

Sob o Arquétipo do Puer: Juvenilização, Comunicação e Consumo na Cultura Contemporânea

Jorge Miklos¹
Andreia Perroni Escudero²

Resumo

Este artigo tem por objetivo refletir sobre as novas formas de consumo na cultura midiática contemporânea. Partimos da premissa que muitos adultos contemporâneos (principalmente os que vivem nas grandes megalópoles) possuem hábitos, crenças e valores juvenilizados. A mídia exerce um papel central na criação de padrões juvenis que servem como referências para adultos, incentivando uma demanda por produtos que assinalam essa tendência. Para compreender esse padrão cultural, optamos por uma análise que caminha na interseção entre as Ciências da Comunicação e a Psicologia Analítica enfocando a análise dos aspectos arquetípicos do *puer aeternus* (a eterna criança). Esses aspectos acabam refletidos nos conteúdos midiáticos e nos processos de identificação e projeção que atuam nos indivíduos hodiernos.

Palavras Chave: Cultura Midiática; Consumo; *Puer Aeternus*.

Abstract

This article aims to reflect on new ways of consumption in the contemporary media culture. From the premise that many contemporary adults (mainly those who live in the great cities) have youthful habits, beliefs and values. Media has an important role in the creation of young patterns that are references for adults, encouraging a demand for products that highlight that tendency. To understand this cultural pattern we opted for an analysis that goes through the intersection between the Communication Sciences and the Analytic Psychology focusing the analysis of the archetypal aspects of the *puer aeternus* (the eternal child), those aspects reflect on the media contents and in the identification and projection processes that act on the modern individuals.

Key Words: Media Culture, Consumption, *Puer Aeternus*.

Artigo recebido em: 28/02/2015

Aceito em: 23/06/2015

1 Doutor em Comunicação e Semiótica e Mestre em Ciências da Religião pela PUC/SP. Graduado em História e Ciências Sociais. É professor titular do PPG em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP-SP) e pesquisador do Grupo de Mídia e Estudos do Imaginário (UNIP), do MIRE - Mídia, Religião e Cultura (UMESP).

2 Possui graduação em Publicidade e Propaganda com ênfase em marketing pela Faculdade Anhembi Morumbi (1995), mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista (2007) e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2012). Atualmente é professora da Universidade Anhembi Morumbi.

Apresentação do Arquétipo

“*Puer Aeternus*” é a frase latina para “Eterno Jovem”. Segundo a conexão entre o arquétipo do *Puer Aeternus* e o comportamento de muitos indivíduos da contemporaneidade, que começou a ser analisada pela psicoterapeuta Marie-Louise Von Franz, que, em 1970, escreveu o livro *Puer Aeternus, A Luta do Adulto contra o Paraíso da Infância*. Baseada na psicologia junguiana, Marie-Louise Von Franz utiliza a nomenclatura *Puer Aeternus* para identificar indivíduos com um complexo materno acentuado, que em alguns casos acabam por apresentar características deste arquétipo. Segundo Franz:

Puer Aeternus é o nome de um deus da antiguidade. As palavras vêm de Metamorfoses de Ovídio e são aplicadas ao deus-criança nos mistérios eleusianos. Ovídio fala do deus-criança Iaco, dirigindo-se a ele como *Puer Aeternus* e cultuando-o em seu papel nesses mistérios. Posteriormente, o deus-criança foi identificado com Dioniso e com o deus Eros. Ele é o jovem divino que, de acordo com esse típico mistério eleusiano de culto à mãe, veio ao mundo em uma noite para ser o redentor. É o deus da vida, da morte e da ressurreição – o deus da juventude divina, correspondente aos deuses orientais Tamuz, Átis e Adônis. O título *Puer Aeternus*, portanto, significa “juventude eterna”, (grifo nosso) mas também o usamos para identificar certo tipo de jovem que tem um complexo materno fora do comum e que, portanto, comporta-se de certas maneiras típicas [...] (FRANZ, 1992 p. 9).

Marie-Louise von Franz considera que: “o homem que se identifica com o arquétipo *Puer Aeternus* permanece durante muito tempo como adolescente, isto é, todas aquelas características que são normais em um jovem de dezessete ou dezoito anos continuam na vida adulta” (FRANZ, 1992, p. 9). Uma síndrome contextual na qual a juventude resiste no indivíduo adulto, que não é capaz de abandonar os sonhos e as fantasias da adolescência.

