



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS – CSHNB
LICENCIATURA PLENA EM HISTÓRIA

FRANCISCO EDMAR DE LIMA FERREIRA

**CHA-LA HEAD-CHA-LA: A Formação da Identidade Otaku e o Consumo da
Cultura Pop Japonesa em Picos na Primeira Década do Século XXI**

PICOS – PI

2014

FRANCISCO EDMAR DE LIMA FERREIRA

**CHA-LA HEAD-CHA-LA: A Formação da Identidade Otaku e o Consumo da
Cultura Pop Japonesa em Picos na Primeira Década do Século XXI**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em História, do Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, da Universidade Federal do Piauí, como requisito necessário para obtenção do grau de Licenciado em História.

Orientador: Prof. Ms. Naudiney de Castro Gonçalves

PICOS – PI

2014

FICHA CATALOGRÁFICA**Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí****Biblioteca José Albano de Macêdo****F383c** Ferreira, Francisco Edmar de Lima.

Cha-la head-cha-la: a formação da identidade Otaku e o consumo da cultura pop japonesa em Picos na primeira década do século XXI / Francisco Edmar de Lima Ferreira. – 2014.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (64 f.)

Monografia (Licenciatura Plena em História) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2015.

Orientador (A): Prof. Ms. Naudiney de Castro Gonçalves.

1. Cultura Pop Japonesa. 2. Cultura Japonesa-Consumo em Picos. 3. Mangá-Identidade Cultural. I. Título.

CDD 981.22

FRANCISCO EDMAR DE LIMA FERREIRA

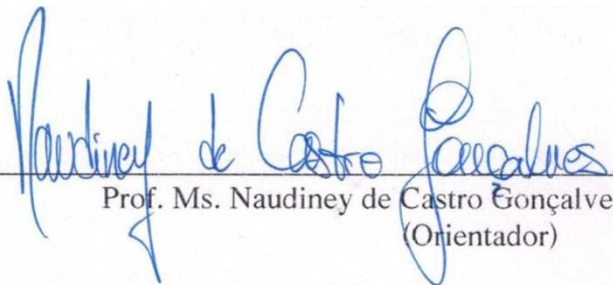
**CHA-LA HEAD-CHA-LA: A Formação da Identidade Otaku e o Consumo da
Cultura Pop Japonesa em Picos na Primeira Década do Século XXI**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em História, do Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, da Universidade Federal do Piauí, como requisito necessário para obtenção do grau de Licenciado em História.

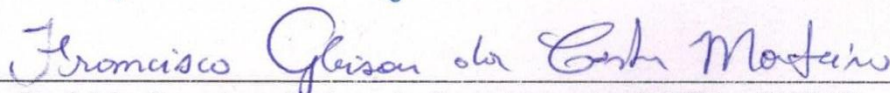
Orientador: Prof. Ms. Naudiney de Castro Gonçalves

Data da Aprovação: 09/01/2015

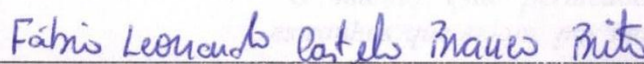
BANCA EXAMINADORA



Prof. Ms. Naudiney de Castro Gonçalves / UFPI – CSHNB
(Orientador)



Prof. Ms. Francisco Gleison da Costa Monteiro / UFPI – CSHNB
(Examinador)



Prof. Ms. Fábio Leonardo Castelo Branco Brito / UFPI – CSHNB
(Examinador)

“O mundo está permeado por mistérios. Mas por mais estranhos que sejam, por mais absurdos que pareçam, não são mais do que acontecimentos que passam despercebidos pelo universo. Se eles não forem testemunhados pelas pessoas, não forem influenciados pelas pessoas, não forem atingidos pelas pessoas. Pessoas. Pessoas. As pessoas são as entidades mais misteriosas que o mundo já concebeu.” – Yuku Ichihara, personagem criada pelo grupo CLAMP para o mangá xxx-Holic.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar ao Prof. Dr. Johny Santana de Araújo, pois sem o seu apoio eu sequer teria conseguido ingressar no curso de História no ano de 2009. Não poderia deixar de agradecer também ao Mestre Osamu Tezuka que foi o responsável por ditar as bases para o que conhecemos hoje como Mangá e Animê.

Agradeço aos meus familiares, em especial a minha mãe, Antônia de Lima. Aos meus amigos Anderson de Andrade e Allisson Aguiar que me acompanharam durante essa trajetória. Agradeço também a todos os meus colegas que compartilharam comigo a vida acadêmica no curso de História, em especial Raniela Rauênia e Maria do Carmo. Sem esquecer também o Clã do Sucesso que sempre estiveram juntos desde o primeiro seminário até o último.

Agradeço ao Prof. Ms. Naudiney de Castro Gonçalves que compreendeu o objetivo de minha pesquisa e me deu total apoio para seguir com ela, por toda a paciência que teve em me orientar e aos demais professores do curso que foram de extrema importância para a minha formação. Agradecimento especial para o meu amigo historiador e otaku Ricardo Cavalcante que me mostrou ser possível trabalhar com esse tema dentro da História e me forneceu uma vasta bibliografia que foi de grande utilidade.

Agradeço também à CAPES que através do Programa Institucional Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), sob a coordenação do Prof. Ms. Francisco Gleisson da Costa Monteiro me proporcionaram um enorme aprendizado e uma experiência incrível com a comunidade escolar.

Não posso deixar de agradecer a todos os otaku que cederam suas memórias para que eu pudesse fundamentar minha pesquisa, pois sem elas não teria sido possível a construção deste trabalho.

Todos foram de fundamental importância para que eu pudesse dar mais um passo na conquista de meus objetivos.

Arigatô gozaimassu!

RESUMO

Esta monografia tem como objetivo discutir a formação de uma identidade cultural denominada de “Otaku” na região de Picos - PI, cujo processo se dá através do consumo de elementos da Cultura Pop Japonesa, em especial os desenhos animados conhecidos como “Animê” e as histórias em quadrinhos chamadas de “Mangá”. A pesquisa analisa os principais aspectos dessa cultura desde a sua origem no Japão, passando por sua entrada e expansão no Brasil até a forma como se constituiu o seu consumo em Picos durante a primeira década do século XXI levando diversos jovens aficionados por esses elementos a se reconhecerem e se autodenominarem Otaku. Para isso foram levadas em consideração algumas perspectivas teóricas como a da apropriação discutida por Roger Chartier e a de identidade de Stuart Hall.

Palavras-chave: Otaku; Cultura Pop Japonesa; Animê; Mangá; Identidade.

ABSTRACT

This paper aims to discuss the formation of a cultural identity called "Otaku" in the region of Picos - PI, which process is through the use of elements of Japanese Pop Culture, especially the cartoon called "Anime" and comic books called "Manga". The research analyzes the main aspects of this culture from its origins in Japan, through its entry and expansion in Brazil by the way they set up their consumption peaks during the first decade of this century leading many young people passionate about these elements to and recognizing self denominarem Otaku. For that were considered some theoretical perspectives such as the appropriation discussed by Roger Chartier and the identity of Stuart Hall.

Keywords: Otaku; Japanese pop culture; anime; Mangá; Identity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO I. JAPOP: DO JAPÃO PARA O MUNDO.....	13
1.0 Primeiras influências ocidentais.....	13
1.1 Adaptações do American Way.....	16
1.2 Principais elementos de consumo.....	18
CAPÍTULO II – ENTRADA E EXPANSÃO DA CULTURA POP JAPONESA NO BRASIL.....	27
2.1 Os Animês definindo as gerações da Japop no Brasil.....	27
CAPÍTULO III – JAPOP E IDENTIDADE OTAKU EM PICOS.....	46
3.0 O otaku dentro e fora do Japão.	46
3.1 O Consumo em Picos.....	54
3.2 Muito além do consumo: os animês e mangás na construção social do indivíduo.....	57
CONCLUSÃO.....	60
FONTES E REFERÊNCIAS.....	61
ANEXOS.....	64

INTRODUÇÃO

Com o nascimento da corrente que chamamos de Nova História, proporcionado pelas transformações que ocorreram na historiografia mundial, permitiu-se que surgissem inúmeros temas inovadores no estudo da História, dentre algumas destas novas possibilidades estão a História oral, História da religiosidade, História das mulheres e muitas outras.

Quando o historiador britânico Peter Burke (1992) buscou definir a Nova História ele ressaltou que sua origem está ligada à Escola dos *Analles* e estando situada na História total, se contrapunha completamente ao paradigma da historiografia tradicional. Segundo Burke, a Nova História se distingue da tradicional em seis pontos, sendo eles: tudo é histórico, a Nova História preocupa-se com uma história total, diferentemente da antiga que se detinha somente a História política; a análise das estruturas, em contrário a narração dos grandes fatos; o olhar de baixo para cima; com a Nova História, todo e qualquer documento possui significativa importância para análise, não se detendo mais somente aos documentos oficiais; a preocupação com os Movimentos Sociais; e por fim, a objetividade total.

