

## A INFANTILIZAÇÃO DA VIDA ADULTA

### ORIENTAÇÕES PARA O ALUNO

Se dermos uma olhada nas notícias recentes das editoras de cultura e entretenimento, veremos que elas também poderiam ser de anos atrás. Novos jogos de Pokémon são lançados, antigos consoles de videogame estão em alta, e refilmagens de clássicos como Aladdin e O Rei Leão fazem sucesso entre o público.

Tomados por um sentimento de nostalgia, os adultos têm consumido, de maneira intensa, produtos e experiências que, antes, tinham as crianças como alvo. Até a internet embarcou nesse movimento: no Facebook, os usuários conseguem acessar lembranças de anos anteriores e, no Instagram, popularizou-se a hashtag #TBT (do inglês throwback thursday, que significa “quinta-feira do retorno”), usada para representar momentos que deixaram saudade.

Essa crescente valorização do passado resulta no comportamento infantilizado da sociedade, que se comunica por emojis ou figurinhas, coleciona bonecos e garante milhares de acessos a vídeos de bebês e animais. Mas o que explica esse fenômeno atual? Será que ele pode trazer consequências para a vida adulta? Leia os textos a seguir.

### TEXTO 1

#### Por que a sensibilidade fofa se tornou tão influente

Atualmente, pessoas de todas as idades deixaram de expressar ideias ou sentimentos com palavras, colocando no lugar carinhas amarelas com expressões diversas. Cachorrinhos com pupilas enormes são sucessos de compartilhamento. [...]

A ascensão da fofura como uma das sensibilidades que definem o mundo atual parece evidente quando se ligam diversos pontos presentes na cultura e no comportamento. Entretanto, pouco se produziu até agora no sentido de tentar explicar o contexto e as motivações desse fenômeno.

Em seu livro “The Power of Cute” (o poder do fofo, em tradução livre), o filósofo inglês Simon May, professor visitante na King’s College, em Londres, propõe-se a fazer exatamente isso. Na obra, ele promove uma varredura na paisagem social, cultural e política do mundo em busca de sinais e explicações. [...]

Entre os fenômenos que, na visão do autor, ajudam a elucidar a popularidade da fofura destaca-se a valorização crescente do período da infância. Segundo ele, as duas correntes (popularidade da fofura e valorização do universo infantil) se expandiram em paralelo. “A criança é o novo objeto supremo do amor, que está, muito gradualmente, tomando o lugar do amor romântico como o amor arquetípico”, provoca.

May dedica um capítulo só ao Japão, país que, para ele, se tornou o primeiro em que “a fofura se tornou central em sua imagem mundial”. “Hoje você pode encontrar imagens fofas por todo o

Japão: em desenhos mangá e bancos comerciais; em telefones celulares, avisos de segurança do governo e até mesmo helicópteros de ataque das forças armadas; e também, é claro, nas obras de artistas famosos como Takashi Murakami e Yoshitomo Nara. Indiscutivelmente, o Japão é a primeira nação a se apresentar como fofo”.

Por e-mail, May conversou com o Nexo sobre estes e outros aspectos da fofura.

[...]

**Seu trabalho enfatiza a ambivalência do que é fofo. Isso é um fator chave do seu apelo?**

**SIMON MAY** Sim, é uma das principais razões para o seu apelo. Se você observar objetos muito populares, como Hello Kitty, Balloon Dog, o ET, ou o Mickey, em sua encarnação pós-1945 – você verá que eles não parecem nem claramente masculinos nem femininos, nem claramente jovens nem velhos, nem claramente humanos nem não humanos. Essa subversão das fronteiras levemente ameaçadora – de gênero, idade, espécie e assim por diante –, quando apresentada na linguagem frívola e provocante da fofura, é central para seu imenso sucesso. Por que isso é assim? Acredito que é porque isso ressoa profundamente com a vontade de nossa época de afirmar, e até mesmo de se deleitar, com a ideia de que a incerteza ou a indeterminação é intrínseca à vida humana. De que não há significado ou conhecimento ou propósito final na vida. As categorias agora estão mais borradas. Por exemplo, vemos cada vez mais masculino e feminino ou infantil e adulto como espectros, não como dois polos opostos. Cada vez mais, vemos a existência como marcada pelo que Nietzsche chamou de “se tornar” – fluxo contínuo – em vez do “ser” estável.