Podem ser inúmeras as características da pessoa afetada pelo complexo do *Puer Aeternus*, contudo, acreditamos que algumas estão enraizadas na própria cultura contemporânea e remetem ao *zeitgeist* (espírito do tempo), com todas as vantagens e desvantagens inerentes às mudanças. Como sabemos, a fronteira entre o que pode ser considerado normal ou patológico é muito tênue.

O emergir do indivíduo *Puer Aeternus* na Pós-Modernidade

“Adultos assim (*pueri*) sempre existiram, mas as culturas variam na medida em que estimulam ou desestimulam esse padrão caractereológico” (POSTMAN, 1999, p. 113).

A pós-modernidade apresentou-se como fator preponderante para que o arquétipo *puer aeternus* emergisse trazendo de forma contundente esta juvenilização³ do adulto contemporâneo, tão facilmente identificável no meio social, no meio artí-

³ “A juvenilização corresponde a um retardamento ontogênico, isto é, “ao prolongamento do período biológico da infância e da adolescência, e mesmo a uma falta de acabamento ontogenético, isto é, a falta de acabamento na substituição das características juvenis pelas adultas”. (MORIN, 1985, p. 83).

sítico, entre personalidades da política, do esporte, da música, entre amigos e familiares de cada um de nós.

Fisiologicamente falando, esta juvenilização justifica-se, por exemplo, se traçarmos um paralelo entre a sociedade em que os primeiros hominídeos estavam inseridos até a sociedade atual, tendo em vista o desenvolvimento vertiginoso do conhecimento necessário para a sobrevivência. Fala-se, então, de memória, de possibilidades associativas das mais variadas, de aptidões para tomada de decisões e para encontrar soluções nas condições mais diversificadas que levaram o cérebro humano a sofrer uma reorganização sistêmica para dar conta de tudo isto (conforme conceito sobre a “Complexidade” de Edgar Morin). Pode-se dizer que do alargamento cerebral surgem a superioridade técnica, social, cultural, etc. que se vive atualmente.

Assim, se levarmos em conta que a vida sociocultural é progressivamente mais complexa, pode-se dizer que o período necessário para que o indivíduo se prepare para esta realidade é mais longo. O prolongamento da infância ou a lentidão do desenvolvimento ontogenético favorece o aprendizado, o desenvolvimento intelectual além da transmissão da cultura. Por tudo isso, há a necessidade de uma infância longa, para integrar as estruturas socioculturais, permitindo o desenvolvimento cultural e afetivo do indivíduo. Daí, temos a individualização dos cuidados com a criança, que cada vez mais é recoberta por carícias e atenções, na maior parte das vezes excessiva.

[...] a complexidade sociocultural faz pressão a favor de toda a mutação genética que venha retardar o desenvolvimento ontogenético da criança ‘o qual, no *sapiens*, demorará 13 anos a completar-se’. [...] o atraso do desenvolvimento ontogenético tende a manter nos adultos traços infantis ou juvenis, ou mesmo a deixar o processo inacabado [...] (MORIN, 1985, p. 82).

Por inacabado, entende-se que depois de finalizado o processo de infância e juventude o cérebro continua a buscar aprendizado, através de novas emoções, conhecimento, sensações, profissões etc. Daí surge o termo “juvenilização⁴”. Suas contribuições são o prolongamento da infância e penetração do universo adulto na juvenilidade. Assim, este adulto pode apresentar gosto por brincadeiras, interrogações das mais variadas, entre outros aspectos que acabam por integrar-se coletivamente. O homem pode não ser jovem fisiologicamente falando, porém, o é pelo “espírito” que apresenta. No momento de tomar decisões conta com a bagagem de uma vida já parcialmente vivida juntamente com uma pré-disposição de imaginar soluções inusitadas.