Dessa forma, possibilitou-se para a História estudos a partir de novas tendências e um modo de pensa-la sem esquecer das estruturas. Dentro dessa perspectiva, a Nova História Cultural também inova na maneira como a História deve tratar a Cultura.

A História Cultural constitui-se em uma das práticas historiográficas mais comuns na atualidade, permitindo que aspectos culturais do comportamento dos indivíduos tornem-se o centro do conhecimento histórico e possibilitando também que suas interpretações se constituam em um campo privilegiado para os historiadores.

A partir daí, diversos objetos de investigação se tornam possíveis e sua multiplicidade percorre uma variada gama de opções, dentre elas está o estudo da Cultura Pop Japonesa.

Com o “boom” dos desenhos animados japoneses, conhecidos como Animês, na TV brasileira, sobretudo na TV Manchete, na década de 1990, surgiu um enorme legado de fãs e apreciadores não só dessas produções como também de diversos outros elementos relacionados à cultura pop japonesa.

Conhecida também como Japop, a Cultura Pop Japonesa compõe uma vasta gama de recursos de entretenimento e mídia, onde seus principais difusores são os animês; as histórias em quadrinhos, chamadas de Mangá, seriados e filmes que abusam dos efeitos especiais e pirotécnicos que enchem os olhos do espectador, os Tokusatsu.

O público consumidor desse tipo de mídia é denominado de Otaku. Tal termo está associado a uma identidade cultural específica que caracteriza todo aquele que se interessa e

busca cada vez mais estar em contato com os produtos oriundos do mercado de entretenimento japonês. Os Otaku surgiram no Japão a partir da reestruturação do país no pós Segunda Guerra Mundial e estão espalhados por todo o mundo, inclusive no Brasil. No entanto, a definição de Otaku no Ocidente é um pouco diferente da japonesa.

No Japão o termo Otaku significa, literalmente, “em sua casa” e é também usado como forma de tratamento impessoal para evitar uma maior aproximação com o indivíduo ao qual está se dirigindo. Além do mais, serve para caracterizar alguém que é fanático por um assunto ou hobby específico, não necessariamente apenas Animês e Mangás. No entanto, no Ocidente, assim como no Brasil, Otaku é todo aquele que aprecia e consome elementos da cultura pop japonesa, principalmente Animês e Mangás.

O presente estudo tem como objetivo historicizar o surgimento da identidade cultural Otaku na cidade de Picos - PI, localizada a 300 km da capital Teresina, na primeira década do século XXI a partir do consumo da cultura pop japonesa em especial os animês e sua literatura em quadrinhos denominada de Mangá, bem como dos produtos relacionados que contribuem para disseminar informações sobre esse tipo de mídia, no caso, revistas especializadas no assunto. Será levado em consideração a disponibilidade desses produtos no mercado picoinense e recursos como a internet.

Procurei investigar o momento histórico para a formação dessa identidade e os mecanismos que levaram os entrevistados a se reconhecerem e se auto afirmarem como Otaku no recorte temporal em questão.

A escolha deste estudo foi possível devido a grande aproximação que existe entre pesquisador e objeto onde o mesmo se reconhece como um Otaku e deseja problematizar as práticas dessa tribo juvenil na região de Picos.

Para fundamentar a pesquisa foram usadas as contribuições teóricas de autores que tratam do assunto, como o jornalista francês Étienne Barral (2000), especialista em novas tecnologias; com sua obra *Otaku – os Filhos do Virtual* foi possível conhecer o otaku em sua origem e as consequências que o geraram. A advogada Cristiane A. Sato (2007), fundadora e presidente da ABRADEMI – Associação Brasileira de Desenhistas de Mangá e Ilustrações; em *JAPOPOP: o Poder da Cultura Pop Japonesa* Sato detalha como essa cultura se formou e como se deu a sua entrada no Brasil. E Alexandre Nagado, redator de diversas revistas especializadas em Animê e Mangá. Nagado também discute as características da cultura pop japonesa no seu país de origem e aqui no Brasil. Com o auxílio deles foi possível um estudo

interpretativo e descritivo da cultura pop nipônica, por onde foram abordados os seus principais aspectos.

A partir da análise da ideia de apropriação de Chartier, busco entender a forma como essas produções influenciam o público ocidental levando-os a absorver características culturais e comportamentais de uma nação estrangeira. Outros teóricos como Stuart Hall e Pierre Bourdieu também foram de fundamental importância para melhor compreender o processo de sedução que leva o indivíduo a se auto afirmar Otaku.

Com base em entrevistas realizadas com alguns Otaku da cidade de Picos e através de suas memórias foi possível fazer um levantamento dos elementos que levaram a uma aproximação entre o público picoense e a cultura pop nipônica para além das produções exibidas na TV e identificar quais foram os elementos sedutores que os trouxeram para esse universo cultural.

Quanto ao termo “CHA-LA, HEAD CHA-LA” usado no título deste trabalho trata-se do refrão e também título de uma música do cantor japonês Hironobu Kageyama que é tema de abertura do animê *Dragon Ball Z*, do artista Akira Toriyama, que foi o animê de maior expressão no Brasil durante o recorte escolhido. Na versão brasileira da abertura a canção foi interpretada por Rodrigo Firmo. O termo trata-se de uma onomatopeia usada pelos japoneses que significa “Siga adiante” ou “Siga em frente”.

A importância do estudo servirá para analisar a relação entre um produto de mídia estrangeiro e a apropriação de uma identidade gerada por ele em parte do público da cidade de Picos, geralmente quando crianças e adolescentes, e que permaneceu mesmo depois de ingressarem na vida adulta.

CAPÍTULO I. JAPOP: DO JAPÃO PARA O MUNDO

1.0 Primeiras influências ocidentais

Apesar de alguns não se darem conta, a cultura japonesa está muito mais presente em nossas vidas do que podemos imaginar. Nos alimentos, na moda, na indústria automobilística, nos eletrodomésticos da sala até a cozinha, inclusive sua cultura faz parte do nosso dia-a-dia enfim, onde menos se espera há algum produto oriundo da chamada terra do sol nascente. Mas como é possível que essa influência vinda de tão longe consiga estabelecer bases em nosso território? Para obtermos a resposta para esta questão, é preciso, antes de tudo, entender como se formou o pop japonês.

Durante muito tempo o Japão esteve fechado para o ocidente, rejeitando qualquer tipo de contato ou influência externa. No entanto, em 1854 o Comodoro Matthew Parry¹ ancorou na baía de Edo (antigo nome da atual capital Tóquio) munido por canhões da armada americana para cobrar resposta da carta enviada pelo presidente americano um ano antes, onde propunha um tratado de comércio com aquela nação, ameaçando um bombardeio caso houvesse recusa dos mesmos. “As fragatas da Esquadra de Perry equipadas com armamentos modernos impressionaram os japoneses, que as denominaram *kurobune* (navios pretos)” (YAMASHIRO, 1964. p. 138).

Após passar pelo processo da Revolução Industrial (1760-1840), países como Estados Unidos e Inglaterra voltaram os olhos para o continente asiático com o desejo de expandir seu mercado. Por sua vez, o Japão enfrentava problemas internos devido ao deterioramento do Shogunato dos Tokugawa². Esse enfraquecimento contribuiu para facilitar a entrada dos americanos em seu território, visto que, naquele momento, o país não possuía estrutura suficiente para oferecer resistência ou, até mesmo, enfrentar uma guerra.

Dois importantes tratados foram assinados entre as duas nações. O primeiro, o Tratado de Kanagawa em 1854, que possibilitava que os Estados Unidos abrissem portos em Hakodate e Shimoda, bem como, a instalação de um consulado americano no Japão. O segundo, o Tratado de Comercio e Navegação em 1858, permitia a entrada de navios americanos nos portos de Nagasaki, Kanagwa, Hyogo e Niigata.

¹ Matthew Calbraith Parry (1794-1858), Comodoro da Marinha dos Estados Unidos que impulsionou a abertura do Japão ao Ocidente com o Tratado de Kanagawa em 1854 (Wikipédia, acesso em 30/06/2014)

² Tokugawa Bafuku (1603-1868) foi uma ditadura feudal estabelecida no Japão em 1603 por Tokugawa Ieyasu e governada pelos xoguns da família Tokugawa até 1868 (Wikipedia, acesso em 30/06/2014).

Ao ceder a essas pressões, outros tratados foram assinados com a Rússia, Holanda e Inglaterra. Com a queda do isolamento vivido pelo Japão, as pressões imperialistas e os demais problemas internos que o país enfrentava, acelerou o colapso do shogunato Tokugawa até a sua total derrocada.

