

*“É preciso coragem para crescer
e ser quem você realmente é.”*

e.e. cummings

*“Eu não sei como agir de acordo com a minha idade.
Eu nunca tive esta idade antes.”*

Autoria desconhecida

“O adulto criativo é a criança que sobreviveu”

Ursula K. Le Guin

3. Convenções, tradições, paradigmas, habitus e o “bom gosto”: As pressões sociais e o livro ilustrado

3.1 - Coisa de gente grande: Definindo o público estudado

A construção social do “ser adulto” ou “ser criança”, como visto no capítulo 2, é um produto do seu contexto cultural e histórico e, por muitos séculos, o entendimento da infância como uma fase especial da vida simplesmente não existiu, muito menos a separação de produtos culturais específicos para esta ou aquela idade. No entanto, é um fato dado que em nossa sociedade atual esta percepção faz parte tanto do senso comum como é, também, estudada e reforçada por diversas áreas do saber, como a medicina, o direito e a psicologia.

A pediatria é uma especialização médica dedicada ao estudo e à assistência de crianças e adolescentes até 13 anos, após esta idade a pessoa pode ser acompanhada por um clínico geral pois seu *corpo* já é o de um adulto. Na lei brasileira, a maioria penal, isto é, a idade a partir da qual o indivíduo responde integralmente à Justiça, sem qualquer tipo de concessão diferenciada para crianças, é 18 anos. A Constituição Brasileira entende que, a partir de então, a pessoa tem *consciência* das consequências dos seus atos e responde como um adulto.

No ramo da psicologia, embora exista certo debate¹, a teoria do desenvolvimento psicossocial de Erik Erikson (1998), sugere que o período de vida que define o jovem adulto – etapa da vida diferenciada do adulto - vai até aos 40 anos. Existem estudos (ARNETT, 1997) que levam a crer que a percepção dos próprios jovens

¹ <https://www.psychologytoday.com/blog/becoming-adult/201003/who-is-adult>

adultos pesquisados (de 18 a 29 anos) do que é ser um adulto está mais relacionada a certas *posturas* individuais, tais como “aceitar a responsabilidade dos seus atos”, “decidir suas próprias crenças e valores morais” e “estabelecer uma relação de igualdade com os próprios pais, sendo percebido por eles como um igual” do que com *ações* que tradicionalmente são consideradas próprias do mundo adulto e, até mesmo, consideradas etapas de transição, ritos de passagem modernos, para o mesmo, como trabalhar, casar e ter filhos. Esta mesma pesquisa sugere que a percepção constatada é que “a transição para a vida adulta se dá em termos intangíveis, graduais, psicológicos e individuais” (1997, p.3).

No senso comum, porém, estas separações e categorizações vão muito além de aspectos fisiológicos, legais e de posicionamentos, abrangendo por vezes questões de gosto. Frases como “isto é coisa de criança” ou “estou muito velho pra isso” mostram pequenos, mas reveladores índices do que é considerado adequado para o consumo adulto.

“Conheço um adulto que coleciona quebra-cabeças. Seu hobby é montar *puzzles* e o desafio é que sejam cada vez maiores, com muitas mil peças. Na última Copa do Mundo, ele foi um dos torcedores mais empenhados em completar o álbum de figurinhas das seleções. Frequentava pontos de troca e montou um grupo na Internet. Suas camisetas de lazer tem estampado o escudo do Batman, do Super-Homem ou de algum outro personagem de HQ. (...) É importante esclarecer que não são apenas os rapazes que se transformam em adultos infantilizados. Quantas são as meninas que viram mulheres, mas não se desfazem dos seus bichos de pelúcia?” (BARBOSA, 2016, p. 73)

Como pode ser visto no trecho de revista acima, por vezes, ter hábitos de consumo material e cultural de produtos que são corriqueiramente associados ao universo infantil é visto como pouco usual ou até mesmo degradante, no sentido de que a maturidade psicológica da pessoa e sua capacidade de ser um adulto “funcional” é diretamente e proporcionalmente relacionada aos produtos.

3.2 - Gosto, pertencimento a grupos sociais e a partilha do sensível

Um dos aspectos que tem o poder de influenciar fortemente o indivíduo é o contexto social. Perscrutando atentamente a vida em sociedade, pode-se ver que um indivíduo tem diversos pensamentos, atitudes e até mesmo gostos (que se considerariam) pessoais fortemente influenciados pelo grupo. Há uma série de construções sociais – pressões, expectativas, paradigmas, tradições etc. – que ditam o que é considerado “adequado” para cada sexo, classe socioeconômica, faixa etária, etc.

As possíveis consequências desses constrangimentos podem ser, por exemplo, desde qual tipo de comportamento é esperado de um indivíduo do sexo masculino na sociedade brasileira atual, até a que tipo de linguagem é considerada adequada para a comunicação e experiência estética de cada faixa etária.

