

Leia, com atenção, o texto abaixo, publicado na *Folha de S. Paulo*, em dezembro de 2005.

Geração Canguru

Gilberto Dimenstein

Ao mapear novas tendências de consumo no Brasil, publicitários acreditam ter detectado a "Geração Canguru". São jovens bem-sucedidos profissionalmente, têm entre 25 e 30 anos de idade e vivem na casa dos pais. O interesse neles é óbvio: compõem um nicho de consumidores com alto poder aquisitivo.

Ainda na "bolsa" da mãe, eles mostram que mudaram as fronteiras entre o jovem e o adulto. Até pouquíssimo tempo atrás, um marmanjão de 30 anos, enfiado na casa dos pais, seria visto como uma anomalia, suspeito de algum desequilíbrio emocional que retardou seu crescimento.

O efeito "canguru" revela que pais e filhos estão mutuamente mais compreensivos e tolerantes, capazes de lidar com suas diferenças. Para quem se lembra dos conflitos familiares do passado, marcados pelo choque de gerações, os "cangurus" até sugerem um grau de civilidade. Não é tão simples assim.

Estudos de publicitários divulgados nas últimas semanas indicam um lado tumultuado – e nem um pouco saudável – dessa relação familiar. Por trás das frias estatísticas sobre tendência do mercado, a pergunta que aparece é a seguinte: até que ponto os brasileiros mais ricos estão paparicando a tal ponto seus filhos que produzem indivíduos com baixa autonomia?

Ao investigar uma amostra de 1.500 mães e filhos, no Rio e em São Paulo, a TNS InterScience concluiu que 82% das crianças e dos adolescentes influenciam fortemente as compras das famílias. A pressão é especialmente intensa nas classes A e B, cujas crianças, segundo os pesquisadores, empregam cada vez mais a estratégia das birras públicas para ganhar, na marra, o objeto de desejo.

Com medo das birras, as mães tentam, segundo a pesquisa, driblar os filhos e não levá-los às compras, especialmente nos supermercados, mas, muitas vezes, acabam cedendo. Os responsáveis pelo levantamento da InterScience atribuem parte do problema ao sentimento de culpa. Isso porque, devido ao excesso de trabalho, os pais ficam muito tempo longe de casa e querem compensar a ausência com presentes.

Uma pesquisa encomendada pelo Núcleo Jovem da Abril detectou que muitos dos novos consumidores vivem uma ansiedade tamanha que nem sequer usufruem o que levam para casa. Já estão esperando o produto que vai sair. É ninfomania consumista. Jovens relataram que nunca usaram, nem mesmo uma vez, roupas que adquiriram. Aposentam aparelhos eletrodomésticos comprados recentemente porque já estariam defasados.

Psicólogos suspeitam que essa atitude seja uma fuga para aplacar a ansiedade e a carência, provocadas, em parte, pela falta de limite. Imaginando-se modernos, pais tentam ser amigos de seus filhos e, assim, desfaz-se a obrigação de dizer não e enfrentar o conflito. O resultado é, no final, uma desconfiança, explicitada pelos entrevistados, ainda maior em relação aos adultos.

Outro estudo, desta vez patrocinado pela MTV, detectou um início de tendência entre os jovens de insatisfação diante de pais extremamente permissivos. Estão demandando adultos mais pais do que amigos. Para complicar ainda mais a insegurança das crianças e dos adolescentes, a violência nas grandes cidades leva os pais, compreensivelmente, a pilotar os filhos pelas madrugadas, para saber se não sofreram uma violência. Brincar nas ruas está desaparecendo da paisagem urbana, ajudando a formar seres obesos, presos ao computador.

Há pincas de estudo mostrando como a brincadeira, dessas em que nos sujamos, ralamos o joelho na árvore, ajuda a desenvolver a criatividade, o senso de autonomia e de cooperação. É um espaço de estímulo à imaginação.

Todos sabemos como é difícil alguém prosperar, com autonomia, se não souber lidar com a frustração. Muito se estuda sobre a importância da resiliência – a capacidade de levar tombos e levantar como um elemento educativo fundamental.

Professores contam, cada vez mais, como os alunos não têm paciência de construir o conhecimento e desistem logo quando as tarefas se complicam um pouco. Por isso, entre outras razões, os alunos decepcionam-se rapidamente na faculdade que exige mais foco em poucos assuntos.

Os educadores alertam que muitos jovens têm dificuldade de postergar o prazer e buscam a realização imediata dos desejos; respondem exatamente ao bombardeamento publicitário, inclusive na ingestão de álcool, como vamos testemunhar, mais uma vez, nas propagandas de cerveja neste verão. Daí o risco de termos "cangurus" que fiquem cada vez mais na bolsa (e no bolso) dos pais.

P.S. – Em todos esses anos lidando com educação comunitária, posso assegurar que uma das melhores coisas que as escolas de elite podem fazer por seus alunos é estimulá-los ao empreendedorismo social. É um notável treino para enfrentar desafios. Enfrentam-se em asilos, creches e favelas os limites e as carências. Conheci casos e mais casos de alunos problemáticos que mudaram sua cabeça ao desenvolver uma ação comunitária e passaram, até mesmo, a valorizar o aprendizado curricular.

<http://www1.folha.uol.com.br/colha/dimenstein/colunas/gd121205.htm>

Questão 1 – O texto menciona motivações tanto da parte dos pais quanto da parte dos filhos para o comportamento típico da Geração Canguru. Descreva 2 motivações paternas e 2 motivações filiais. Justifique sua resposta, mencionando elementos do texto.

Questão 2 – Releia o fragmento abaixo:

“Para quem se lembra dos conflitos familiares do passado, marcados pelo choque de gerações, os ‘cangurus’ até sugerem um grau de civilidade. Não é tão simples assim”.

Com base no texto, quais são as principais diferenças entre as relações familiares no passado e nesta geração?

Questão 3 – Leia novamente:

“**Todos sabemos** como é difícil alguém prosperar, com autonomia, se não souber lidar com a frustração.”

a) Explique a concordância entre o sujeito e o verbo na parte acima destacada.

b) Compare a concordância acima (**Todos sabemos**) com: “**Todos sabem** como é difícil ...”. Qual é a principal diferença no **impacto discursivo** produzido pelas duas formas? Justifique sua resposta.

Observe a figura abaixo:



Questão 4 – Com base nas informações apresentadas no quadro acima, descreva, de maneira sucinta, o PERFIL do Jovem Canguru.

Observe a charge abaixo:



- Pai, mãe, se vocês não pararem de me pressionar eu vou embora, heim!

<http://engronha.blogspot.com/>

Questão 5 – Agora, responda:

a) Que elementos verbais e não-verbais foram utilizados para construir o significado desejado na charge?

b) Qual é o valor/impacto discursivo da introdução da interjeição “heim!”, ao final do período?