Passados 14 anos desde que o almirante Matthew Perry exigiu a abertura dos portos e após inúmeros conflitos com os imperialistas, o shogunato Tokugawa devolveu o poder político à corte, em um processo que ficou conhecido como Restauração Meiji³. A retomada do poder pelo imperador Meiji marcou o fim de sistema feudal japonês que já duravam 700 anos e deu início a Era Meiji. Essa época é muito bem retratada no mangá *Rurouni Kenshin* do mangaká⁴ Nobuhiro Watsuki lançado no Brasil primeiramente com o título *Samurai X*, pela Editora JBC no ano de 2001 no formato meio *tanko*⁵ que rendeu 56 volumes, e relançado posteriormente em 2012 com seu título original e no formato *takobom*⁶ e totalizará 28 volumes. O anime baseado na obra também foi exibido por aqui nas manhãs da TV Globo no final de 1999 até meados de 2000, mas devido ao teor violento da história e a carga psicológica enfrentada pelos personagens, o animê sofreu inúmeros cortes e acabou por ser retirado do ar. Essa obra em quadrinhos narra as aventuras de Kenshin Himura, um antigo *Battousai* (Retalhador) que lutou ao lado dos monarquistas para dar fim ao shogunato Tokugawa e abriu caminho para a Era Meiji. Nos primeiros anos da nova Era que se instaurou no Japão, Kenshi jura nunca mais matar ninguém, no entanto, seu passado o persegue e ele terá que lutar para proteger a si e seus amigos usando uma *Sakabatou*.⁷ Inclusive, durante a criação do personagem Kenshin, o autor Nobuhiro Watsuki inspirou-se na história de Kawakami Gensai, um samurai real conhecido como “*Hitokiri*” (esquartejador de homens), que viveu no mesmo período retratado na série.

A Era Meiji trouxe para os japoneses um novo modo de vida, a começar pela organização social, passando pelas comunicações até as transformações culturais. Foi abolido

³ Restauração Meiji (1868 - 1912), teve início com derrubada do Xogunato Tokugawa e refere-se a uma série de transformações do regime teocrático do governo do Imperador Meij (Wikipedia, acesso em 30/06/2014).

⁴ Mangaká: Palavra japonesa usada para se referir ao artista que trabalha com Histórias em Quadrinhos.

⁵ Meio Tanko: Corresponde a metade de um volume Tankobom.

⁶ Tankobom: é um termo da língua japonesa para um livro que é completo em si próprio e não é parte de uma série, embora a indústria de mangá use o termo para identificar compilações (brochuras) de capítulos que possam fazer parte de uma série (Wikipédia, acesso em 30/06/2014).

⁷ Sakabatou: literalmente “espada de fio inverso” é um tipo de katana (espada japonesa) fictícia, mencionado na série japonesa *Rurouni Kenshin* de Nobuhiro Watsuki. Esta é a principal arma usada pelo protagonista da história, Himura Kenshin.

o antigo sistema de classes e todos passaram a ser iguais perante a lei na condição de súditos do imperador. Trens e navios a vapor passaram a fazer parte do cotidiano facilitando as comunicações e tornando as viagens mais cômodas e rápidas. O país procurou desenvolver suas indústrias e para isso enviou uma missão para a Europa e América a fim de estudar o modo de organização industrial do estrangeiro (YAMASHIRO, 1964).

Os hábitos cotidianos dos japoneses foram os mais atingidos e deram mais visibilidade para o novo modo de vida que havia se instaurado. Segundo José Yamashiro

Com a evolução da nova cultura, os costumes sofreram, naturalmente, sua influência e se modificaram radicalmente. Desapareceu o hábito de trazer catana à cintura, os homens começaram a cortar o cabelo à ocidental, vestiram o traje europeu. Jornais e revistas surgiram, a luz elétrica e lâmpadas a gás passaram a iluminar as ruas das cidades, prédios de estilo ocidental foram erguidos. Até a alimentação sofreu modificação sob o influxo da arte culinária ocidental. A carne de vaca, que era praticamente desconhecida, se tornou prato muito apreciado, e restaurantes de comida ocidental apareceram nas cidades, com grande afluência de público. A influência ocidental atingia o próprio meio e o próprio modo de vida dos japoneses que, durante tanto tempo, estiveram isolados do mundo. A ocidentalização do Japão era um fato (YAMASHIRO, 1964. p. 153-154).

Podemos observar desde já as primeiras influências significativas que o Japão sofreu após abrir-se para o Ocidente. Essas transformações políticas, sociais e econômicas que ocorreram no país serviram de base para dar início à formação de uma nova identidade cultural inspirada no modo de vida ocidental.

Apesar de todo esse fascínio e adesão aos elementos estrangeiros, com o passar do tempo um novo regime de isolamento fez o Japão repudiar a presença de tais influências. Após a Primeira Guerra Mundial o Japão sofreu mudanças na sua estrutura administrativa. As forças reacionárias e militaristas ganhavam cada vez mais espaço em todas as esferas do poder. A quebra da Bolsa de Valores de Nova York em 1929 veio agravar ainda mais a situação interna do arquipélago. “Começou um verdadeiro período de repúdio aos estrangeirismos e foi lançada a censura sobre jornais, cinemas e editoras que deveriam corroborar apenas os ideais militaristas” (MÉLO, 2010. p. 06). Esse período de isolamento só seria quebrado novamente após os conflitos da Segunda Guerra Mundial, momento em que o Japão sofreu uma amarga derrota e teve, sobretudo, o seu orgulho ferido.

O lançamento de bombas atômicas por parte dos americanos sobre as cidades de Hiroshima e Nagasaki resultou na rendição do Japão, pondo fim a guerra. Uma crença

mantida há séculos pelos japoneses caiu por terra quando o imperador Showa (1901-1989) negou em uma declaração pública a sua origem divina. Derrotados e sem estrutura para resistir, o país não viu outra alternativa a não ser aceitar novamente a presença americana. “As forças de ocupação estadunidenses deram as novas diretrizes e o povo japonês, apesar de derrotado, estavam tão exaustos do conflito que queriam apenas esquecer a tragédia e retomar suas vidas” (MÉLO, 2010.p. 06-07).

Essa aceitação por parte dos japoneses em relação à intervenção americana no pós-segunda guerra viria a ser o ponto de partida para o renascimento econômico do arquipélago, bem como para a formação da Cultura Pop daquele país. Pois a mesma tomou forma a partir das influências do *American Way*, no entanto, é ingênuo pensar que os japoneses aceitaram e copiaram o modo de vida americano da forma como foi chegado até eles.

1.1 Adaptações do *American Way*

Segundo Roger Chartier (1995), devemos identificar a cultura popular a partir da apropriação que os grupos fazem dos objetos culturais, através dos significados que alguns grupos dão a tais objetos. Enquanto isso, para Michel de Certeau (1982), a Cultura Popular se manifesta de maneira distinta, ganhando forma nas “artes de fazer” isto ou aquilo. As práticas trazem à luz um modo de refletir investido num modo de atuar.

Os dois autores procuram evidenciar a importância de se refazer a maneira como a cultura popular e cultura erudita se relacionam. Dessa forma, os estudos culturais buscam quebrar a ideia de que a cultura do povo está oposta a cultura da elite.

O conceito de cultura popular nos proporciona contribuições teóricas para o entendimento do significado de ser Otaku, pois a Cultura Pop Japonesa é compartilhada não só pelos membros das camadas sociais abastadas, mas também pelas menos favorecidas.

Cristiane Sato ressalta em sua obra *JAPOPOP: o Poder da Cultura Pop Japonesa* que uma diferença significativa entre cultura pop e cultura popular, esta última também conhecida como folclore. Entende-se que o folclore está ligado aos elementos tradicionais de um povo, por exemplo, lendas, crenças, provérbios, contos ou festejos e é passada de geração para geração, sobretudo através da oralidade. Já a cultura pop usa como principal recurso a mídia para criar e divulgar seus ícones (SATO, 2007).

Sendo assim, a principal diferença entre cultura popular e cultura pop está no fato de esta última estar intimamente ligada à produção e consumo de seus ícones através do mercado, sobretudo do entretenimento.

Na situação que o Japão se encontrava após a Segunda Guerra Mundial, onde buscava sobretudo esquecer e aliviar as dores do conflito, somando a isso a ocupação dos Estados Unidos em seu território, fica claro que o principal meio de fuga da realidade foi o consumo dos produtos de mídia que os americanos injetaram naquele país.

Vale lembrar que essa difusão do pop americano fazia parte de um plano para conter o avanço do Comunismo. Através do *American Way* seria possível conhecer as maravilhas e o conforto proporcionado pelo consumismo.

