski, 2008, p. 122). Devemos criar grupos de discussão para refletir sobre o papel de cada um na sociedade contemporânea e o sobre o futuro que nos espera.

O papel do gestalt-terapeuta é facilitar a *awareness* do cliente de modo a ajudá-lo a ajustar-se de forma saudável ao seu meio. A*wareness* é "um processo de estar em contato vigilante com o evento mais importante do campo indivíduo/ambiente, com total apoio sensorimotor, emocional, cognitivo e energético" (Yontef, 1998, p. 215). Parafraseando Ginger (2007), precisamos ajudar as pessoas a reelaborarem seu sistema individual de percepção e representação mental.

Desta forma, devemos criar espaços de acolhida, estimular o respeito à individualidade, para que as pessoas possam encontrar-se, criar autossuporte e autoestima, fazer suas escolhas conforme sua vontade, trilhar o próprio caminho, ajustando-se criativamente ao seu meio. Precisamos olhar as pessoas e o mundo em sua totalidade e estabelecer com elas um diálogo genuíno, sem pré-conceitos ou *a prioris*. Como o gestalt-terapeuta é seu próprio instrumento de trabalho, é preciso também que estejamos sempre nos desenvolvendo como profissionais e pessoas, atualizando-nos para dar conta da demanda que hoje se apresenta.

REFERÊNCIAS

BECKER, Daniel. **O que é adolescência**. Coleção Primeiros Passos. 13 ed. SP: Brasiliense, 1994.

CORSO. Mário. Admirável mundo teen. In: **Congresso Internacional de Psicanálise e suas Conexões. Tomo II. O adolescente e a modernidade.** RJ: Companhia de Freud, 2000.

GINGER, Serge e Anne. **Gestalt – Uma terapia do Contato.** SP: Summus, 1995.

_____. **Gestalt – A arte do contato.** RJ: Vozes, 2007.

IWANCOW, Ana Elisabeth. **A cultura do consumo e o adultescente**. Trabalho apresentado ao NP 21. Comunicação e Culturas Urbanas. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R2017-1.pdf. Acesso em 2009.

KARWOWSKI, Silverio. **Gestalt-terapia e Fenomenologia.** SP:Livro Pleno, 2008.

PERLS, Fritz. *A* **Abordagem Gestáltica e Testemunha Ocular da Terapia**. 2ª. Ed. RJ: Guanabara, 1988.

ROCHA, Ana Paula R.; GARCIA, Claudia A. **A adolescência como ideal cultural contemporâneo.** In: Psicologia, Ciencia e Profissão, set. 2008, 28 (3), p.622-631.

YONTEF. Gary M. **Processo, Diálogo e Awareness – ensaios em Gestalt-Terapia.** SP: Summus, 1998.

Endereço para correspondência

Nara Teixeira Soares de Lira

E-mail: nara2310@yahoo.com.br

Recebido em: 02/09/2009.
Aprovado em: 07/03/2010.