



OS JOVENS E O MUNDO ATUAL

Neste estudo estaremos colocando alguns textos e dados de pesquisa encontrados em pesquisas realizadas pela internet sobre o contexto no qual o jovem de hoje em dia , é um dado de uma fonte , mas que lendo verifica-se realmente o contexto de nossa mocidade.

E tal texto nos servirá de apoio para papearmos sobre:

- 1- O Enfoque do texto está correto? por que?
- 2- Como inserir a Doutrina Espírita neste contexto?
- 3- De que forma nos conduzir mediante o chamado atrativo do mundo?
- 4- Como inserir atividades junto a tantas outras mais dinâmicas, de mais movimento?
- 5- Como pais , dirigentes de mocidade e evangelizadores podem acompanhar esse processo?
- 6- O Jovem espírita é diferente? por que?
- 7- Estaria ele meio excluído se tiver uma conduta diferente?
- 8- A criança tb entraria nesse contexto diante do irmão mais velho, do primo, dos vizinhos, etc.. como conduzi-la para maior conscientização de tudo que as rodeia?
- 9- Qual o papel dos pais, dos dirigentes de mocidades, dos evangelizadores diante desse mesmo contexto?
- 10- Qual o papel da mídia nesse contexto e qual a ação , movimento, forma que pais, dirigentes de mocidade , evangelizadores devem ter para com tal contexto?

Essas são apenas algumas indagações que podem ser feitas na leitura do texto, e é um bom exercício para irmos verificando qual o caminho e qual a movimentação que temos feitos para realmente passar aos nossos jovens um teor de "Ser".

Texto de apoio:

Contexto: cultura do jovem e adolescente.

Cultura

1) Introdução:

Os adolescentes hoje em dia têm muito mais para fazer, mas não foi sempre assim.

De alguns anos para cá é que as boites começaram a abrir suas portas para os menores de dezoito anos, em animadas matinês batizadas de "mingaus dançantes", o sucesso desse tipo de programa foi imediato. Assim então os adolescentes passaram a ter acesso a um mundo agitado de diversão até então exclusivo de seus irmãos mais velhos.

Porém não é só a discoteca que diverte a garotada, os barzinhos e restaurantes também são uma alternativa de diversão para "zoar" com os amigos.

Hoje, para uma considerável parcela da juventude brasileira, nas grandes cidades principalmente, os embalos vespertinos foram substituídos pela badalação noturna. A meninada sai de casa cada vez mais cedo, em termos de idade, e chega em casa de volta desses programas cada vez mais tarde. Se os

adolescentes moram em cidade grande, existe o perigo de assalto, a violência urbana, o trânsito caótico; já se os adolescentes moram no interior, a falta do que fazer é o que preocupa, visto que são realizados pegadas e rachas organizados pelos mesmos para animar a vida.

Outro ponto de vista é que muitos dos boêmios precoces trocaram o guaraná dos mingaus dançantes, por cerveja, tequila e outras bebidas fortes.

Afinal, a noite é uma criança, agora freqüentada por gente que pode se enquadrar nessa classificação.

2) O planeta teen em linhas gerais

Eles se acham engraçados e originais. Confiam em si mesmos e desconfiam dos políticos até a ponta do cordão cuidadosamente desamarrado do tênis. Querem terminar os estudos, ter sucesso na carreira. O dinheiro não é tudo, mas contam com uma vida confortável, uma boa casa, uma família feliz. Adoram televisão, ouvem pirâmides intermináveis de cds, saem muito com os amigos. Não estão com cabeça para reflexões filosóficas. Usam jeans e camiseta, bem descontraídos e de preferência com boas etiquetas. Devoram hamburgers e dedilham computadores com presteza.

Qualquer pessoa pode identificar nessas condições um retrato dos jovens que inundam os shoppings e engarrafam o trânsito na saída de colégios de classe média e estará certa. Jovens brasileiros? Acrescentem-se à lista americanos de todas as origens étnicas e homogêneos tailandeses, argentinos, egípcios e franceses, russinhos para os quais o comunismo não é mais nem um retrato na

parede, coreanos expeditos, ingleses, alemães. O planeta teen, com todas as diferenças nacionais, é hoje extraordinariamente parecido, numa escala como já mais se viu antes.