Voltando-nos especificamente para a questão das Artes, segundo Rancière (2009), há uma dimensão política nas Artes e na Cultura denominada *Partilha do Sensível*, que é, ao mesmo tempo, a maneira pela qual todas as pessoas experimentam e compreendem a Arte como um conjunto comum e, também, como essa participação é dividida entre grupos menores, que podem ou não ser socialmente aceitos como produtores ou apreciadores destas artes. Em outras palavras, a partilha do sensível é a cultura que nos enreda, nos contextualiza e nos define como um grupo coeso, ao mesmo tempo em que a divide em “quinhões” de diferentes fruições possíveis. Esta divisão é profundamente política porque, nas palavras do filósofo:

“É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência. A política ocupa-se do que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo (RANCIÈRE, 2009, p.16-17).”

Nesse sentido, Bourdieu (1998), com seus estudos sobre o “bom gosto”, mostra que aquilo que seria considerado uma predileção *pessoal*, em relação aos produtos culturais, é fortemente influenciado pelas pressões e predisposições do contexto social. Em outras palavras, uma pessoa que não é encorajada pelo seu contexto social e por suas experiências pessoais anteriores a ter contato com determinado produto cultural dificilmente adquirirá um “gosto” por ele. Essa suposta predileção natural, intrínseca ou pessoal é, na verdade, formada pelo *habitus*, que é um conjunto de situações, ações e percepções que cada sujeito vai adquirindo ao longo de sua vida e que vai além dele mesmo, simultaneamente, sendo formado pelas estruturas relacionais nas quais ele se insere (SOCHA, 2008)². Essas dimensões pessoais e conjecturais podem ser tanto capitais econômicos (como renda, salário, posses materiais), quanto culturais (tais como posse de bens didáticos ou artísticos e formação acadêmica).

É muito importante, porém, salientar que, embora tanto o conceito de *partilha do sensível*, de Rancière, quanto o *habitus*, de Bourdieu corroborem a ideia de que uma pessoa é influenciada pelo todo, que por sua vez é formado por diversos indi-

2 SOCHA, Eduardo. Pequeno dicionário da teoria de Bourdieu. Revista Cult, 128, p. 46, setembro, 2008

víduos que reconstróem e perpetuam as ideias que os influenciam, os pensadores divergem sobre um ponto crucial na compreensão do que é a Arte e como ela opera no sujeito. Enquanto Bourdieu acredita que muitas vezes a Arte é usada como ferramenta de dominação e diferenciação pela elite e que, para que um sujeito possa fruir uma obra ele necessariamente precisa de uma experiência, um *background*, (formada também pelo habitus) que propicie e reforce essa apreciação, caso contrário se sentirá rejeitado e a rejeitará; para Rancière a Arte justamente deve provocar deslocamentos, podendo desta maneira propiciar a este indivíduo novas visões de mundo, *insights*, epifanias, e fazer o sujeito repensar sua própria realidade a partir de um outro ponto de vista.

Devido a esta divisão, reforçada pelos dois autores apesar de suas diferenças, do que é adequado para o consumo e fruição de cada indivíduo em uma sociedade, assim como a de quem tem habilidade e poder para fazê-lo, chegam à vida cotidiana pensamentos do juízo comum que podem reforçar o afastamento entre os sujeitos adultos e os livros de ficção ilustrados. Há uma pressão e uma tradição de limitação quanto à fruição e à produção visual, que cresce durante o desenvolvimento do sujeito, (LACERDA; FARBIARZ, 2013) que podem levar a um afastamento da produção e consumo de imagens em certos meios e ocasiões.

Uma demonstração desse recorte político é o discurso construído por Platão e que, mais tarde, inspira Rancière (2009) como base para um regime de identificação das artes. Nesse discurso, não só as imagens, os simulacros, seriam sombras das sombras, segundo o raciocínio da *Alegoria da Caverna*, como servem, no discurso *Fedro* (SÓCRATES, 2012), para traçar uma comparação e demonstrar os defeitos e os perigos da palavra escrita:

“O uso da escrita, Fedro, tem um inconveniente que se assemelha à pintura. Também as figuras pintadas têm a atitude de pessoas vivas, mas se alguém as interrogar conserva-se-ão gravemente caladas. O mesmo sucede com os discursos. Falam das cousas como se as conhecessem, mas quando alguém quer informar-se sobre qualquer ponto do assunto exposto, eles se limitam a repetir sempre a mesma coisa. Uma vez escrito, um discurso sai a vagar por toda a parte, não só entre os conhecedores, mas também entre os que não o entendem, e nunca se pode dizer para quem serve e para quem não serve.” (2012, p.37)

Para Sócrates havia apenas uma única interpretação *correta* para um texto, e ela só poderia ser transmitida por *meio* oral, *por* pessoas treinadas no âmbito intelectual e *para* indivíduos específicos. Como afirma Fischer (2006, p. 48), “Sócrates exigia do texto o caráter unidimensional da oralidade.” É interessante para os leitores da dissertação observar que, ao criticar a palavra escrita, o filósofo grego a

compara com a pintura de modo depreciativo.

De Rancière também trazemos para nossa discussão os conceitos de *Regimes de Identificação da Arte*, que são diferentes maneiras de se compreender o que é a Arte, como ela é feita e quais os seus propósitos.