**A popularização crescente da fofura significa que estamos todos nos tornando mais infantis? Isso não é ruim?**

**SIMON MAY** Sim, até certo ponto estamos nos tornando mais infantis na medida em que, em nosso mundo cada vez mais incerto e impregnado de intolerância, injustiça e ódio, talvez procuremos cada vez mais a segurança e a inocência da infância. Mas acho que a popularidade do fofo também fala de algo bastante distinto: a descrença em distinções nítidas entre infância e idade adulta. Vivemos em uma época em que o mundo adulto – em particular, sua intensa preocupação com expressão individual, sexualidade, autenticidade e escolha do consumidor – permeia cada vez mais o mundo da criança. E, inversamente, desde Freud, se não antes, a experiência da infância é vista como determinante de quase tudo o que é importante sobre a vida adulta, influenciando nas principais emoções e decisões. Nesse sentido, ser infantil é inevitável – e não pode ser visto como necessariamente indesejável! [...]

ROCHA, Camilo. “Porque a sensibilidade fofa se tornou tão influente”.

Nexo, 21 jul. 2019. Disponível em: <[www.nexojournal.com.br/entrevista/2019/07/21/Por-que-a-sensibilidade-fofa-se-tornou-t%C3%A3o-influente](http://www.nexojournal.com.br/entrevista/2019/07/21/Por-que-a-sensibilidade-fofa-se-tornou-t%C3%A3o-influente)>. Acesso em: 18 fev. 2020.

## TEXTO 2

### Ataque de fofura

Tudo o que é fofo, delicado, gracioso, infantil pode ser chamado de kawaii – palavra que pronuncia-se *cauí e*, nokañji (a escrita japonesa), significa “a possibilidade do amor”. Pessoas ou objetos com essas características evocam desejos de proteção e cuidado. Para além do termo, que começou a ser usado no Japão no fim do século 19, é um conceito que reflete a cultura moderna do país, presente na moda, publicidade, entretenimento, gastronomia, comércio e no comportamento dos japoneses.

Nas décadas de 1970 e 1980, grupos de jovens passaram a incorporar a cultura kawaii na moda urbana e a frequentar, principalmente, a região de Harajuku, em Tóquio, onde referências ocidentais e asiáticas se misturam nos looks até hoje.

### Minha infância é minha pátria

Com roupas cor de rosa, repletas de rendas e mangas bufantes, garotos e garotas encontraram uma forma de se rebelar – sem agressividade – contra os valores da sociedade japonesa. “O kawaii idolatra a infância porque é um lugar de liberdade individual difícil de ser alcançado na vida adulta, marcada por restrições e trabalho duro”, explica Mariany Nakamura, doutora em ciência da informação pela USP e especialista em cultura pop nipo-brasileira. A fofura virou um escape do cotidiano agressivo, raivoso e obscuro do nosso tempo.

[...]

### Síndrome de Peter Pan?

“Talvez esse movimento venha como uma resposta para a rotina sisuda, pode ser apenas um recurso lúdico, uma vontade de pertencer a um grupo, não é necessariamente problemático”, analisa Sandra Amorim, psicoterapeuta e professora de psicologia da Universidade Presbiteriana Mackenzie, de São Paulo.

“Ao mesmo tempo, penso que o comportamento excessivamente infantil pode estar relacionado à Síndrome de Peter Pan, que ocorre quando as pessoas têm dificuldade em avançar no desenvolvimento adulto, são imediatistas, têm baixa tolerância à frustração e pouco senso de compromisso. É um quadro mais preocupante que tende a se perpetuar”, explica.

### Minha vida cor de rosa

Esse mundo acolchoado e rechonchudo chegou ao Brasil com a popularização dos animes e mangás no fim da década de 90 e início dos anos 2000, embora muitos dos consumidores e aficionados por desenhos japoneses (chamados de “otakus”) não saibam bem do que se trata.

Akemi Matsuda, brasileira que passou boa parte da vida no Japão e hoje mora em São Paulo, se dedica a divulgar a cultura kawaii no Brasil há 10 anos. Ela, que é professora de língua japonesa, e o produtor de animação e jogos paulistano Mike Jun Ogawa, 38, são responsáveis pelo evento Mimi Party, que foi realizado pela primeira vez em 2015 e que teve sua sexta edição agora em setembro, em São Paulo. A programação do evento incluiu palestras, debates, desfiles de moda e apresentações de dança kawaii.

“A cultura do Japão faz brilhar os olhos no exterior. O legal é a mistura que acontece quando chega em outro país”, diz Ogawa.