Na condição de nação derrotada após a 2ª Guerra, os japoneses assistiram passivamente o exército americano instalar o governo de ocupação em Tóquio. De repente, tudo que havia sido proibido ao público japonês, ou desprezado pelos japoneses durante a guerra por serem considerados ‘símbolos do inimigo’, invadia as rádios, os cinemas, os jornais e as revistas, como as músicas das *big bands*, as produções de Hollywood e os *comics*. Coisas antes inaceitáveis, como expressões em inglês no vocabulário diário e Coca-Cola fazendo parte do cardápio de bares e restaurantes, tornaram-se corriqueiras (SATO, 2007. p. 14).

Podemos perceber que os principais elementos da cultura americana foram praticamente despejados e impostos para serem consumidos e copiados pelo povo japonês. No entanto, Sato ressalta que não houve uma cópia propriamente dita. O que aconteceu de fato foi uma reinvenção do modelo americano para se adaptar ao estilo de vida japonês.

Não seria tão fácil assim substituir rapidamente a cultura que o Japão já possuía, formada e seguida durante milênios, por algo totalmente recém chegado. Sendo assim, o Japão soube muito bem aproveitar essas influencias e usá-las a seu favor para criar ícones inspirados no estilo americano que pudessem conquistar o público do país sem perder a sua essência tradicional. “E assim formou-se o pop japonês contemporâneo: ocidentalizado na forma, mas nipônico no conteúdo” (SATO, 2007. p. 15).

A partir de então o Japão passou a investir cada vez mais em produtos de entretenimento de massa. Músicas, radionovelas e filmes transformaram-se em uma ótima alternativa para diminuir a carga negativa acumulada com o sofrimento devido aos conflitos da segunda guerra.

Mas não foram somente os produtos midiáticos inspirados em modelos americanos que os japoneses adaptaram ao seu estilo. Todo o luxo e conforto exaltado nas produções cinematográficas americanas enchiam os olhos dos nipônicos devido à sensação de bem estar que aquelas imagens transmitiam. E como não dispunham de recursos para usufruir de tais regalias, também buscou-se uma forma de estarem, a seu modo, mais próximos daquela realidade.

Com sua reestruturação econômica, a indústria japonesa passou a investir em produtos que fossem acessíveis ao povo, sobretudo de classe média. Possuir os eletrodomésticos e automóveis que ilustravam os filmes hollywoodianos que chegavam até os japoneses tornou-se uma realidade possível a partir da produção interna com recursos e materiais de produção mais baratos.

Agora renascido, o Japão estava dando os primeiros passos para se tornar em pouco tempo a segunda maior potência mundial. Feito que não só surpreendeu a todos, mas também conquistou a admiração e despertou a curiosidade do resto do mundo.

1.2 Principais elementos de consumo

A cultura pop japonesa tornou-se, sobretudo, um elemento de consumo das massas. Cinema, quadrinhos, animação e músicas são apenas alguns dos elementos que dão forma ao enorme leque de opções disponíveis para seus apreciadores. Como já foi mencionado antes, a influência externa que o Japão recebeu serviu de exemplo para moldar a sua própria cultura pop com características de seu povo mas com uma roupagem ocidentalizada. Alguns exemplos, como o cinema, deixam claro a preferência dos japoneses pelos produtos produzidos em seu país, pois apesar do sucesso das produções hollywoodianas, é o cinema japonês que tem maior destaque entre o público nipônico.

Os filmes japoneses contam, sobretudo, histórias inerentes ao imaginário japonês, abordam temáticas presentes nas preocupações da sociedade japonesa, mesmo que figurinos ocidentalizados façam parte dos recursos de produção, o que é intrínseco à cultura e tradição ainda perdura. Ingenuidade pensar que uma sociedade se tornou mera cópia de outra ou que mesmo o consumidor brasileiro de cultura pop japonesa é tão tolo a ponto de nem sequer saber o que está consumindo e o que realmente lhe agrada (MÉLO, 2010. p. 21).

É notável o grande valor que o povo japonês dedica aos produtos nacionais mesmo que esses produtos possuam características estrangeiras, no entanto, pode-se afirmar que os mesmos foram condicionados a aceitar essas influências durante o processo de ocupação americano. O que facilita a receptividade de tanto material com aspecto americano. O que também impressiona é o fato de o Ocidente ter passado a consumir tais elementos de forma que eles mesmos passaram a incorporar características típicas da Japop nas suas produções. Um exemplo claro disso é percebido em algumas animações americanas que são facilmente confundidas com animações japonesas por possuir traços presentes nos animês, como *Três*

Espiãs de Mais, Generator Rex e Bem 10. Sem falar nos inúmeros filmes japoneses que ganharam *remakes* americanos como *O Chamado, O Grito, Godzilla* dentre outros.

Muitas pessoas consomem essas mídias americanas sem ao menos se dar conta que na verdade elas são fruto da Japop. Além dos já citados anteriormente, outra produção americana bastante cultuada há mais de 20 anos, que originalmente é japonesa, é o seriado *Power Rangers*. Trata-se de um gênero de entretenimento bastante popular no Japão chamado *Super Sentai* em que um grupo de jovens são convocados para lutar contra inimigos que ameaçam dominar ou destruir o planeta, cada um usando um uniforme de cor diferente. Na versão estadunidense, a produtora *Saban* compra os direitos da produtora japonesa *Toei Company* para refilmar a série. No entanto, só são gravadas com atores americanos as partes em que os mesmos aparecem sem seus uniformes de combate, os trechos em que os personagens estão transmutados são aproveitados da versão original japonesa.

No mercado das Histórias em Quadrinhos o Japão um dos maiores produtores desse gênero, ultrapassando até mesmo o mercado americano que possui bastante destaque e influência no mundo das narrativas gráficas. Os mangás movimentam trilhões de Ienes⁸ todos os anos, além de serem lançadas não só no seu país de origem, mas também no Ocidente, inclusive no Brasil.

Mangá é a termo usado pelos japoneses para denominar toda e qualquer História em Quadrinhos dentro ou fora do Japão. No entanto, no ocidente a palavra é usada para dar nome apenas as HQs de origem japonesa ou que possua o traço característico do mesmo.

Quando a palavra foi usada pela primeira vez, lá pelo século XIX pelo artista Katsushika Hokusai, mangá tinha outro sentido. A palavra dava nome a desenhos engraçados, como as charges e caricaturas que já faziam parte da tradição japonesa de artes visuais voltadas para o consumo popular. A palavra mangá pode ser traduzida como “desenho divertido” e o termo apareceu com os Hokusai Mangá, série de estudos figurativos cujo primeiro volume (de um total de 15) foi publicado em 1814. Hokusai, nascido em 1760 e falecido em 1849, é famoso no mundo inteiro, mas não por causa de mangá ou desenhos humorísticos. É dele a série de xilogravuras *ukyo-e* chamada “36 Vistas do Monte Fuji” e seu desenho mais famoso é o Vergalhão de Kanagawa, a onda gigante que ele retratou com muito estilo e virou sua marca registrada no mundo inteiro (NAGADO, 2011. p. 10-11).

Mas o mangá que conhecemos hoje não possui mais nenhuma semelhança com os da época de Hokusai. Desde a Era Meiji o mangá já havia sofrido influências dos quadrinhos

⁸ Iene: Moeda usada no Japão.

ocidentais devido ao contato que os japoneses haviam estabelecido com os estrangeiros após a abertura dos portos. No entanto, foi através de um jovem chamado Osamu Tezuka que na década de 1940 revolucionou a forma como eram desenhados os mangás. Tal feito lhe rendeu o título de “Deus do Mangá”.



Imagem 1: Osamu Tezuka, o "Deus do Mangá". Disponível em:
http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/osamu_zpsb705fb22.jpg.html

Tezuka uniu em sua técnica elementos de enquadramento cinematográfico como o *close-up*⁹ e *slow motion*¹⁰, inspirado pelo cinema ocidental, algo que não havia antes nos quadrinhos japoneses. Além disso, o formato dos olhos seria outro elemento empregado pelo mangaká que viria a dar mais expressividade aos desenhos. Uma das principais características que identificam um desenho animado ou HQ japonesa é o tamanho exagerado dos olhos, este foi mais um toque que o mangá recebeu de Osamu Tezuka. Os motivos que o levaram a empregar este elemento foram as influências do teatro tradicional chamado *Takarazuká*, que é encenado somente por mulheres e que precisam usar tons fortes de maquiagens nos olhos para interpretar papéis masculinos, e das animações do estúdio Disney, principalmente *Bambi* em que os personagens possuíam olhos grandes e brilhantes (NAGADO, 2011).

“Esses olhos grandes dão muita expressividade às figuras e permitem que, mesmo num quadrinho pequeno em uma página, seja fácil identificar o que se passa com o personagem” (NAGADO, 2011. p. 13). Os olhos são uma das principais partes do nosso corpo e também são conhecidos como as “janelas da alma”, através deles é possível ler os sentimentos verdadeiros.

⁹ Close-up ou simplesmente close, em cinema e audiovisual, é um tipo de plano, caracterizado pelo seu enquadramento fechado, mostrando apenas uma parte do objeto ou assunto filmado - em geral o rosto de uma pessoa (Wikipédia, acesso em 30/06/2014).