Goethe, os jovens de diversos países estavam unidos pelo arrebatamento romântico, mas diferiam na maneira de se comportar, de vestir, de imaginar o futuro. Muita coca-cola rolou debaixo da ponte, e hoje, às vésperas do terceiro milênio, as diferenças praticamente desapareceram. Pela primeira

vez na História da Humanidade, existe uma geração que, em escala planetária, sob o bombardeio de uma onipresente indústria cultural e com extraordinário acesso à informação, sente, ouve e vê as mesmas coisas.

Quem viajou ao exterior ou simplesmente assistiu um filme americano com personagens adolescentes certamente tem uma percepção desse fenômeno. É impressionante verificar como, no território adolescente, a globalização é mais do que um blablablá de futurólogos.

A globalização se dá sob o arrasador poder de fogo da cultura americana.

Feche os olhos e tente imaginar a quantidade de jovens que, neste exato momento, em todo o planeta, estão ouvindo a banda Green Day, pensando em dar uma volta para comer um Big Mac ou comentando o filme Pulp Fiction. Os jovens de classe média alta demonstram uma impressionante unanimidade de aspirações. Não estão interessados em expressar rebeldia nem em deflagrar

movimentos de contestação. A preocupação com o meio ambiente, martelada desde a infância nas cabecinhas desta geração, não consta da lista de prioridades nem de 50% dos adolescentes.

Independentemente da latitude em que vive o jovem global é dono de uma autoconfiança que beira a arrogância. O jovem tem muita confiança no seu potencial, isso é bom porque lhe dá mais força para lutar por suas metas.

Essa auto confiança quase delirante, é agora acompanhada por uma marcante preocupação com a morte. O banditismo nas grandes cidades e os vírus letais assombram cada vez mais as cabecinhas em formação, em meio a um clipe do Cranberries e a uma jogada sensacional do Shaquille O`Neal. Entre as

preocupações mais intensas relacionadas ao assunto, registradas no total, estão a saúde dos pais, a própria, a AIDS e, principalmente, perder quem ama.

Na década de sessenta, os pais do jovem global provavelmente não acreditavam em ninguém com mais de trinta anos. Mas agora a história é outra: os filhos mostram que o conflito de gerações passa por uma fase de baixa intensidade.

O que os jovens querem, receiam e esperam da vida. Ninguém é de ferro.

Terminar os estudos 72%

Assistir à televisão 77%

Ter sucesso na carreira 70%

Ficar com os amigos 73%

Ser um adulto feliz 60%

Ouvir fitas/discos/CDs 66%

Fazer faculdade 64%

Ouvir rádio 81%

Encontrar um bom emprego 71%

Assistir a filmes em casa 53%

Ter uma boa casa/apartamento 59%

Ler revistas 54%

Ter dinheiro, viver c/ conforto 63%

Ir ao cinema 51%

Despertar muito orgulho em minha família 61%

Estudar 58%

Casar 53%

Fazer compras 42%

Viver num mundo pacífico 58%

Ler jornais 42%

Ajudar os outros 58%

Ler livros 42%

Ter filhos 47%

Comer num fast food 33%

Encontrar alguém para amar 57%

Shows de música 39%

AIDS 57%

Passear de carro 43%

Não ter dinheiro suficiente 43%

Teatro, balé ou ópera 16%

Ser rico 23%

Meio ambiente 25%

Ser vítima de crime 33%

Entrar para o governo 3%

Ser rebelde 3%

3) O planeta teen de forma geral:

Na encruzilhada do desejo de um mundo mais equânime e da impotência, ou desinteresse em desfraldar bandeiras de luta, mora o individualismo. Operfil de consumo dos jovens é um claro indício de como as coisas caminham.

Hoje ele quer ter a sua própria televisão, o seu computador, o seu carro.

Isso é expressão do individualismo exacerbado que tomou conta de todos. Vai longe o tempo em que os adolescentes falavam com orgulho do carro do pai.

