

**AMOR E IDEAIS NA ADOLESCÊNCIA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE  
AS RELAÇÕES ENTRE OS ADOLESCENTES E SEUS ÍDOLOS**

Elaine dos Santos Bergamaschi (Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá);  
Luzia Pedro da Silva (Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá); Eliane  
Domingues (Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá)

contato: elaine.sb@hotmail.com

Palavras- chave: Adolescência. Fãs. Identificação.

O período da adolescência de acordo com Knobel (1992) é um momento significativo para formação de novos modelos identificatórios e novas relações objetais, visto que se perde a condição infantil, junto a esta seus modelos e objetos. Neste sentido, o adolescente confronta-se com um novo mundo, do qual este não pode mais se valer de sua identidade infantil, implicando, portanto, na busca de uma nova identidade e de novos modelos para esta, na medida em que os pais já não exercem mais plenamente esta função de modelo de identificação.

Segundo Knobel (1992) o adolescente apresenta também uma tendência grupal, podendo se integrar a grupos (não o familiar) que com ele compartilharão aspectos em comum e exercerão também influência sobre a construção da sua identidade, na medida em que este encontra no grupo um apoio fundamental para os aspectos inconstantes de seu ego. Os grupos como explica Kehl (2000) podem ser a garantia de reconhecimento dos traços identificatórios, dos quais o adolescente que sai da infância não se sente assegurado. Sobre a presente temática, Freud (2006) em Psicologia de Grupo e Análise do Ego, texto original de 1921, discorre sobre a formação e a relevância dos grupos, principalmente no que se refere à constituição psíquica do homem.

Nesta perspectiva, novos vínculos libidinais são formados, como os laços presentes entre os adolescentes em um grupo, bem como novas figuras tomam o lugar de modelo para o adolescente como também surgem novos objetos de amor. Na adolescência, um ídolo pode ocupar este lugar de modelo, de ideal a ser investido libidinalmente pelos adolescentes, e entre si estes podem estabelecer laços identificatórios por possuírem o mesmo ídolo (ideal).

### III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

23 de Novembro de 2013

Deste modo, faz-se necessário entender melhor essas relações do adolescente com o seu ídolo, bem como as relações deste com o grupo de fãs na medida em que estas relações contribuem para o processo de construção de identidade do sujeito. Portanto, através desta pesquisa pretendemos desvelar a importância que estas relações têm para a vida dos indivíduos, bem como este estudo visa ampliar os conhecimentos sobre a temática na Psicologia.

Ademais, este estudo propõe-se a compreender os processos de identificação e as relações de investimentos objetivos na adolescência, quando o indivíduo neste período elege um determinado ídolo. Também investigamos grupos de adolescentes que se formaram a partir de um vínculo afetivo com um ídolo, dando destaque para a influência que os adolescentes exercem uns sobre os outros dentro deste mesmo grupo.

Esta pesquisa tem caráter exploratório, a qual segundo Campos (2008) tem como finalidade a formulação de questões ou hipóteses relacionadas à temática discutida, para aumentar a familiaridade do pesquisador com a última. Para a realização desta pesquisa, fizemos uma coleta de dados em *fansites* brasileiros; nestes são divulgados diversos conteúdos acerca de seus ídolos, estas páginas também se configuram como espaços onde fãs interagem entre si e onde se expressam a respeito de seus ídolos.

Foram utilizados os *fansites* com informações dos artistas de música pop mundialmente famosos, da *boyband* OneDirection, e da cantora Demi Lovato, que possuem um vasto número de fãs no Brasil e também em escala mundial, estes predominantemente, adolescentes. A partir dos dados e informações obtidas analisamos os conteúdos por meio dos referenciais teóricos da Psicanálise.

Com base nos resultados obtidos, observamos nas relações existentes entre os fãs e seus ídolos, bem como na relação entre os próprios fãs, enquanto grupo a importância que estas possuem no que tange a construção da identidade destes indivíduos, que em sua adolescência se identificam com um ídolo e com os demais fãs destes. Podemos dizer que nestas identificações, o ídolo é tomado como um modelo a ser seguido, neste sentido, os fãs procuram se assemelhar ao máximo as características de seu exemplo (no caso o ídolo).

Evidenciamos que os fãs têm para com seus ídolos um amor objetual, o estar amando como denomina Freud (2006), é caracterizado por um investimento dos instintos sexuais no objeto, onde tais instintos procuram a satisfação diretamente sexual. Entretanto no caso de um fã que tem para com seu ídolo um amor objetual (quer ter este ídolo, quer amá-lo e ser amado

### III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

23 de Novembro de 2013

por este) a satisfação de seus instintos sexuais tem mínimas chances de ocorrer, potencializando nestes casos o fenômeno da supervalorização sexual, que consiste segundo o autor, em uma valorização do objeto, que fica isento de críticas, para este seu ídolo é perfeito. Assim, a impossibilidade de satisfação sexual direta leva alguns fãs, como percebemos nos resultados da pesquisa, a obter uma satisfação parcial por meio de fantasias, que envolvem seu ídolo.

No que se refere à interação entre os fãs, notamos que entre estes, há um tipo de identificação que é definida por Freud (2006) como identificação por qualidade comum, isto ocorre porque os fãs compartilham o mesmo objeto (ídolo). Destarte, estes fãs ao invés de disputarem entre si, o seu objeto, deixam de lado tal rivalidade e se unem tanto com o propósito de juntos se aproximarem de seu ídolo, como também compartilham diversas experiências relacionadas ao mesmo (músicas, notícias, vídeos, shows, produtos, dentre outros). Foi possível perceber que existe entre estes fãs a construção de um vínculo de amizade, na qual estes dividem vivências prazerosas, como também partilham suas angústias, em relação ao ídolo.

Por fim, consideramos que o tema abordado nesta pesquisa tem sido pouco explorado no âmbito acadêmico, neste sentido há diversos aspectos a serem abordados e discutidos sobre a temática, como por exemplo, o papel desempenhado pela mídia no que se refere à construção de ídolos e produtos relacionados a estes, como também a estimulação do consumo destes “produtos”. Além disso, ressaltamos que a elaboração desta pesquisa proporcionou as acadêmicas uma experiência enriquecedora e gratificante, visto que nos aproximamos um pouco do universo construído pelos fãs, conhecendo minimamente suas realidades.

#### Referências

CAMPOS, L. F. L. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Psicologia**. 4ª ed. Campinas: Alínea, 2008.

FREUD, S. (1921). **Psicologia de Grupo e Análise do Ego**. Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. v.18. Rio de Janeiro: Imago, 2006.

KEHL, M, R. Existe a função fraterna? In: KEHL, M.R (Org). **Função Fraterna**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000. p. 31- 47.

KNOBEL, M. A síndrome da adolescência normal. In: ABERASTURY, A. KNOBEL, M. **Adolescência Normal**. 10ª ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992. p. 24- 59.