Um reflexo desta nova postura está na quantidade de pessoas que decidem começar uma nova vida profissional após os 50 anos. Conforme a matéria “A Aurora dos Cinquentões”⁵, os brasileiros entre 45 e 54 anos que se encontravam administrando

4 “A juvenilização da espécie é uma juvenilização cerebral, quer dizer, a potencialidade de uma inteligência e de uma sensibilidade jovem no adulto e até no velho”. (MORIN, 1985, p. 83)

5 Revista Veja de 09/07/2008, Ed. 2.068, p. 88-100.

negócios em estágio inicial totalizavam 7% em 2001 e hoje está em torno de 20%. Já os que optam por formação universitária após os 50 anos, em 2000 totalizavam 8.700 pessoas e hoje o número está em torno dos 20.000. Com relação à vida sentimental, não é diferente. Em 1997 os homens que se casavam depois dos 50 totalizavam 26.846 e em 2006 o número chegou a 57.079. Já as mulheres, 12.742 e 29.467 respectivamente.

Porém, além dos fisiológicos, os fatores sociais foram essenciais no processo. A evolução da modernidade tardia e de suas práticas contribuiu, por exemplo, para um desencantamento no que diz respeito ao sistema, tendo em vista que as esperanças de um mundo melhor, semeadas na modernidade, foram frustradas logo em seguida. Este desencantamento é percebido globalmente, bem como a crise de conceitos fundamentais ao pensamento moderno.

Bases incontestáveis como família (patriarcado), ciência e religião são colocadas em cheque. Com isso, esse indivíduo dá-se conta de que, por maiores que fossem as mudanças do contexto, as que ocorreram dentro de si apresentavam proporções ainda mais intensas, pois ele não era mais o mesmo e suas verdades não eram absolutas, suas crenças apresentavam-se duvidosas, não partilhava mais o mérito de suas conquistas com uma comunidade, assim como os fracassos eram só seus. A idade também não lhe assegurava estabilidade, respeito e sabedoria, tendo em vista a necessidade de construção permanente.

Gradativamente, começa-se a perder seus principais vínculos e os métodos de trabalho o afastaram até da natureza. “A moderna humanidade se vê em meio a uma enorme ausência e vazio de valores, mas, ao mesmo tempo, em meio a uma desconcertante abundância de possibilidades.” (BERMAN, 1986, p. 21).

A falência do patriarcado e das grandes narrativas, a falta de uma linha mestra a seguir, fez com que este sujeito se tornasse mais inseguro, afetando sua capacidade de decidir sobre o que é melhor, dentre as inúmeras opções trazidas pela contemporaneidade.

Atualmente, é raro encontrar na sociedade ocidental casamentos arranjados, e a pressão de pais escolhendo a carreira dos filhos já é bem menor. Assim, se o indivíduo errou nas escolhas mais importantes de sua vida, como relacionamentos e profissão, tem a dura consciência de que errou sozinho, pois não há quem culpar, e o peso da frustração e a total responsabilidade por sua própria felicidade é muito grande. Esta seria outra vertente para explicar-se o fato de que: “estar adolescente é um traço normal da vida adulta moderna. É uma maneira de afirmar a possibilidade de ainda vir a ser outro” (CALLIGARIS, 1998).

Tanta permissividade pode ser tão assustadora quanto as grandes limitações. Prova disso é a explosão nos últimos anos da religião em meios como internet e televisão.

As seitas oferecem à demanda popular o que nossas democracias e nossas organizações políticas não podem mais propor, mas do que conservam a nos-

talgia: um mestre! Eis o que elas oferecem: um mestre um patrão, um guia [...] alguém que permite à [sic] você não mais se confrontar com a dúvida, com a escolha, com a responsabilidade, que alivia você da existência. Você tem apenas que segui-lo, obedecê-lo. (MELMAN, 2003, p. 166).

As igrejas neopentecostais, por exemplo, contribuem para a ratificação de um indivíduo mais pueril na medida em que seu discurso tende a tirar de seus seguidores a culpa pelos seus erros e derrotas (negação de responsabilidade), direcionando-os a entidades “malévolas” que interferem negativamente em suas vidas. Direcionam os fiéis, através da Teoria da Prosperidade, pelos “melhores caminhos a serem seguidos”. Neste sentido, as tele religiões prosseguem, prometendo prosperidade e um porto seguro. Se comparadas às vantagens que o fiel teoricamente adquire com o esforço por ele empreendido, no caso acompanhar os cultos (do sofá) e contribuir financeiramente com a causa, a relação é realmente atrativa:

Marcando sua presença no rádio e na televisão, essas igrejas fizeram e faz muito barulho, prometendo curas, saúde financeira e sucesso nas relações amorosas. ‘O filho de Deus não deve e não pode passar necessidades’ é a sedutora mensagem do que se convencionou chamar de ‘Teologia da Prosperidade’ (KLEIN, 2006, p. 19).