“No que diz respeito ao que chamamos arte, pode-se com efeito distinguir, na tradição ocidental, três grandes regimes de identificação. Em primeiro lugar, há o que proponho chamar de regime ético das imagens. (...) Para Platão, a arte não existe, apenas existem artes, maneiras de fazer. E é entre elas que ele traça a linha divisória: existem artes verdadeiras, isto é, saberes fundados na imitação de um modelo com fins definidos, e simulacros de arte que imitam simples aparências. (...)

Do regime ético das imagens se separa o regime poético - ou representativo - das artes. Este identifica o fato da arte - ou antes, das artes - no par poiesis/mimesis. (...) Ele se desenvolve em formas de normatividade que definem as condições segundo as quais as imitações podem ser reconhecidas como pertencendo propriamente a uma arte e apreciadas, nos limites dessa arte, como boas ou ruins, adequadas ou inadequadas (...)

O regime estético das artes é aquele que propriamente identifica a arte no singular e desobriga essa arte de toda e qualquer regra específica, de toda hierarquia de temas, gêneros e artes (RANCIÈRE, 2009, p.28-34).”

Em muito breves linhas, o regime ético diferencia as maneiras de fazer entre os simulacros – que apenas imitam a aparência das coisas e não tem um fim de aprendizado –, e as artes verdadeiras – saberes fundados na imitação de um modelo, mas com um fim próprio de educação e cidadania. O regime poético estabelece formas de normatividade para as artes, definindo, por exemplo, gêneros e hierarquias de artes. Por fim, o regime estético abole todas as regras e reconhece a arte como uma só.

É importante compreender que os três regimes propostos existem simultaneamente no tempo e até mesmo nos próprios indivíduos. É possível, por exemplo, que uma mesma pessoa acredite que “tudo pode ser arte”, uma visão mais ligada ao regime estético, e que a cultura da palavra escrita é superior – culturalmente, intelectualmente, criativamente etc. – a das imagens, uma visão mais ligada ao regime poético.

O regime estético das imagens está associado à noção de modernidade e é o cronologicamente mais recente, por isso, se aproxima da realidade contemporânea. Em um primeiro momento, ele rompe com hierarquias e mistura linguagens na página romanesca – que entrelaçava tipografia, ilustrações, ornamentos e imagens literárias –, se tornando, nas palavras do filósofo francês, “a ruína do sistema de

representação”, abolindo a dignidade de temas e a hierarquia dos gêneros da arte propostos por este sistema. Como é elaborado por Rancière:

“A poética clássica da representação quis, contra o rebaixamento platônico da *mimesis*, dotar o “plano” da palavra ou do “quadro” de uma vida, de uma profundidade específica, como manifestação de uma ação, expressão de uma interioridade ou transmissão de um significado. Ela instaurou entre palavra e pintura, entre dizível e visível uma relação de correspondência à distância, dando à imitação seu espaço específico. (...) Por outro, sua organização hierárquica - e particularmente o primado da palavra/ação viva sobre a imagem pintada - era análoga à ordem político-social. Com a vitória da página romanesca sobre a cena teatral, o entrelaçamento igualitário das imagens e dos signos na superfície pictural ou tipográfica, a promoção da arte dos artesãos à grande arte e a pretensão nova de inserir arte no cenário de cada vida em particular, trata-se de todo um recorte ordenado da experiência sensível que cai por terra (*Ibid.*, p.20-23).”

No entanto, posteriormente, este regime de identificação da arte passa a se identificar com um desejo de total não correspondência entre a arte das palavras e a arte do visível, a um projeto de liberação da forma do domínio semiológico, numa procura pela *Arquissemelhança* (RANCIÈRE, 2009) – a presença em si –, e pela “arte pura” – não narrativa, não representativa, num discurso somente de forma. A imagem representativa e a imagem narrativa são, neste momento, desvalorizadas e não desejadas (ver figuras 3.1 e 3.2).



Figura 3.1 e 3.2: Performance “O artista está presente” de Marina Abramovic e “Branco sobre branco” de Malevitch.

A visão de uma constatada separação de públicos, no caso específico do livro de ficção ilustrado, segundo adequação etária, é verificada pelas educadoras e autoras Maria Nikolajeva e Carole Scott (2011), que consideram que existe um “preconceito comum de que os livros ilustrados são literatura para crianças muito novas” (2011, p.330). De acordo com as autoras, a imagem que, nos livros ilustrados, é “senão dominante, evidente” está associada, na teoria psicológica de Lacan,

à fase imaginária, de imagem, de comunicação pré-verbal do desenvolvimento do indivíduo e ligada ao feminino, à “mãe”. Para passar à fase simbólica, dos signos convencionados, ordenados, ligados ao masculino, ao “pai”, a criança deve “rejeitar a mãe”. No entanto, existe uma terceira fase, a “real” que é “uma tentativa – segundo Lacan, frequentemente fracassada – de reconciliar as duas anteriores.” Segundo elas, o livro ilustrado – como nenhuma outra forma literária – pode agir neste sentido, sendo uma ponte que “transpõem o abismo entre o verbal e o não-verbal” para públicos variados (LACAN *apud* NIKOLAJEVA; SCOTT, 2011, p.330).

