

Kidults e Peter Pans - sujeitos da cultura de consumo

Na cultura de consumo contemporânea, é possível constatar que o mercado tem investido num público denominado «*kidults*» ou «*Peter Pans*». O primeiro termo é uma associação de duas palavras da língua inglesa: *Kid* (crianças) e *adults* (adultos). Já o segundo termo, «*Peter Pans*», diz respeito a uma personagem principal de um conto escrito por Matthew Barrie. Essa personagem vive na Terra do Nunca, lugar onde crianças que lá vivem nunca crescem? daí o nome do lugar. Ambos os termos têm sido empregues para indicar que jovens e adultos consomem produtos antes direcionados ao mercado infantil. Parece haver um saudosismo no ar, uma busca em reviver a infância através do consumo de certos objetos.

Entre tais produtos estão aqueles com imagens de personagens como a *Moranginho*, a *Hello Kitty*, a *Betty Boop*, *Barbie* e também outras de desenhos animados, como os da *South Park* e da *Disney*. Essas personagens estampam cadernos, fichários, meias, camisetas (em tamanhos adulto), bolsas, pulseiras, relógios, porta-jóias, chaveiros, porta-retratos, almofadas, enfim, uma série de diferentes produtos. E não pára aí. Também são produzidos gêneros alimentícios e programas televisivos voltados a esse novo mercado.

Os motivos que levam tais jovens e adultos a se posicionarem como «*Kidults*» ou «*Peter Pans*» podem ser encontrados em um espaço interessante de investigação: comunidades do «*Orkut*». Em uma dessas comunidades (1), cujo tópico era "Eu me acho um «*kidult* pq»..." uma jovem brasileira, de 28 anos, escreveu: "**Eu amo...** lojas infantis, morro de rir de desenhos animados, amo os filmes da Disney, fico horas em lojas de brinquedos, sempre que posso convenço meus filhos a comprar um brinquedo porque eu quero tirar uma casquinha....Tudo meu é da Hello Kitty...." Respondendo ao mesmo tópico, outro jovem brasileiro, de 25 anos, escreveu: "estou voltando a ser criança pq tenho uma filha de 3 anos e minha casa está novamente se enchendo de brinquedos e vídeos infantis...". Essas duas falas apontam não só os gostos desses jovens por tais produtos de consumo infantil mas, sobretudo, duas posições de sujeitos que parecem se conciliar: a de «*kidults*» e a de pai/mãe.

Contudo, não é apenas no espaço privado que se evidencia tal comportamento mas também no espaço público, como sugere a fala de outra jovem brasileira: "Acho que me encaixo perfeitamente nesta terminologia, hehehe. Meu escritório é cheio de bugigangas pra todo lado, gosto de fazer do meu ambiente de trabalho um lugar fofinho, gostoso, cheio de fotografias da minha filhota, brinquedinhos pra quando ela vier e tudo o mais". O que se pode inferir a partir dessa fala é que a cultura do espetáculo aliada a uma certa flexibilização do trabalho podem favorecer tal comportamento na esfera privada.

Porém, uma ressalva precisa ser feita: antes de esse mercado «*kidult*» ser impulsionado pela cultura de consumo, pais e mães também compravam produtos infantis e brincavam com seus filhos. Uma das principais razões que motivavam tal comportamento dizia (e ainda diz) respeito às "obrigações" do papel de pai e mãe. Na atualidade, porém, pais e mães podem comprar um brinquedo para eles próprios brincarem.

A cultura de consumo não é a causadora deste comportamento, mas corrobora com ele ao torná-lo um fenômeno da moda, ao conformar os nossos gostos, nossos desejos, nossos sentidos, transformando-os em algo que podemos adquirir, comprar, usar. Contudo, uma importante contribuição que tal fenômeno traz consigo talvez seja o questionamento dos diferentes modos de ser adulto na cultura contemporânea. Neste sentido, a psicanalista Maria Rita Kehl indaga:

? Quem disse que "a próxima etapa" na vida de um(a) jovem(a) é necessariamente determinada por "maturidade, responsabilidade e compromisso"?

? Onde, na história recente, encontramos os adultos que o ideal moderno impôs como parte da natureza humana?

1) Trata-se da comunidade *kidults*, que tem 5.846 membros. O endereço é: <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=104602&tid=2426430009963777081&start=1>

Referências

KEHL, Maria Rita. O que é um adulto? Disponível em:
http://noticias.aol.com.br/colunistas/maria_rita_kehl/2004/0036.adp