A “reinvenção” do sagrado e de suas imagens na pós-modernidade contempla diversas características *pueri*: padres e pastores dançarinos, surfistas, esportistas de uma forma geral: jovens de espírito e lançadores de modismos, livros, CDs, shows, etc.

Um bom exemplo do mundo religioso dentro do contexto juvenilizado seria o da Igreja Bola de Neve *Church* que conta com uma prancha de surf em seu altar, além de outros “adereços” em seus templos que seguem esta linha jovem esportista (tendas, quadros de jovens surfando – ao invés dos santos tradicionais, entre outros).

Se levarmos em consideração que, conforme Franz (1992), os *pueri aeternus* “geralmente estão à procura da religião autêntica, uma procura típica do final da adolescência” (p.12) há grandes possibilidades de identificação e uma consequente adesão a uma dessas crenças midiáticas neopentecostais. Além do que através das tele-religiões há uma minimização ou ausência de contatos e, conseqüentemente, de responsabilidades, de vínculos e cobranças.

Outro ponto de convergência que merece ser abordado com relação à estética religiosa e do indivíduo *puer* é o “não lugar”, já que, apesar de tratarmos de aspectos muito diferentes, o “não lugar” é premissa inerente a ambos.

Explicando melhor: Vários cultos televisionados têm como objetivo agregar fiéis e tele fiéis em um mesmo tempo, embora em espaços distintos. O termo “presença”, segundo Paul Virilio (1995), está intrinsecamente ligado à existência de um corpo próprio vivendo aqui e agora (p. 104).

Assim, é de difícil compreensão aceitar que pela televisão o indivíduo teria o mesmo contato com o sagrado que os demais fiéis, já que não há o aqui, apenas o agora. Sendo assim, esta interação entre o sagrado e o tele fiel aconteceria em um “não lugar”, resultando disso uma experiência religiosa modificada.

Um exemplo significativo é a bênção da água, onde o pastor pede que o telespectador coloque um copo na frente do televisor para ser abençoada. Raras são às vezes em que o programa é ao vivo. Sendo assim, o momento em que o pastor benze a água não é o mesmo em que o líquido é colocado na frente da TV.

O não lugar do “adultescente” também se refere à perda do aqui, intensificando-se o agora. Ele vive o momento efêmero, não se compromete, não quer relações duradouras e *transfere para o futuro um vir a ser ideal*, que na verdade dificilmente se realizará se não houver uma mudança em sua maneira de se relacionar com a vida. O não-lugar traz conveniência a ambas as partes: para a igreja por sua onipresença e para o “adultescente”, pela superficialidade dos vínculos que incide.

Assim, pode-se constatar que o formato atual das igrejas neopentecostais, e até da igreja católica carismática, está em sintonia com o comportamento e as necessidades *pueri*, facilitando tanto a identificação com seus mentores (relacionada à estética e ao comportamento) como a projeção dedicada aos grandes líderes⁶ (às vezes autocráticos às vezes democráticos e paternalistas⁷).

Aparentemente, este novo formato religioso propicia e acentua a tendência puer no indivíduo, por oferecer o que este necessita: a vinculação superficial, o sucesso material “imediatos” e um pseudolíder para a caminhada incerta.

Após termos analisado as características do adulto *puer*, o papel da pós-modernidade na ascensão e proliferação deste comportamento, juntamente com os novos formatos religiosos que apoiam suas necessidades e características, é imprescindível abordar alguns aspectos sobre a responsabilidade dos métodos sociais, de trabalho e de lazer propostos/impostos pelo sistema de produção capitalista, na disseminação do *puerismo* do homem contemporâneo, visando ao aumento do consumo, tendo a mídia papel fundamental neste processo.

A Sociedade do Consumo e o Tempo

Nunca na história os indivíduos tiveram diante de si uma quantidade tão grande de opções e possibilidades de escolha: produtos, estilos de vida, produções culturais, pertencimento a grupos (frágeis), identidades, religiões, etc.