¹⁰ Slow Motion: Câmera lenta é o nome que se dá em português ao efeito especial de cinema e vídeo em que os movimentos e ações em quadro são vistos numa duração maior do que a normal, dando a sensação de que o próprio tempo está passando mais devagar (Wikipédia, acesso em 30/06/2014).

Essa expressividade transmitida não só pelos olhos grandes, mas também pelos enquadramentos e pelas onomatopeias que são usadas de forma intensa nos mangás e podem transmitir até mesmo estados de espírito, são só alguns dos recursos visuais responsáveis por chamar a atenção dos leitores.



Imagem 2: Exemplos de olhos do estilo mangá. Disponível em:
http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/olhos_zpsf2c5af42.jpeg.html

O corpo esbelto, os cabelos espetados, a boca e o estilo das roupas em algumas histórias também servem como estratégias para dar ênfase aos personagens. É possível observá-los nos mangás com corpos esbeltos e esculturais, mas também podemos ver exemplos contrários em que os corpos são exageradamente musculosos. A feminilidade e a masculinidade de um personagem também são realçados através do traço. As mulheres costumam possuir traços mais leves para dar uma noção de delicadeza, enquanto que os homens possuem traços mais fortes que indicam força. Diversos tipos e formatos de cabelos fazem parte da caracterização dos personagens. Os cabelos espetados, mais um recurso de identificação de uma obra como sendo mangá, é usado sobretudo em personagens masculinos e aventureiros. Já a boca geralmente é desenhada em um tamanho pequeno, exceto em alguns mangás do estilo *shoujo*¹¹, mas dependendo da situação o seu tamanho pode variar para expressar determinado sentimento como raiva, medo ou alegria. É possível conhecer a personalidade de um personagem através de suas roupas. Quando são mais coloridas e exóticas demonstram indivíduos mais alegres e arrojados, já as mais escuras são usadas geralmente em personagens mais obscuros e com uma carga psicológica mais densa.

¹¹ Shoujo: Gênero de mangá ou animê voltado para o público feminino.

Vale lembrar que essas características não se aplicam a todas as obras de mangás, mas de uma forma geral são elementos de identificação do estilo. Os animês possuem essa mesma estética que observamos nos mangás, visto que muitos animês são a adaptação de obras em mangá para o vídeo.

Assim como o termo mangá é usado para denominar toda e qualquer história em quadrinho, seja ela japonesa ou não, os animês seguem a mesma linha de definição. Ou seja, para os japoneses qualquer desenho animado é chamado de Animê. Já no Ocidente animês são apenas as obras de animação produzidas no Japão.

Ao lado dos mangás, os animês são os dois maiores produtos de consumo da Cultura Pop Japonesa, sobretudo no Ocidente onde possuem mais visibilidade que outros elementos da Japop.

Existem duas grafias para a palavra, Anime e Animê, esta última com acento circunflexo no “e”. No entanto, podemos considerar corretas as duas pronúncias e não há uma regra para usar uma ou outra.

[...] esta confusão deve-se ao fato de a língua japonesa não possuir diferenciação entre paroxítonas e oxítonas, causando uma dificuldade na tradução para o português. Crê-se que, etimologicamente, é a transcrição japonesa da palavra inglesa *animation* (derivada por apócope – a parte final da palavra é eliminada, como acontece com muitas palavras japonesas de origem estrangeira). Alguns autores defendem uma origem francesa – de *animé* (animado), teoria da qual a maioria dos japoneses não aceita. A pronúncia mais usada e que os próprios japoneses usam, é A-ni-mei. Uma contração da apropriação pela língua japonesa da palavra inglesa *Animation* (CARDOSO, 2009. p. 44).

Segundo Alexandre Nagado (2009), a grafia e pronúncia mais usada é “animê”, pois é a que mais se aproxima da japonesa. Portanto, neste trabalho será usada a grafia com acento circunflexo.

Alguns detalhes que chama a atenção nos animês é a sua proximidade com a realidade, algo que a maioria das animações ocidentais não possuem. Neles o tempo passa, os personagens sangram e também morrem.

Os animês são produzidos em três formatos diferentes de acordo com a tipo de veículo midiático que ele será lançado ou reproduzido. Sendo eles as séries para a TV, os filmes e os OVAs (*Original Video Animation*). No Japão os animês para TV fazem grande sucesso sendo inclusive exibidos em horário nobre e podem ser divididos por temporadas com números que variam entre 13 e 26 episódios. Já os OVAs são produzidos em menor escala, chegando até 4 episódios, e lançados em DVD. Os enredos dos OVAs podem ser produções exclusivas ou

originárias de animês feitos para TV e com uma maior qualidade técnica. Qualidade ainda maior possuem os animes produzidos para o cinema. Os filmes também podem ser uma sequência de animê com um tempo de duração maior que os episódios convencionais ou podem ser um resumo da obra. O caminho também pode ser o inverso, após a produção de um filme, é possível vir uma série de animê baseado nele. Vale lembrar que as animações cinematográficas não precisam necessariamente possuir uma ligação com algum animê produzido para a TV ou OVA, podendo ter enredos independentes e originais.

Devido a grande maioria dos animês serem adaptações de obras em mangá – pelo menos os que possuem maior destaque no Ocidente – seus gêneros podem ter as mesmas definições que os quadrinhos. Existem variados gêneros de animê e mangá que atendem a todos os tipos de públicos e faixa etária. Os mais conhecidos e consumidos no Ocidente são o *Shonen* (garoto ou jovem em japonês): como o próprio termo já diz, são obras voltadas para público infanto-juvenil masculino. Seu enredo é composto basicamente por temas como ação, aventura e magia; *Shoujo* (garota em japonês): oposto do *shonen*, o *shoujo* é produzido para o público infanto-juvenil feminino e costuma conter romances em suas histórias; *Mahou Shoujo*: este gênero de animê tem como característica o fato de as personagens possuem poderes mágicos e passarem por transmutações para se transformar em super heroínas; *Mecha*: animês cujo enredo envolvem robôs gigantes, o termo é originário da palavra inglesa *mechanical*; *Yaoi/Shonen Ai*: este gênero foca nos romances entre casais homossexuais masculinos, no entanto, no Japão esse tipo de animê ou mangá é voltado principalmente para público feminino; *Yuri/Shoujo Ai*: ao contrário do *yaoi* ele envolve romances entre casais homossexuais femininos; *Hentai* (tarado ou perverso): são animês ou mangás com temática sexual e que contem pornografia em suas cenas; *Ecchi*: menos pornográfico que o *hentai* por não possuir cenas de sexo, mas em suas histórias é costuma conter personagens femininas de seios fartos e corpos esculturais para atrair a atenção do público masculino; *Seinen* e *Josei*: enredos voltados para o público masculino e feminino adulto respectivamente. Neles é possível ver histórias mais densas ou que tratam das lutas do dia a dia da rígida sociedade japonesa.

Os gêneros citados acima, apesar de serem usados também para caracterizar o público ao qual são direcionados, não significa dizer que seja consumido apenas por um ou outro tipo de pessoa. Garotas podem muito bem gostar de animês e mangás do estilo *shonen*, assim como garotos também costumam apreciar obras do estilo *shoujo*.

Os primeiros contatos dos japoneses com os desenhos animados foi em 1909 através do cinema americano e francês. Foi questão de tempo para que os japoneses também

passassem a produzir animações, que inicialmente eram baseadas em fábulas infantis do país. O desenhista Oten Shimokawa, produziu em 1917 um dos primeiros curta metragens animados intitulado *Imokawa Mukuzou Genkanban no Maki* (A História do Zelador Mukuzou Imokawa) e foi considerado o primeiro desenho animado japonês. No entanto, Shimokawa preferiu dedicar-se a carreira de ilustrador, deixando o título de “pai da animação japonesa” para o diretor Kenzo Masaoka que iniciou sua carreira nos anos 20. Sua principal obra foi a adaptação do clássico infantil *Kumo no Shurippu* (A Aranha e Tulipa) produzida em 1943.

Os primeiros animês a serem produzidos no Japão tratavam-se basicamente de produções experimentais, no entanto, a partir da década de 30 o governo militar passou a usar os animês para divulgar seus ideais militaristas. Segundo Sato (2007), desenhos animados que antes faziam sucesso no Japão como Betty Boop e Mickey passaram a ser proibidos e deram lugar aos chamados *puropaganda animês*.

O Ministério da Marinha planejou o primeiro animê dividido em capítulos: *Momotarō no Umiwashi* (Momontaro, o Valente Marinheiro), lançado nos cinemas em 1943. Apesar da mensagem militarista desta aventura com personagens animais antropomorfizados, este animê atraiu um grande público por também ser um filme de ação e tornou-se um sucesso que na época arrancou 640 mil ienes (cerca de 9 milhões de dólares atualizados) nas bilheterias (SATO, 2007. p. 33-34).