Se na década de oitenta alimentou os sonhos megalomaniacos da geração yuppie, os anos noventa indicam uma forte tendência para o despojamento; mas de um tipo curioso. O jovem global não quer ficar rico mas deseja ter uma vida confortável. Só que este conforto, é representado por bens de consumo sofisticados, do computador com recursos multimídia de vigésima geração até o celular mauricinho. Ou seja, trata-se de um despojamento típico de

quem é capaz de gastar um razoável punhado de reais para comprar uma calça jeans displicentemente rasgada.

A aparente liberdade de escolha dos adolescentes da classe média, as voltas com uma infinidade de possibilidades geradas pelo bem-estar material, na verdade esconde um intenso processo de massificação e inculcamento de valores conservadores, que no passado ganhou nome de alienação e hoje ganhou nova roupagem, a da globalização. O jovem de hoje é o que o capitalismo sempre sonhou. Eles têm de estar dentro de uma das fôrmas criadas pela indústria cultural para serem considerados normais. A globalização da juventude é extremamente interessante às agências de publicidade e aos

oligopólios, a massificação é muito conveniente para eles sob todos os aspectos. Vender um carro, um CD ou um refrigerante que são apreciados pela garotada, certamente tem inúmeras vantagens do ponto de vista da produção. O processo de globalização, no entanto, ultrapassa as linhas de montagem ou a

formação de mercados; e encontra nos jovens o terreno ideal. A globalização, operada sobre tudo via televisão, coincide como uma luva com a dinâmica do adolescente, que tem entre suas principais características o desejo de controlar o mundo. Através da televisão, o jovem tem a sensação de estar

presente a todos os eventos, mas isso não significa necessariamente ser consciente, processar toda a informação até chegar a uma visão coerente do mundo. Ele até pode ser solidário com a causa defendida por Nelson Mandela, mas dificilmente sabe o que se passa na favela localizada a um quarteirão de sua casa.

Mais do que o jovem do passado, o adolescente sabe o que quer. Ele busca incessantemente as informações que lhe são úteis, embora elas sejam muito fragmentadas pelos meio de comunicação.

Curtir filme ruim, música vagabunda e programa de índio vira moda entre os jovens brasileiros, que elegem como ídolos os ultra-imbecis Beavis e Butt-head. Está se disseminando no Brasil a cultura do lixo, também conhecida como cultura trash. Na lixocultura, é de bom-tom falar mal da ecologia, dos que malham o corpo ou dos que são politicamente corretos. A cultura lixosa ganha adeptos capazes de fazer com que seus ídolos ganhem dinheiro com isso. Um dos músicos pop brasileiros mais bem sucedidos de um passado-presente, compunha música ruim de propósito: eram os Mamonas Assassinas. A cultura lixo não está aí para enriquecer espíritos, enaltecer o belo ou denunciar as mazelas sociais. Ela faz o elogio da bobagem, da burrice e da cretinice. E tem com objetivo tornar mais explícitos a boçalidade, a idiotice e o grotesco que estão em volta. Feita em sua maioria por jovens, num esquema alternativo e artesanal, a cultura do lixo joga pizza no estabelecido, de Hollywood à vanguarda oficial. A cultura trash é típica dos adolescentes que ainda não têm uma identidade própria e rejeitam a dos pais, dizem sim ao mau gosto apenas para negar o bom gosto. A intenção é criar uma contracultura, e principalmente zinear.

Ao promover o elogio do lixo, os jovens foram cavucar no passado. E o que foi encarado como comédia entrou para o gênero lixo. Assim os jovens encontraram aliados no público quarentão, que se descobriu saudosista dos antigos seriados de TV e dos personagens das matinês do cinema.

Faz parte do ideário da lixo-cultura especializar-se numa determinada bobagem: saber tudo sobre jornada nas estrelas, por exemplo, até saber falar o idioma de Klingon, e encher a paciência do próximo com esse conhecimento inútil.

Há trash também na televisão, desde agosto de 1995, o eurochannel, canal da TVA, exhibe o programa eurotrash; onde a ordem é ser cretino.

Com suas esquisitices bem humoradas e a ausência de bandeiras, a lixi-cultura, nova manifestação da rebeldia adolescente, expressa a pobreza espiritual e existencial da indústria cultural. Só expressa, sem advogar nada além da diversão superficial.

(fonte: site do colégio bahienense)