6 Segundo Chiavenato (1983, p. 125), “liderança é o processo de conduzir um grupo de pessoas transformando-o em uma equipe que gera resultados. É a habilidade de motivar e influenciar os liderados de forma ética e positiva para que contribuam voluntariamente e com entusiasmo para alcançarem os objetivos da equipe e da organização”.

7 Liderança Autocrática “o líder fixa as diretrizes, sem qualquer participação do grupo” (CHIAVENATO, 2003, p. 125); Liderança Paternalista acontece quando o líder mantém relações interpessoais, semelhantes à de pai e filho. Liderança confortável para quem está sendo liderado, pois sempre há quem dê as diretrizes para realizar o negócio da melhor forma possível.

Este cenário apresenta várias consequências, entre elas uma tendência do sujeito à depressão, à intolerância ao que traz desprazer, à obesidade e ao tédio. As leis do “prazer acima de tudo” e “conforto como premissa da vivência”, disseminadas na contemporaneidade, fizeram com que surgisse também uma aversão ao que traz desprazer. Assim, criou-se uma hipersensibilidade à dor e a tudo o que a ela remete.

Um bom exemplo disto são as compras a crédito. Não se cogita mais juntar o dinheiro e só depois adquirir um bem, porque a ansiedade, o querer e não poder é formas de desconforto com as quais não gostamos e nem queremos lidar. O prazer tem que se dar no momento do desejo concebido, nem que para isto seja necessário gastar-se o que não se tem (característica bem adolescente). Devido à intolerância ao desprazer, eliminam-se as dificuldades do caminho, o que o sistema ajuda a fazer com maestria. Entretanto, a alegria da conquista vem na mesma proporção, sem grandes dificuldades ou prazeres, provocando um nivelamento das emoções, uma espécie de anestesia de emoções, cuja consequência é descrita por Konrad Lorenz:

Rigorosamente, é possível obter o prazer, sem o preço do trabalho rude e penoso, mas não *a centelha divina* da alegria. A crescente intolerância atual a respeito do sofrimento transforma os altos e baixos da vida humana, comandados pela natureza, em superfície artificialmente nivelada; das grandes vagas, com suas cristas e depressões, faz uma vibração a custo perceptível; da luz e da sombra origina um cinzento uniforme. Numa palavra, prepara o tédio mortal. (1992, p.43).

Esta reflexão é trazida justamente para fazermos uma conexão sobre uma das principais características do puer: o tédio. Se a conquista não trouxe a satisfação imaginada, logo já se foca uma próxima, o que provavelmente também não trará, porque a satisfação está ligada ao esforço empreendido e não a aquisição em si. Verifica-se assim, uma quantidade significativa de indivíduos entediados com suas vidas, porém em corrida desenfreada por significados onde não existem.

Paralelamente a isto temos as indústrias ditando qual será nossa próxima conquista: consumismo associado à felicidade. O “estado de felicidade” tem como principal parâmetro a conduta, forma de ser e de agir, representada pelos mitos midiáticos, em sua maioria muito jovens e bem sucedidos que, pela maneira como são construídos, remetem aos tipos ideais de beleza, simpatia, inteligência e juventude, incorporando a perfeição aparente, introduzindo-se como modelos do consumo para alavancarem as vendas de produtos.

Esse consumo de produtos e imagens que a sociedade industrial oferece é baseado na mitologia da felicidade, a qual, segundo Edgar Morin (1984, p. 125; 129) “é mito, isto é projeção imaginária de arquétipos de felicidade, mas é ao mesmo tempo ideia-força, busca vivida por milhões de adeptos”. Isto porque o estado pleno de felicidade não existe, sempre vai haver no contexto vivido ou até mesmo internamente, coisas que não permitem que esta experiência seja absoluta. Assim, através da infi-

nita busca pelo estado de felicidade ideal, muitos objetos podem aparentemente contribuir, porém, como neles se embutem apenas a “imagem” da felicidade, esta nunca é atingida, pelo menos não em estado absoluto, como é procurada.

Esta busca coletiva não remete mais à satisfação das necessidades e sim à satisfação dos desejos sempre crescentes, cujos objetos de aprazimento sofrem substituições vertiginosas. E atualmente, pode se dizer que um dos desejos coletivos mais evocados é aparentar juventude.