É possível observar que os japoneses descobriram muito cedo o potencial que os desenhos animados possuem na hora de motivar e difundir ideias. Descobriram, inclusive, como usar esses recursos a seu favor durante a guerra contra a China e na II Guerra Mundial. Durante esta fase a produção dos animês contou com um forte apoio financeiro do governo, o que contribuiu para um enorme crescimento na qualidade e no desenvolvimento técnico das produções. No entanto, com o fim da II Guerra houve um declínio devido aos altos custos e o fato dos materiais serem todos importados. Soma-se a isso a desmilitarização do país que impediu o emprego de recursos do governo para financiar propaganda bélica.

Esse quadro só viria mudar no ano de 1958 quando, através de muito esforço, a produtora *Toei Animation*, maior produtora de animações do Japão, lançou nos cinemas o primeiro longa de animação colorido *Hakuja Den* (A Lenda da Serpente Branca).

Inicialmente os animês eram lançados apenas para o cinema, pois os aparelhos de TV não eram acessíveis a todas as camadas da sociedade japonesa. Quem novamente fez a diferença e inovou nesse aspecto foi o mangaká Osamu Tezuka que produziu e lançou na TV em 1963 o seriado baseado em sua obra *Tetsuwan Atomu* (Astro Boy). A estratégia usada por Tezuka consistia na parceria entre a produtora e fabricantes de produtos que lançavam

brinquedos e outros materiais licenciados com a marca dos personagens. Essas empresas anunciavam seus comerciais na emissora responsável pela exibição do animê gerando lucros também para a TV. Esse esquema de parceria é usado até hoje e ainda obtém grandes resultados (SATO, 2007). O sucesso de Astro Boy ultrapassou as fronteiras e ganhou destaque em solo americano e serviu de exemplo para que outras produtoras voltassem a fazer maiores investimentos em animês. Sempre que algum animê ou outras animações ocidentais se tornam sucesso de público, é comum encontrar diversos produtos que carregam a sua marca. Brinquedos, roupas, materiais escolares, alimentos etc.

Além dos animês e mangás, outro carro chefe da cultura pop japonesa são os seriados denominados de *Tokusatusus*, muito cultuados no Brasil principalmente na década de 1990. “A palavra veio da contração ‘tokushuu kouka satsuei’, ou ‘filmagem de efeitos especiais’ (NAGADO, 2011. p. 121). Os *Tokusatusus* são séries de TV ou filmes produzidos com atores reais cuja principal característica é o abuso de efeitos especiais e pirotécnicos para chamar a atenção do espectador. Os enredos giram basicamente em torno de monstros espaciais e fantasia. Outro elemento importante são os robôs e monstros gigantes lutando em maquetes que reproduzem a cidade de Tóquio, capital do Japão.

Esse gênero surgiu na década de 1950 com o filme *Godzilla*¹² dirigido por Ishiro Honda, cujos efeitos especiais ficaram a cargo de Eiji Tsuburaya que mais tarde se tornaria o maior nome na produção desse tipo de seriado. Os *Tokusatusus* ainda se dividem em subgêneros, sendo eles:

“*daykajû eiga* (‘filmes de monstros gigantes’, entre os quais estão os filmes de ‘Godzilla’), as *kyodai shiriiru* (‘séries de heróis gigantes’, como as séries ‘*Ultraman*’), e as *henshin hiirō shiriizu* (‘séries de heróis de transformação’ – a diferença é que, ao contrário do ‘*Ultraman*’, os heróis *henshin* não ficam gigantes). SATO, 2007. p. 315.

O público alvo dessas produções são crianças entre 6 e 10 anos de idade. Daí podemos entender o caráter, muitas vezes, *trash* das *performances* dos personagens e dos seus efeitos especiais rústicos. Sato (2007) explica que em determinado momento as séries de *Tokusatsu* passaram a focar apenas no mercado consumidor infantil, por isso era preciso deixar visível para as crianças que tudo aquilo não passava de “faz-de-conta”. Suas armas, naves e veículos passou a se encaixar em um padrão onde deveriam se parecer com brinquedos para atrair a

¹² *Godzilla*: Gojira no original em japonês. É um monstro gigante fictício interpretado por um ator fantasiado que apareceu em filmes japoneses em 1953 produzido pela Toho Film Company Ltd. (Wikipédia, acesso em 30/06/2014).

atenção e desejo das crianças, logo, todos esses produtos seriam lançados no mercado. No Brasil os *Tokusatus* são exibidos desde a década de 1960 quando *National Kid*¹³ estreou na Rede Record.



Imagem 3: National Kid. Primeiro seriado japonês exibido no Brasil. Disponível em: http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/NationalKid_zps624ea342.jpg.html

Os exemplos de Cultura Pop Japonesa mencionados até aqui são apenas um apanhado dos principais produtos que chegam a ser consumidos pela grande massa de aficionados pela Japop denominados de Otaku, sobretudo no Brasil. Além desses ainda podemos citar os games de origem japonesa, a *J-Music* (Música Japonesa), os *Doramas* ou J-Dramas (novelas japonesas) a moda com seus variados estilos inspirados em personagens de animês ou bandas de rock japonesas. Em se tratando de vestimenta é impossível não citar a prática do *Cosplay* onde os fãs se caracterizam como seus personagens preferidos para participar de eventos ou competições.

Tal fenômeno tem despertado já há algum tempo os olhares da comunidade acadêmica que descobriram na Cultura Pop Japonesa um leque de opções a ser estudado em diversas áreas do conhecimento. Através da Nova História Cultural, por exemplo, com seus diálogos interdisciplinares e que no entendimento de Roger Chartier (1990), um de seus principais objetivos é identificar as formas como em variados espaços e épocas as realidades culturais podem ser construídas, a Cultura Pop Japonesa oferece diversas opções de pesquisas que podem ser exploradas para identificar a maneira como essa Cultura se expandiu não só no Brasil mas também em várias partes do mundo.

¹³ National Kid: Nashônaru Kiddo, no original japonês. É uma série de tokusatsu que foi exibida no Japão de 4 de agosto de 1960 a 27 de abril de 1961 produzida pela Toei Company (Wikipédia, acesso em 30/06/2014).

CAPÍTULO II – ENTRADA E EXPANSÃO DA CULTURA POP JAPONESA NO BRASIL

Embora a visibilidade da Cultura Pop Japonesa no Brasil tenha ganhado força muito recentemente, ela está presente em nosso país desde a segunda metade do século XX, para não dizer, desde a chegada dos imigrantes japoneses por aqui, pois estes já traziam consigo ou importavam mangás para se manterem em contato com leituras de sua terra natal.

Ainda na década de 60, foram produzidas e publicadas no Brasil pela editora Edrel algumas Histórias em Quadrinhos em estilo mangá por descendentes de japoneses. No entanto, a sua repercussão não atingiu o público de forma significativa, como afirma o antropólogo André Lourenço:

Embora as tentativas de produção de mangás nacionais tenham sido relativamente bem sucedidas, ela não foi suficiente para desenvolver um amplo público de aficionados. Em parte, devido ao próprio desinteresse do público por quadrinhos nacionais – com a exceção do trabalho de Maurício de Sousa e talvez, em menor escala, de Ziraldo (LOURENÇO, 2009. p. 110).

Aliado ao desinteresse do público por quadrinhos nacionais, soma-se ainda a mentalidade, não só do brasileiro mas também de parte do Ocidente, que Histórias em Quadrinhos é mero entretenimento infanto-juvenil. Dessa forma, até hoje o consumo de HQs se restringem a um público específico e não possui a mesma abrangência que outros recursos midiáticos, como as novelas por exemplo. Diferentemente do Japão onde o mangá atinge todas as camadas da sociedade, desde a criança, passando pela dona de casa até o mais alto executivo.

Inicialmente os produtos de entretenimento nipônicos ficavam restritos basicamente a comunidade *Nikkei*¹⁴. A mudança nesse cenário ocorreu com a chegada do primeiro seriado de origem japonesa a TV brasileira, *National Kid*.

2.1 Os Animês definindo as gerações da Japop no Brasil

¹⁴ Nikkei: Denominação em língua japonesa para os descendentes de japoneses nascidos fora do Japão ou para japoneses que vivem regularmente no exterior. Fonte: Wikipédia, acesso em: 03 dez. 2014.

A edição nº 21 da revista HENSHIN publicada pela Editora JBC é dedicada a fazer uma retrospectiva dos Animês e Tokusatus exibidos no Brasil dividida em décadas desde os anos de 1960 até os anos 2000. Analisar essa retrospectiva serve para apontar a gradativa entrada desses produtos nipônicos nas casas dos brasileiros, bem como observar o que cada geração assistiu. Ao adquirir essa edição da revista HENSHIN, eu jamais poderia prever que 13 anos depois ela serviria como documento de consulta para a elaboração desta monografia.