Retomando o pressuposto desta pesquisa, apresentado no capítulo 1, de que questões relativas à valoração e hierarquização entre conteúdo verbal/conteúdo visual sustentam o paradigma de ausência de ilustrações no livro de ficção em prosa dirigido ao público adulto em decorrência das pressões e expectativas culturais sofridas pelos leitores, é possível inferir que estando em um contexto no qual o padrão, reforçado por diversas frentes, é o de que uma obra literária para adultos tradicionalmente não conta com ilustrações, o consumidor pode ter uma reação de estranhamento a um livro que não supra esta expectativa ou, até mesmo os produtores de livros, por esta mesma tradição, nem cheguem a considerar a possibilidade de incluir esta forma de linguagem numa obra dirigida para adultos.

3.3 - Divergente: Tendências de consumo e fruição fora do “tradicional”

O título deste subcapítulo é uma brincadeira com o título de um livro de mesmo nome, voltado para jovens (segundo o site da Livraria Cultura, ele está na categoria “teen – Literatura – Ficção científica”), mas que foi um grande sucesso entre públicos de variadas faixas etárias³. Esta obra e outras como a série *Harry Potter*, *Crepúsculo*, *A Culpa é das Estrelas* e *Jogos Vorazes*, fazem parte de um gênero de literatura chamado *Young Adult Fiction*, ou simplesmente *YA*, em português *Ficção para Jovens Adultos*.

Como o nome do gênero transparece, o seu público-alvo são jovens adultos e adolescentes. Embora algumas instituições⁴ marquem uma certa equivalência ao público dos livros juvenis, ou seja crianças de 14 aos 18 anos de idade, outras fontes, como a teoria do desenvolvimento psicossocial de Erik Erikson (1998), brevemente discutida anteriormente, sugerem que o período de vida que define o jovem adulto vai até os 40 anos. Independente da precisão da faixa etária, o surgimento e sucesso

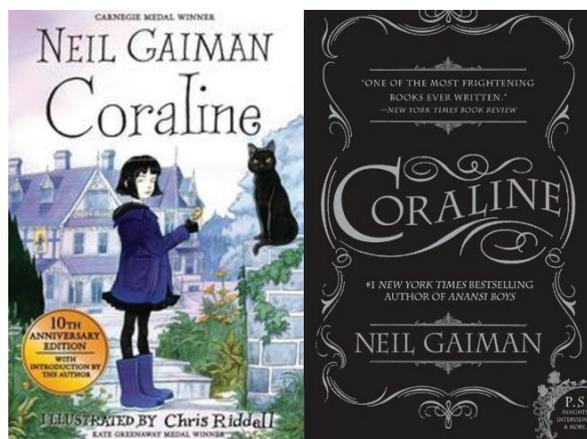
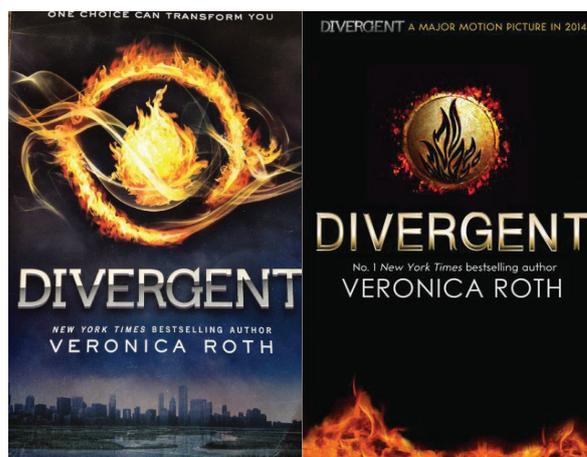
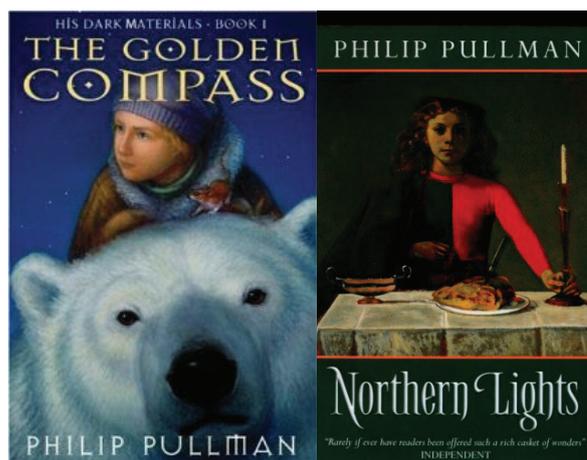
3 [https://en.wikipedia.org/wiki/Divergent_\(novel\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Divergent_(novel)), acesso em 11 de novembro de 2015

4 <http://www.ala.org/yalsa/aboutyalsa>, acesso em 11 de novembro de 2015

deste tipo de obra sugere a existência de interesse de parte da população legalmente adulta por temas tradicionalmente associados com o público infantil. Na verdade, existem até mesmo edições especiais “adultas” (*adult edition*) de certos livros YA ou infanto-juvenis com o mesmo conteúdo textual da obra original, mas com capas mais “sóbrias”, revelando um possível constrangimento por parte do próprio consumidor adulto de ser visto publicamente fruindo uma obra “de criança” (ver figuras de 3.3 a 3.12).