Nesta linha, já que o indivíduo *puer* não aparenta juventude pela idade cronológica e sim pelos adereços e comportamentos que adota, os meios de comunicação desenvolvem bem o seu papel de fornecer os estereótipos de juventude que mais agregam ao sistema. Não que haja poucos. Para cada estilo de vida, podem-se encontrar variações, afinal, o sujeito não pode sentir-se acuado nos padrões divulgados. Tem que se ter a impressão de que ele mesmo faz seu estilo. E na verdade o faz, porém dentro dos estabelecidos pelos meios.

Outro eixo muito importante nesta análise que colabora muito com este processo diz respeito à forma como a economia do espetáculo, através de seus métodos, midiáticos principalmente, conseguiu alterar a dimensão do tempo, de cíclico para pontilhista, no momento em que seduz o indivíduo a fragmentar ao máximo sua vida em “experiências” diferentes, muitas vezes desconectas, porém, que remetem a uma sensação de estar vivendo intensamente todas as possibilidades disponíveis.

O tempo é pontilhista porque há uma latente falta de coesão entre as experiências vividas pelo indivíduo, uma descontinuidade entre as fases de sua vida, seja pelas profissões variadas que exerce, pelas diferentes comunidades de amigos em que se encontra por hoje ser pai, ter família, e amanhã, após um divórcio, vestir-se de todo um comportamento juvenil para “aproveitar a vida e divertir-se, ‘tirar’ o atraso com relação aos anos de seriedade que o relacionamento e as responsabilidades lhe imputaram. Assim, vestem “fantasias da infância tardia” ou assumem seus hobbies: ser um *Treker* (fantasiando-se como um dos protagonistas da série Jornada nas Estrelas) hoje e amanhã vestir-se como um personagem de Mangá, ou ainda ser um Cover de Elvis e fazer um curso de chefe de cozinha.

A vida deste indivíduo é como a obra pontilhista, se vista de perto não faz sentido, já que o que se vê é uma infinidade de pontos independentes, sem conexão entre si.

Seu tempo de vida acaba fragmentado em instantes eternos, que podem ser mais intensos ou não, infinitos em possibilidades, como os sugeridos por empresas de intercâmbio para pessoas adultas: cansado da rotina, precisando de um *up grade* na carreira? Mude sua vida hoje, trabalhe/estude em outro país. Ou mesmo os chats de relacionamento que propõem variedade e intensidade nos diferentes tipos de relacionamentos e desligamento rápido, se necessário.

A ausência da cronologia e a transformação do indivíduo são prevista por Krauer da seguinte forma:

Não existe um fluxo do tempo. O que de fato existe é uma sucessão descontínua e casual de situações, ou mundos, ou períodos, que, no caso do próprio Proust, deve ser imaginada como projeções ou contrapartidas dos seus em que seu ser – mas teremos razão em presumir um idêntico ser interior? – sucessivamente se transforma... Cada situação é uma entidade por direito próprio, que não pode ser derivada das anteriores (*apud* BAUMAN, 2008, p. 48).

Se cada minuto guarda uma surpresa, não se pode perder tempo nenhum e qualquer hesitação é desaconselhada. Vive-se, assim, com a urgência de um condenado à morte, para poder colecionar sejam experiências, amigos, coisas e a ordem do dia é usufruir das possibilidades com intensidade, velocidade, para em seguida passar para outras novas possibilidades.

A relação deste comportamento apreendido pelo indivíduo e o do arquétipo *puer aeternus* é facilmente entendida pelo espírito de “urgência” que ambos incorporam às suas vivências, bem como a superficialidade das relações.

Talvez a grande diferença entre o adolescente e o adulto *puer* seja que o adolescente vive com a urgência de quem experimenta a liberdade pela primeira vez, o florescer de um ser encarcerado com hormônios fervilhando que não conhece nada de um mundo sem fronteiras, cheio de descobertas esperando por ele. Já para este adulto, “o motivo da pressa é, em parte, o impulso por adquirir, juntar, porém, o motivo que torna a pressa de fato imperativa é a necessidade de descartar e substituir” (BAUMAN, 2008, p. 50). É a procura pela identidade/objetos/experiências efêmeros que naquele momento lhe trará mais prazer e aceitabilidade.