As primeiras obras exibidas na TV brasileira remetem a segunda metade do século XX com a exibição do seriado *National Kid*. Como foi mencionado anteriormente, esse *Tokusatsu* foi o primeiro seriado japonês a ser exibido no Brasil. Ao fazer a nota de abertura do especial “Tudo Começou com National Kid” para a edição 21 da revista Henshin, o editor e jornalista Sidney Gusman ao relembrar os tempos em que assistia *National Kid* na infância enfatiza a importância que o herói possui para a geração:

Naqueles tempos, eu sequer imaginava a real importância que *National Kid* viria a ter para os fãs da cultura oriental no Brasil. O que nos longínquos anos 60, para mim, era apenas diversão e fantasia, hoje, representa um marco. Mais do que combater os Incas Venusianos e os Seres Abissais, este herói ficará immortalizado por desbravar uma ‘fronteira imaginária’, o que possibilitou – e ainda possibilita – a várias gerações conhecer a magia dos seriados, desenhos e quadrinhos nipônicos (GUSMAN, 2001. p. 10).

O seriado foi exibido no Japão entre 04 de Agosto de 1960 e 27 de Abril de 1961. Já no Brasil, ele estreou na TV Record em 1964. O objeto que levou a criação de *National Kid* era servir de garoto propaganda para os produtos da empresa *National Eletronic Inc.*, que posteriormente se tornou a que conhecemos hoje como Panasonic.

Mais uma vez podemos observar o caráter comercial dessas produções. Mesmo tendo como pretensão apenas a venda de produtos para os japoneses, *National Kid* se tornou um fenômeno, não no Japão, mas no Brasil. E quando se fala em Tokusatsu, sempre é reverenciado até hoje mesmo por aqueles que não eram nascidos na época de sua exibição.

A geração que acompanhou *National Kid* ainda teve a oportunidade de ver outras obras de origem nipônica na TV brasileira. Dentre eles, outros Tokusatus e Animês como *Visitantes do Espaço (Wonder 3)*, *Ultra Q*, *Agentes Fantomas (Ninja Butai Gekko/Equipe Ninja Gekko)*, *Samurai Kid (Shonen Ninja Kaze No Fujimaru)*, *Homem de Aço (Tetsujin ni-*

ju-hashigo/Homem de Aço nº 28), Tarô Kid (Skyers 5), O Oitavo Homem (Eito Man), Príncipe Dinossauro (Kaijuu Ooji), além de diversos filmes como Gamera e Godzilla.

Na década seguinte, a partir de 1970, o público brasileiro dispunha de uma quantidade maior de opções de seriados e animações japonesas na TV. Nesta época estiveram presentes na telinha diversas obras que viriam a se tornar clássicos e conquistar a admiração de pessoas em várias partes do mundo, como as séries de *Tokusatsu* que compõem a chamada Família Ultra: *Ultraman*, *Ultra Seven* e *O Regresso de Ultraman (Kaettekita Ultraman)*. Dentre os Animês é possível citar *Speed Racer (Maha Go Go Go)*, *Cyborg 009* e duas das principais obras do já citado Osamu Tezuka, *A Princesa e o Cavaleiro (Ribon no Kishi)* e *Kimba, o Leão Branco (Jungle Taitei)*, esta última acabou sendo plagiada pelos produtores da Disney e deu origem ao sucesso *Rei Leão*.

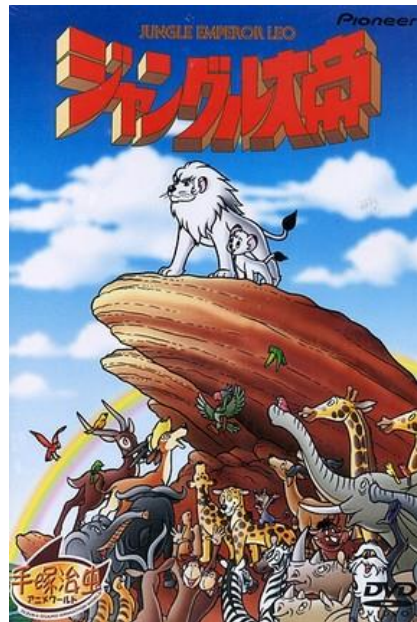


Imagem 4: *Kimba, o Leão Branco*. Um clássico de Osamu Tezuka. Disponível em: http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/kimba1_zpsed2f7108.jpg.html

Não tardou para que os japoneses percebessem que havia muitas semelhanças entre os personagens Simba e Kimba, o que levou diversos profissionais da área a assinar uma petição que exigia que os Estúdios Disney assumissem que *Rei Leão* foi inspirado em *Kimba, O Leão Branco*. No entanto, não houve nenhum resultado concreto da ação, pois os produtores da Disney alegaram que não conheciam essa obra de Osamu Tezuka. O que nos leva a duvidar já que *Kimba* foi exibido nos Estados Unidos e teve grande repercussão. (NAGADO, 2011)

No que se refere aos *Tokusatus*, os brasileiros tiveram a oportunidade de conhecer obras de grande importância não só para os japoneses, pois as mesmas também acabaram

conquistando o público do nosso país. Trata-se da franquia *Ultraman*. O herói gigante vestido em macacão de borracha vermelho e prata foi criado por Eiji Tsuburaya, o mesmo criador do fenômeno *Godzilla*.

Dessa vez com uma produção mais sofisticada (para a época) do que a do dinossauro mutante, *Ultraman* trazia em seu enredo, sobretudo uma mensagem ecológica. Embora de uma maneira meio subliminar. Sato (2007) afirma que devido ao intenso crescimento econômico do Japão na década de 60, o ecossistema da região foi afetado devido ao consumo desenfreado de recursos naturais, sem falar na emissão de resíduos poluentes que eram lançados no ar e na água. Tendo em vista que, para o governo, a prioridade era acelerar o desenvolvimento, essas questões ecológicas não faziam parte de seus interesses. Isso fazia com que os casos fossem abafados e até mesmo considerados um tabu.



Imagem 5: Ultraman em mais uma batalha. Disponível em:
http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/ultraman_zps7a8cca6d.jpeg.html

Sendo assim, alguns monstros apresentados em *Ultraman* não possuíam uma natureza maligna, na verdade perderam o controle ao entrar em contato com resíduos ou outros materiais que o homem lançou na natureza.

Os “pobres” dos monstros não tinham culpa por agir daquela maneira. Quase todos eram vítimas da poluição produzida pela humanidade, como milhares de animais que todos os anos morrem envolvendo-se em óleo ou envenenados por produtos que derramamos nas águas, ou que se ferem enroscando-se em lixo, linhas de pesca e sacos plásticos descartados (SATO, 2007. p 328).

Olhando por esse lado já é possível perceber um elemento bastante característico das produções nipônicas. Na maioria dessas produções sempre busca-se justificar as lutas e os

derramamentos de sangue. Até mesmo os vilões não agem por acaso ou por pura maldade. Por trás de seus atos sempre há algum motivo que o levou a se tornar quem ele é. Em alguns casos o espectador ou leitor acaba compreendendo e se colocando no seu lugar. No entanto a mensagem final sempre mostra que mesmo sofrendo alguns infortúnios, o caminho do bem é o melhor a ser percorrido.

Durante a década de 80 houve duas séries que, segundo Renato Viliegas (2001) foram as responsáveis por abrir de vez as portas nas grades de TVs brasileiras para as produções nipônicas. Foram elas *O Fantástico Jaspion* (*Kyoju Tokusou Juspion/Investigador de Monstros Jaspion*) e *Changeman* (*Dengeki Sentai Changeman/Esquadrão Relâmpago Changeman*) ambas transmitidas pela Manchete e Record. A década de 80 também foi uma época onde houve um grande número de séries no estilo *Tokusatsu* exibidas na TV brasileira. Na edição número 21 da revista HENSHIN de 2003, consta que foram exibidas 15 produções desse tipo na década de 80. Dentre as de maior sucesso que podemos citar estão: *Flashman* (*ChoShin-sei Flashman/Super Nova Flashman*), *Giban, o Policial do Espaço* (*Kidou Keiji Jiban/Policial Móvel Jiban*) e as já mencionadas *Jaspion* e *Changeman*. Apesar do grande número de Tokusatus nas grades de programação, alguns Animês de sucesso ainda ganharam espaço como *Zillion* (*Akai Koudan Jurion/Raio de Luz Vermelho Zillion*), *Doraemon*, *Robotech* (*Cho Jikuu Yousai/Fortaleza Super Dimensional Macross*) e mais duas obras do Mestre Osamu Tezuka, *O Menino Biônico* (*Jettar Mars*) e *Don Drácula* (*Osamu Tezuka no Don Dracula/Don Drácula de Osamu Tezuka*).