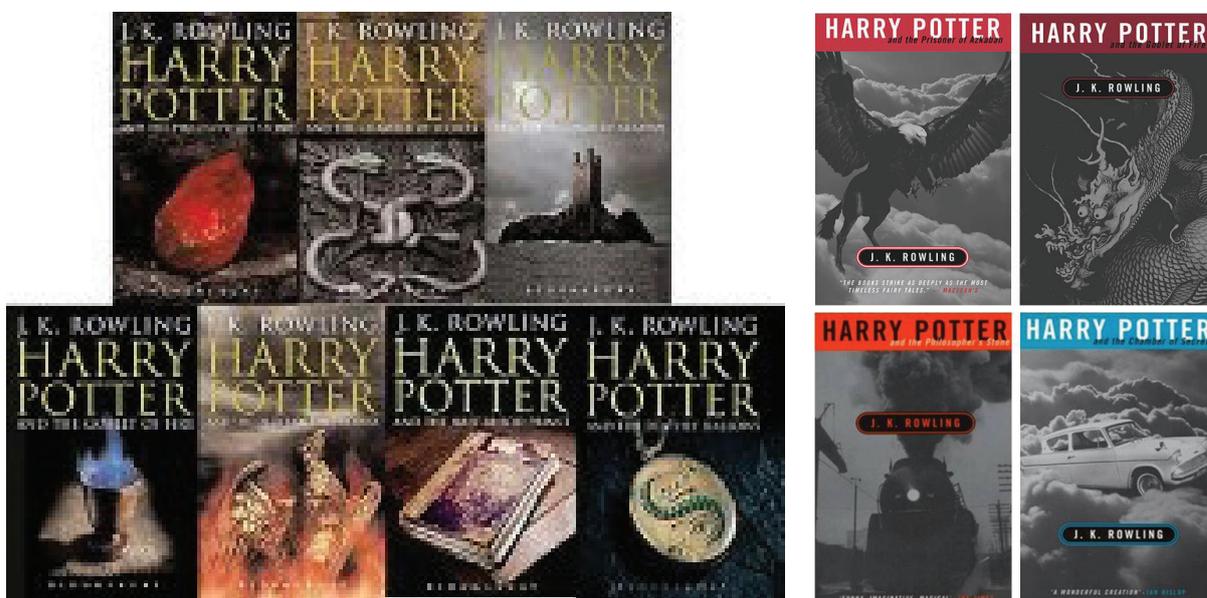
Outros possíveis exemplos editoriais contemporâneos de transgressões e experimentos de deslocamentos de linguagens e públicos são: um livro infantil sem ilustrações e os livros de colorir para adultos. Estes são de especial interesse para a pesquisa pela questão da ilustração.

O livro infantil em questão é O livro sem figuras (ver figura 3.13), que como diz o título não tem absolutamente nenhuma ilustração, o que é extremamente incomum para um livro atual dirigido a crianças, como será constatado no capítulo 5. Com muito foco na expressão tipográfica e principalmente no humor, este livro foi feito para a leitura em voz alta, por um adulto, para uma criança. O texto sugere que a pessoa que está lendo-o (presumivelmente o adulto que lê para a criança) é “obrigada” a ler tudo aquilo que está escrito no livro em voz alta e foi um grande sucesso de vendas, permanecendo por muitas semanas nos primeiros lugares da lista de mais vendidos do New York Times⁵.



Figuras 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7 3 3.8: À esquerda, veem-se as capa “tradicional” dos livros A Bússula Dourada, Divergente e Coraline; à direita veem-se as suas versões *adult edition*. Fontes: Editoras Yearling, Scholastic, Epic Reads, Harpercollins, Bloomsbury e Harper Perennial.

⁵ <http://www.nytimes.com/best-sellers-books/2015-07-19/picture-books/list.html> (acesso em 13 de julho de 2015)



PUC-Rio - Certificação Digital N° 1412233/CA

Figuras 3.9, 3.10, 3.11 e 3.12: À esquerda acima, veem-se as capa “tradicionais” dos livros da série Harry Potter; as demais figuras mostram diferentes coleções *adult edition*. Fontes: Editoras Scholastic e Bloomsbury.