Além disso, acrescenta-se o caráter estático do tempo, sem futuro, sem passado, pois o eterno é o agora, do comércio e dos serviços 24 horas. Nesta sociedade estática, tudo se faz para que o consumidor tenha a impressão de estar no centro, seja das atenções, necessidades ou prioridades, pois, se você merece ser feliz, porque adiar a realização, a aquisição, a satisfação do desejo?

É a procura pela identidade/objetos/experiências efêmeros que naquele momento lhe trarão mais prazer e aceitabilidade. Suas escolhas denotam o quão na moda ele está, o quanto está inserido no contexto que a sociedade toma por moderno, ativo, saudável, e a congregação destes itens em imagens personificadas quase sempre é realizada pelos meios de comunicação. Ele necessita experimentar, foge do tédio e da rotina. É sinônimo de metamorfose: hoje sou assim, amanhã, não sei.

As novas relações trabalhistas na contemporaneidade também são abordadas e não coincidentemente apresentam ligações com o comportamento *puer*. As indústrias dão preferências claras por indivíduos descompromissados, sem vínculos, “pau

para toda obra”, generalistas para assumir funções. Esse tipo de empregado amplia os lucros e facilita sua gestão, como resume Bauman (2008):

O empregado ideal seria uma pessoa sem vínculos, compromissos ou ligações emocionais anteriores, e que evite estabelecê-los agora; uma pessoa pronta a assumir qualquer tarefa que lhe apareça e preparado para se reajustar e refocalizar de imediato suas próprias inclinações, abraçando novas prioridades e abandonando as adquiridas anteriormente; uma pessoa acostumada a um ambiente em que “acostumar-se” em si – a um emprego, habilidade ou modo de fazer as coisas – é algo mal visto e, portanto, imprudente; além de tudo, uma pessoa que deixará a empresa quando não for mais necessária, sem queixa nem processo. Uma pessoa que também considera as perspectivas de longo prazo, as trajetórias de carreira gravadas na pedra e qualquer tipo de estabilidade mais desconcertante e assustador do que a ausência das mesmas. (p.18).

O “pluriprofissional”, aquele que sabe um pouco de tudo e que tem capacitação para desenvolver diferentes funções, também ganha prioridade no sistema de contratações. Saber um pouco de contabilidade, de marketing e logística, por exemplo, dá ao indivíduo possibilidade de transitar entre setores, opções para o contratante no desenvolvimento de um trabalho segmentado, cuja noção do todo só é tida pela chefia.

As multifunções, aqui abordadas, denotam outro aspecto que pode ajudar a compreender a superficialidade ou a atitude *blasé* com que o indivíduo *puer* trata aspectos importantes de sua vida, como o trabalho, o conhecimento e o comportamento, conforme George Simmel (1969):

A essência da atitude blasé consiste no entorpecimento do poder de diferenciação. Isto não significa que os objetos não sejam percebidos, como no caso da estupidez, mas sim que os valores significativos e diferenciais das coisas, e, portanto, as próprias coisas, são vivenciadas como imateriais. Elas se mostram à pessoa blasé num tom uniformemente cinza e monótona; nenhum objeto tem preferência sobre qualquer outro. Todas as coisas flutuam com igual gravidade específica na corrente constante do dinheiro. (p.52).

Quando se unem grande quantidade de informações e velocidade de disseminação, o que se tem é uma “crise” na linearidade da narrativa, no pensamento estruturado, o que torna muito difícil sua construção. Esta paralisia é agravada se levarmos em consideração as infinitas escolhas que o indivíduo precisa realizar em um único dia.

O produto final é um estado de indecisão constante que remete à melancolia, a esta atitude *blasé* e acrítica que opta pelo “desenredamento” em relação ao “estar atado” a qualquer coisa específica. Não optar por coisa alguma, embora já seja uma forma de escolha, reflete o “não se comprometer” com o que não se tem condições de analisar e diagnosticar.

O que se percebe é haver uma sociedade produtora procurando por características peculiares nos indivíduos que possam ampliar lucros, facilitando sua gestão,

assim como há indivíduos que não veem estímulo na rotina, já que esta lhe causa aversão por representar vínculos, “amarras” com as quais ele não sabe lidar.