### Zona de conforto

Para Akemi Matsuda, kawaii é uma filosofia de vida, que propaga a mensagem do amor e do afeto. “No Brasil, existe o calor humano, mas, como os japoneses são muito mais reservados, transferem o amor para os objetos, como roupas, comidas e animes fofinhos”, explica. Essa filosofia também promove uma sensação de acolhimento: “É como você quer se expressar, se sentir bem. Você consegue viver em uma zona de conforto, sua felicidade e autoestima aumentam.”

[...]

OHARA, Virgínia. “Ataque de fofura”. TAB UOL, 23 set. 2019. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/educacao/kawaii-cultura-da-fofura/#tematico-6>>. Acesso em: 18 fev. 2020.

## TEXTO 3

### Estamos vivendo a época da infantilização?

A febre do Pokémon Go em 2016 provocou cenas inacreditáveis. Em poucos meses de mania mundial, o joguinho de celular fez com que pessoas crescidas saíssem a esmo por ruas e avenidas para caçar bonequinhos virtuais que “apareciam” em lugares reais. [...]

O fenômeno de imaturidade coletiva de maiores de 18 anos causada pelo Pokémon Go foi só um reflexo da infantilização generalizada que parece nos cercar cada vez mais nas últimas duas décadas. [...]

A ilusão de “eterna juventude” vem se reforçando a cada década. Por um lado, graças aos avanços da medicina e à manutenção da boa forma física. Por outro, a indústria de entretenimento permite agora que alguém continue com acesso ao que gostava quando era da categoria infantojuvenil, com relançamentos de CDs e vinis, DVDs de seriados, a chance de poder viajar até a Disney por conta própria...

“Quem produz a moderna cultura de consumo e de mídia aprendeu a alimentar essa rejeição a modelos antigos de maturidade e o desejo de voltar à infância ou prorrogá-la. Assim, descobriram como vender aos homens essa imagem desejada da juventude perpétua”, analisou o professor Cross em seu livro.

### Fantasia para todos

É conveniente para a indústria do entretenimento manter esse quadro. O mercado de games fatura mais que o cinema porque não é mais diversão só de crianças e adolescentes – ninguém mais se vê obrigado a parar de jogar quando fica adulto e muitos usam isso para relaxar do estresse no trabalho.

Já o cinema aposta em produções caras, efeitos especiais e histórias “bem versus mal” sem muita complicação. As dez maiores bilheterias mundiais de produções de Hollywood, em 2016, tinham apenas filmes de heróis de HQ (Capitão América: Guerra Civil, Batman vs Superman, Deadpool, X-Men: Apocalypse), animações (Zootopia, Mogli, Procurando Dory, Kung Fu Panda 3, Pets) e um baseado num game (Warcraft).

Digno de lembrança é o estrondo causado pelo sétimo filme da saga Star Wars no fim de 2015 – uma fantasia de ficção científica que há 39 anos movimentava, além de bilheterias, um amplo mercado de brinquedos comprados e colecionados por adultos. [...]

### Mimo de casa

Uma estatística recente: segundo o IBGE, a parcela de brasileiros entre 25 e 34 anos que ainda moram com os pais cresceu de 21,2%, em 2004, para 24,3%, em 2014. O adiamento de sair do ninho se reflete de várias formas. Uma delas é a prorrogação do recebimento de mimo.

[...]

O mercado de trabalho vem lidando com profissionais que foram poupados de sofrer contrariedades. É claro que há jovens maduros e sérios. Mas funcionários com atitudes infantis chamam a atenção.

Uma pesquisa do site americano de empregos CareerBuilder indicou como comportamento imaturo mais frequente o de quem só reclama ou se lamenta – observado por 55% dos consultados. Outras crâncices mencionadas foram cara feia e birra quando algo sai errado e saídas intempestivas de uma sala. Também está mais frequente o profissional que pensa que o local de trabalho é uma extensão de seu lar e que chefes e colegas são seus pais e podem fazer tarefas por eles.

[...]

Exame, 12 out. 2018.

“Estamos vivendo a época da infantilização?”.

Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/haja-criancice-afinal-o-mundo-esta-infantilizado/>>.

Acesso em: 18 fev. 2020.

## PROPOSTA DE REDAÇÃO

Com base nos textos de apoio e em seu repertório, escreva uma dissertação argumentativa sobre o tema: **consequências da infantilização da sociedade contemporânea**. Considere as informações apresentadas na coletânea, mas evite parafraseá-la; procure desenvolver seus argumentos a partir de suas pesquisas e leituras prévias, e também do que você observa em seu cotidiano. Lembre-se de delimitar um ponto de vista, respeitar a norma-padrão da língua portuguesa e escrever no mínimo 24 e no máximo 30 linhas.

**Boa produção!**  
Professora Andressa Tiossi