Já os livros de colorir para adultos são um atual fenômeno editorial, alcançando os primeiros lugares das listas de mais vendidos brasileiras⁶ e sendo calorosamente discutidos pelos críticos e pelo público, que questionam tanto a sua validade como um livro, quanto sua destinação para o público adulto. Tais estranhamentos e, até mesmo, preconceitos são bem gritantes como deixa transparecer o título “*Barbies com lombadas*” (AUGUSTO, 2015) de um artigo do jornal *Estadão*, no qual o autor chama de “infantilizadas e desocupadas” (com o gênero propositalmente e pejorativamente

⁶ <http://publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-mensal.aspx> (acesso em 28 de junho de 2015).

no feminino) os consumidores de tais obras. Já a *Folha de São Paulo* e a *Veja* nem consideram tais obras como livros e, dessa maneira não entraram nas suas respectivas contagens dos mais vendidos⁷. Um editor-executivo de uma importante editora brasileira propôs uma “campanha pela maioria intelectual” contra o que ele chama de “triunfo da não-leitura”⁸. Por outro lado, há uma defesa dessas obras como relaxantes, terapêuticas e como uma forma de resgate do lúdico e da arte na vida adulta, como ilustra o texto do site de opinião Revista Bula:

“A arte e o esporte são tratados nos bancos escolares meramente como matérias de segundo plano, do último degrau da escada hierárquica das disciplinas. (...) Neste momento, as artes e a espiritualidade assumem um papel essencial como subterfúgio ou conforto para preencher este vazio: suprimir o lúdico que nos foi extraído na infância, assim, transportamo-las de volta ao nosso cotidiano adulto, já carente de criatividade.” (Ramos, 2015)

Ambos os exemplos levantam perguntas e possibilidades, além de gerar reações, muitas vezes extremas, ao mesmo tempo que mostram como essa discussão de linguagens e faixa etária é relevante e rica para o mercado editorial e para a leitura.

Outra confirmação desta tendência de consumo já existente de adultos com preferências desviantes do considerado padrão é o perfil de consumidor denominado *Kidult*. De acordo com o *Oxford Dictionarie* (tradução da autora):

Kidult: Substantivo. 1: (Informal) Um adulto com gostos infantis. 2: (Substantivo coletivo; usado frequentemente como modificador) Um gênero de programa televisivo, filme ou jogo cuja intenção é atrair tanto crianças quanto adultos.



Figura 3.13: Capa do *O livro sem figuras*. Fonte: Editora Intrínseca.

sumem um papel essencial



Figura 3.14: Internautas discutem os livros de colorir para adultos no post sobre o artigo do *The Guardian*: “livros de colorir para adulto soa errado” diz um, logo seguido por uma segunda pessoa que diz “eu amo meus livros de colorir”. Fonte: Fanpage do The Guardian.

⁷ <http://app.folha.uol.com.br/#noticia/557132> (acesso no dia 13 de julho de 2015)

⁸ <http://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/com-os-livros-de-colorir-vivemos-o-triunfo-total-da-nao-leitura-dispara-editor.html> (acesso no dia 13 de julho de 2015)

Estes consumidores são o principal público-alvo de segmentos como o mercado de *toy art*⁹ (ver figuras 3.15, 3.16 e 3.17), curtas e longas de animação dirigidos para adultos (ver figuras 3.18, 3.19 e 3.20), video-games¹⁰ e um dos maiores públicos visitantes do parque temático *Walt Disney World*¹¹.



Figuras 3.15, 3.16 e 3.17: Os *toy arts* *McSupersized*, *Luey* e *Squirre* primam pelo fator de choque e bizarrice mostrando que o seu público alvo não é o infantil. Fonte: Toy Tokyo



Figuras 3.18, 3.19 e 3.20: Cena da série de animação *Uma família da pesada* no qual o cachorro da família morre de maneira brutal, cartaz do Festival Internacional de Animação Erótica de 2007 e cena do longa metragem *Anomalisa*, no qual o protagonista luta contra uma severa depressão. Fontes: Fox Broadcasting Company, FIAE e Paramount Pictures.

O sociólogo e comentador social inglês Frank Furedi (2003), no seu artigo *The children who won't grow up* (em uma tradução livre, *As crianças que não vão crescer*), afirma que o termo *kidult* foi criado pelos anunciantes e fabricantes de brinquedos para descrever um novo público interessado em suas ofertas. Com considerável choque e declarado pessimismo, o autor associa diretamente a predileção

9 Também conhecidos como *designer toys*, são bonecos e miniaturas feitos com o intuito de exposição e decoração cujo público-alvo são adultos colecionadores.

10 De acordo com uma pesquisa realizada em 2015 pela Entertainment Software Association (ESA) a idade média do jogador de jogos eletrônicos americano é 35 anos para os homens e 43 anos para as mulheres e, inclusive, grandes títulos têm censura para menores de 18 anos. <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>

11 De acordo com a revista de turismo de luxo *Condé Nast Traveler*, mais de 20 milhões de adultos *sem* crianças visitam o parque temático por ano. <http://www.cntraveler.com/stories/2013-05-14/how-to-visit-disney-world-without-kids-lauren-lipton>

de adultos por temas e produtos tradicionalmente infantis (e, inclusive faz menção direta aos livros infantis e infanto-juvenis lidos por adultos) e a nostalgia com a falta de perspectiva e tomada de responsabilidades da geração de jovens e o fenômeno internacional da geração bumerangue (*boomerang generation*)¹², no que ele chama de *peterpandemonium*.