Não se pode afirmar que em sua totalidade essas pessoas são tomadas por algum tipo de distúrbio. O próprio contexto em que se vive desenvolve indivíduos *pueri* que não necessariamente possuem complexos maternos. A probabilidade é de que se trata de pessoas contextualizadas por um sistema que propiciou esta visão de mundo.

Ao analisar todos estes fatores trazidos na pós-modernidade, podemos levantar a seguinte questão: o indivíduo puer não apareceu espontaneamente em nossa sociedade. Foram os métodos de produção e todo um contexto que atraíram para nosso tempo tal arquétipo transformando a pós-modernidade em ambiente propício para a estruturação deste novo comportamento e estética.

Neste movimento de idas e vindas de mercadorias, compras e descartes quase que imediatos, sem dúvida, a maior beneficiada é a economia consumista, que segue seu curso de enriquecimento por trás de uma demanda muitas vezes acrítica à procura da “felicidade e juventude” constante nos anúncios publicitários.

Nas Georgias (493 a-d), de Platão, Sócrates refere-se a um conto órfico que diz que a alma de um ‘ser tolo e não iniciado’ é como um vaso que vaza. Os não iniciados são os mais infelizes nas profundezas do Hades da psique porque passam por um processo de compulsão repetitiva sem sentido: carregam água numa peneira e jogam-na num vaso perfurado. Os não iniciados não têm vaso adequado, são não-selados e não retensivos, diz Platão. São ávidos por mais porque não contêm o que têm. Quando tudo atravessa, a própria pessoa só atravessa o mundo, sem substância. (HILLMAN, 1999, p. 140).

Assim, pode-se considerar que a ascensão do arquétipo do *puer* na contemporaneidade alinha-se às demandas do capitalismo e da sociedade do consumo. Adultos cada vez mais infalibilizados tornam-se alvos perfeitos dos produtos midiáticos. Desnecessário dizer que “ser jovem eternamente” ressoa como um canto das sereias fomentando “cidadãos mais felizes”, mais individualistas, mais intolerantes às frustrações e, sobretudo, menos dispostos a pensar um futuro.

Referências

BAUMAN, Z. **A Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BERMAN, M. **Tudo que é Sólido se Desmancha no Ar: A Aventura da Modernidade.** São Paulo: Cia. das Letras, 1986.

CALLIGARIS, Contardo. “A Sedução dos Jovens”. **Folha de São Paulo.** São Paulo, 20/09/1998, Caderno Mais!, p. 4.

- DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.
- DURÃES, A.; REFKALEFSKY, E. Amém, Brother: **Estratégias de comunicação mercadológica da Bola de Neve Church**. 2006. Disponível em: <<http://www.aligattor.com.br/cdromparacongresso/resumos/R0548-1.pdf>> Acesso em: 21/08/2011.
- FLUSSER, V. **Da Religiosidade, a Literatura e o Senso de Realidade**. São Paulo: Coleção Ensaio Transversais, 2002.
- FRANZ, M.L. von. **Puer aeternus**. A luta do adulto contra o paraíso da infância. São Paulo: Paulus, 1992.
- HILLMAN, J. **O Livro do Puer**. Ensaio sobre o Arquétipo do Puer Aeternus. São Paulo: Paulus, 1999.
- KLEIN, A. **Imagens de Culto e Imagens da Mídia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.
- LORENZ, K. **Os Oito Pecados Mortais da Civilização**. Lisboa: Litoral Edições, 1992.
- MELMAN, C. **O Homem sem Gravidade**. Gozar a qualquer preço. Rio de Janeiro: Cia. de Freud, 2003.
- MORIN, E. **Cultura de Massas no Séc. XX**. O Espírito do Tempo – 1. Neurose. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.
- _____. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Portugal: Inst. Piaget, 1995.
- NOVAES, R. e VANNUCHI, P. **Juventude e Sociedade - Trabalho, Educação, Cultura e Participação**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2004.
- POSTMAN, N. **O Desaparecimento da Infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 2008.
- SIMMEL, G. **The Metropolis and the Mental Life**. New York: Appleton-Century-Crofts, 1969.
- VIRILIO, Paul. **O Espaço Crítico**. São Paulo: Editora 34, 1995.