“Mas importa que nós estamos perdendo gradualmente a visão do que distingue adultos de crianças? Afinal, sempre houve homens e mulheres tristes que obtêm grandes prazeres de coisas infantis. Nem é o desejo de permanecer jovem peculiarmente recente. Pela história as pessoas procuraram sem descanso o segredo da juventude, e tentaram atrasar o inexorável processo de envelhecimento.

A infantilização da sociedade contemporânea é dirigida por paixões bem específicas do nosso tempo. O compreensível desejo de não parecer velho foi substituído pela autoconsciente cultivação da imaturidade. Pessoas no passado queriam parecer jovens e atraentes, mas não necessariamente se comportar como crianças. A atual obsessão com coisas infantis pode parecer um detalhe trivial - mas a pervasiva nostalgia pela infância entre os jovens adultos é sintomática de uma profunda insegurança em relação ao futuro. Hesitações sobre abraçar a vida adulta refletem uma diminuta aspiração por independência, comprometimento e experimentação. (tradução da autora)” (FUREDI, 2003)

Numa posição mais mediadora, o autor de *Rejuvenile: Kickball, Cartoons, Cupcakes, and the Reinvention of the American Grown-up* (em tradução própria, Rejuvenil: jogos de bola, desenhos animados, cupcakes e a reinvenção do adulto americano), acredita que esta mudança social não deva ser encarada nem de maneira pejorativa nem totalmente celebrada, mas vista como tendo valor neutro. Ele acredita que adultos com gostos tradicionalmente associados a produtos e ações infantis podem ser indivíduos funcionais da sociedade, economicamente e profissionalmente estáveis e, inclusive, ser pais, como relata em sua própria experiência:

“Nem me tornar pai colocou um fim nos meus gostos infantis. Na verdade, cuidar de crianças pequenas me deu a licença para tentar coisas que o livro de regras do mundo adulto certamente listava como crimes – brincar de pique-pega, pintar com manchas, comer picolé. Eu então fui forçado a reconhecer o simples mas doloroso fato de que brincar com crianças não é o mesmo que ser uma criança. Meus filhos tinham experiências simples e puras montando legos ou vendo desenhos; a minha era perfurada com *kitsch* (mau gosto), uma pequena dose de rebelião, e um vago senso de vergonha. Aos trinta e cinco anos, os meus interesses não deveriam ser mais sensatos – fundos de investimentos, por exemplo, ou como cuidar do gramado? O que estaria um adulto, que com exceção disso, era bem ajustado e relativamente responsável, aproveitando de PlayStation, sorvetes verdes ou Os Muppets? Eu não deveria ter “amadurecido” de tudo isto até agora?

12 Indivíduos que voltam a morar na casa de seus pais por questões financeiras e afetivas depois de adultos.

Foi desta semente de dúvida que este livro criou raízes. Falando primeiro com amigos e colegas e depois fazendo dois anos de intensa pesquisa, eu fiquei aliviado – e depois genuinamente chocado – de descobrir quantos adultos que pensavam do mesmo jeito existiam. Pessoas de todos os lugares simplesmente pararam de agir de acordo com suas idades. Eu cheguei a ideia de que a fronteira entre a vida adulta e a infância era como um posto de guarda da Guerra Fria, antes vigiado e armado, agora não guardado e poroso.” (NOXON, 2006)

O professor de Comunicação Social, Joshua Meyrowitz, afirma que a televisão foi um fator chave para a diluição dessas fronteiras (1995). Segundo o autor, antes do invento e popularização dos aparelhos televisivos, era possível para os adultos controlarem e censurarem os conteúdos acessados pelas crianças, que demoram anos para serem alfabetizadas e, portanto, adquirir fluência suficiente na linguagem escrita para acessar conteúdos literários sem o auxílio dos mais velhos, estando assim submetidas ao seu controle.

A TV, por sua vez, traz acesso igual para todos os públicos, sem precisar de uma habilidade especial desenvolvida à priori. Homens trabalhadores e mulheres donas de casa, pobres e ricos, crianças e adultos podiam ter seus “horizontes de experiência expandidos” com o acesso a conteúdos que não eram especificamente destinados a eles. Para o autor, esse contato das mulheres com os assuntos “masculinos” de política, negócios e esportes e o dos homens com assuntos “de mulher” relacionados a cuidado pessoal, beleza e sentimentos, fez com que houvesse uma maior percepção do sexismo vigente e tornou possível o reconhecimento de interesses não ditados pelo gênero. De modo similar, a televisão tornou os “segredos do mundo adulto” expostos para crianças que se tornaram menos ingênuas e, até mesmo, menos infantis, dessa maneira os adultos, pais e professores, perderam o propósito de tentar impor sua autoridade por meios tradicionais e, portanto, a “seriedade” e “solenidade” adultas perdem uma de suas principais razões de ser.

No entanto, é necessário fazer uma ressalva. A juventude está associada a conceitos diversos como novas linguagens e comportamentos, tecnologia, saúde, beleza e potência. Atualmente, a faixa etária de 18 a 24 anos é a mais influente comercialmente, sugestionando tanto consumidores mais novos quanto mais velhos¹³.



Figura 3.21 – Anúncio de creme anti-idade figurando uma modelo jovem, possivelmente mais nova que o público-alvo do produto. Fonte: Avon.

¹³ Informação da agência de pesquisas em tendências de consumo BOX1824. <https://www.youtube.com/watch?v=c6DbaNdBnTM>

A imagem de jovens é utilizada largamente para vender. Indústrias, como a da moda e beleza, por exemplo, muitas vezes tem como modelos ideiais para exposição e divulgação de suas marcas e produtos pessoas muito mais jovens do que seu público-alvo (ver figura 3.21). Além de vender, os jovens também consomem. Os jovens atualmente são 20,7% da população brasileira e representam uma fatia de mercado considerável. Anunciar com eles e para eles parece ser uma estratégia de marketing rentável.

3.4 Considerações parciais: Novas maneiras de ser adulto

Não existe um consenso ou é acordada uma definição exata do que é ser um adulto. Em termos psicológicos, a entrada nesta fase da vida parece se dar por um conjunto de posturas individuais que abrangem a relação do sujeito consigo mesmo, com a sua família e com a tomada de responsabilidade pelos seus atos. No entanto, existe uma visão do senso comum que relaciona diretamente hábitos de consumo e fruição de bens e produtos culturais associados ao público infantil à uma suposta imaturidade e à falta de capacidade de “ser um adulto” por parte do consumidor.

A subjetividade¹⁴ da pessoa que é o leitor é uma essencial parte da experiência e produção de sentidos entre ele e um livro, portanto as suas expectativas, posturas e abertura a linguagens serão parcialmente moldadas por suas experiências, seus valores, sua bagagem cultural, acadêmica e, ao mesmo tempo pelo que a sociedade espera dele e lhe oferece por seu papel, pela sua formação, por sua posição social etc. Até mesmo seu entendimento do que é a Arte e seus possíveis gêneros, hierarquias e atribuição de valores é fortemente influenciado pelas pressões sociais e tradições culturais. Essas influências e constrangimentos atuam na pessoa e o leitor que ele é que, por sua vez, muito possivelmente manterá expectativas e hábitos de consumo condizentes com os dele esperados, reforçando o ciclo.

Por mais que a formação e vivência de uma pessoa em um mundo abarrotado de imagens pressuponha um certo contato e domínio da visualidade, é possível inferir que pressões e tradições tenham ecos em suas experiências com diversos produtos culturais. Dessa maneira, mesmo estando frequentemente em ambientes com grande número de imagens, os leitores são influenciados e, ao mesmo tempo,

14 Segundo Bock (2008), subjetividade é o mundo particular de um indivíduo, de suas ideias, significados e emoções, construído sobre a síntese de suas vivências pessoais e culturais e de sua própria constituição biológica, que dá origem às manifestações afetivas e comportamentais de cada um. É este resultado que, simultaneamente, constrói nossa identidade única e nos iguala ao grupo, uma vez que as experiências são vivenciadas no campo comum da coletividade social.

participam da validação e do reforço das pressões sociais que giram em torno do objeto livro ilustrado dirigido ao público adulto.

No entanto, simultaneamente, novas maneiras de ser - e de “ser adulto” - estão sendo formadas por pessoas cada vez mais conscientes da sua individualidade. Segundo Hall (2004) o sujeito contemporâneo tem sua identidade fragmentada. Para o autor, as “velhas” e unas identidades tradicionais: nação, religião, classe, gênero etc (e, porque não, faixa etária), que pareciam oferecer uma sólida localização de quem era o indivíduo e quais seus horizontes (de possibilidades, de ações, de gostos) sofreram profundas transformações ao longo dos séculos, trazendo uma auto-percepção mais individual do sujeito.

“Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas” (2004, pág. 13). As diversas facetas que definem o indivíduo são formadas por identidades muitas vezes superpostas, não excludentes, embora possam ser paradoxais entre si. Uma mesma pessoa pode ser, por exemplo, mulher, mãe, religiosa e defensora do direito ao aborto. Um adulto pode ser trabalhador, uma pessoa responsável e gostar de desenhos animados, livros ilustrados ou de usar camisas de super-heróis.

Essa possível nova identidade, nova maneira de vida adulta, já é uma força atuante como mostra a relevante corrente de consumo para adultos com gostos fora do esperado para sua faixa etária. Os *kidults* inauguraram novos mercados, como o de *toy art*, e tendências, como a literatura de ficção para jovens adultos. As fronteiras entre infância e vida adulta, no que tange ao consumo cultural, vem se tornando cada vez mais permeáveis.

No capítulo a seguir, serão explorados e explicados os métodos e técnicas adotados na dissertação, as pesquisas bibliográficas e de campo que procuram discutir o público leitor adulto, o objeto livros ilustrado e a relação entre eles.