Em 1986 *Jaspion* e *Changeman* tiveram seus direitos de exibição adquiridos pela distribuidora de filmes Everest Vídeos e foram transmitidas na extinta TV Manchete que já estava há algum tempo se exibir produções japonesas recentes no Brasil (SATO, 2007). Não demorou muito para que as duas séries caíssem nas graças do público e se tornassem um grande sucesso em todo o país.

Como era de se esperar, a Everest não perdeu tempo e lançou no mercado uma enxurrada de produtos baseados nos personagens dessas séries. Era possível encontrar desde bonecos, figurinhas e até mesmo meias cuecas que levavam o nome das séries “fazendo com que as crianças tivessem uma grande aproximação com os personagens” (SATO, 2007. p 320). No tocante ao *Jaspion*, foi criado inclusive um show circense em que as roupas originais da série foram usadas nas apresentações.

Importando figurinos da produtora japonesa, a Everest lançou um show: o “Circo do Jaspion”. Vestindo as roupas usadas na produção

original, artistas circenses encenavam ao vivo e com efeitos pirotécnicos lutas contra monstros e vilões similares aos da série de tevê, cujas sessões ficaram com lotação esgotada por meses. Quando o “Circo do Jaspion” entrou em turnê pelo país em 1988, houve até tumultos para ver o show. Em Belo Horizonte, houve engarrafamentos quilométricos para chegar ao circo: a polícia teve que se chamada para organizar o tráfego e o ocorrido foi noticiado até em telejornais (SATO, 2007. p. 320).

Produzida pela *Toei Company* e exibida no Japão de 1985 a 1986 e no Brasil de 1988 até meados de 1994, “O Fantástico Japion”, como ficou conhecida em nosso país, é uma série no estilo *Metal Hero*, subgênero do *Tokusatsu*.

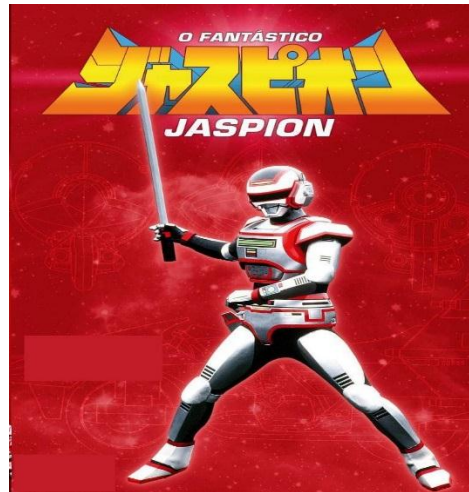


Imagem 6: O Fantástico Jaspion. Disponível em:
http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/Jaspion_zpsb4897eb9.jpg.html

O estilo *Metal Hero* é caracterizado pelo tipo de armadura metálica que confere super poderes ou habilidades especiais para aquele que a veste, tornando-o assim um herói. Na história, Jaspion é um jovem humano que foi adotado pelo profeta Edin após a queda da nave espacial que vitimou seus pais quando ele ainda era um bebê. No planeta que também leva o nome Edin, onde Jaspion cresceu, existe uma profecia da “Bíblia Galáctica” em que um guerreiro celestial salvaria o universo das forças do mal. Acreditando que esse guerreiro tratasse de Jaspion, Edin lhe concede, ao chegar a adolescência, alguns “artefatos” que lhe auxiliarão nessa jornada. São eles a armadura Metaldex, a androide Anrí e a nave espacial Daileon que pode se transformar em um robô gigante. Munido desses apetrechos, Jaspion passa a enfrentar o terrível Satan Goss, líder do Império dos Monstros que almeja conquistar o universo com a ajuda de seu filho MacGaren. Clichês à parte sobre salvar o universo, Jaspion possui em sua essência muito da doutrina conhecida como *Bushido*, código de honra e ética dos guerreiros Samurais, a classe guerreira do Japão feudal.

O Bushido (*bushi* = guerreiro, *do* = caminho) de longe, é comparado ao cavalheirismo ocidental e determina as bases para que um Samurai viva e morra com honra. Tomou forma durante a ascensão dessa classe guerreira na Era Tokugawa. Influenciado pelas doutrinas Budistas¹⁵, Xintoístas¹⁶ e pelo Confucionismo¹⁷, o *Bushido* é regido por sete virtudes principais: *GI* (Justiça), *YUU* (Coragem), *JIN* (Compaixão), *REI* (Cortesia), *MAKOTO* (Sinceridade), *MEIYO* (Honra) e *CHUU* (Lealdade).

Em seu trabalho monográfico intitulado *A Ressignificação da Cultura Pop Japonesa em Fortaleza: Sentidos e Significados de Ser um Otaku*, Ana Raquel Siqueira chama a atenção para a presença de alguns elementos do Bushido presentes não só no seriado *Jaspion*, mas também em diversos outros. Ao analisar um dos episódios da série, Siqueira destaca que *Jaspion*

[...] busca trilhar o seu *bushido*, o seu caminho como guerreiro que luta pela justiça através da retidão moral, ele tenta realizar sua tarefa bem feita, compreende ainda as suas fraquezas e tenta superá-las; seu caminho é de um eterno aprendizado, a lealdade ao seu senhor e a proteção do seu grupo são características do *samurai* [...] (SIQUEIRA, 2009, p. 36).

Embora as produções nipônicas sejam vistas com frequência apenas como diversão e entretenimento, além da ação e da fantasia, podem ser observados muitos conceitos e mensagens que são transmitidas de forma subjetiva para aqueles que as consomem. Isso pode ser exemplificado em casos como a mensagem ecológica em *Ultraman* e no Bushido contido em *Jaspion*.

Em “Esquadrão Relâmpago *Changeman*”, e não somente nele, essas mensagens subjetivas também podem ser encontradas. Grande sucesso no Brasil ao lado de *Jaspion* na década de 80, *Changeman* também é uma série de gênero *Tokusatsu*. Mas diferente de *Jaspion* que é *Metal Hero*, o seu estilo é *Super Sentai* (Super Esquadrão) que consiste em cinco jovens que adquirem super poderes e habilidades especiais ao vestirem uniformes coloridos. Eles também pilotam robôs gigantes, mas nesse caso, ele é formado a partir da junção de outros cinco veículos menores que podem ser terrestres ou aéreos.

¹⁵ Budismo: Religião e filosofia não teísta que abrange uma variedade de tradições, crenças e práticas, baseadas nos ensinamentos atribuídos a Sidarta Gautama, mais conhecido como Buda. Fonte: Wikipédia, acesso em: 03 dez. 2014.

¹⁶ Xintoísmo: Nome dado à espiritualidade tradicional do Japão e dos japoneses, considerado também uma religião pelos estudiosos ocidentais. Fonte: Wikipédia, acesso em: 03 dez. 2014.

¹⁷ Confucionismo: sistema filosófico chinês criado por Kung Fu Tzu. Entre as preocupações do confucionismo estão a moral, a política, a pedagogia e a religião. Fonte: Wikipédia, acesso em: 03 dez. 2014.



Imagem 7: Esquadrão Relâmpago Changema. Tokusatsu de sucesso no Brasil ao lado de Jaspion. Disponível em: http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/Changeman_zps465d3f25.jpg.html

No seu enredo, cinco membros dos “Defensores da Terra”, uma espécie de organização militar, são atingidos pela “Força Terrestre” e a partir desse momento cada um deles adquire os poderes de um “Animal Lendário”, sendo eles: Dragão (*Change Dragon*), uniforme vermelho; Grifo (*Change Griphon*), uniforme preto; Pégaso (*Change Pégasus*), uniforme azul; Sereia (*Change Mermaid*), uniforme branco; e Fénix (*Change Phoenix*), uniforme rosa. Estes dois últimos são interpretados por personagens femininas. Com esses poderes eles são incumbidos de enfrentar os alienígenas do “Império Gôzma” liderado pelo Senhor Bazoo que, como é de praxe, quer dominar o universo e a Terra é o próximo planeta da sua lista.

Uma das características básicas das séries no estilo *Super Sentai* é a união dos cinco integrantes para formar uma arma e derrotar o vilão da vez. No entanto, sempre aparece um outro monstro superior que o revive e o transforma em um monstro gigante para ser novamente derrotado, mas dessa vez, pela união dos heróis pilotando veículos que dão origem a um robô gigante. Após uma batalha rápida sobre maquetes da cidade de Tokyo ou alguma pedreira, o monstro de cada episódio é derrotado de vez e não costuma retornar novamente.

Aqui podemos observar os valores de amizade e trabalho em equipe para a conquista de objetivos. O curioso é que, apesar de a sociedade japonesa ser tida como individualista e essas produções serem voltadas para o consumo de seus produtos que serão licenciados a partir delas, mesmo assim conseguem acrescentar elementos que são fundamentais para a construção do ser humano. O contato com essas fantasias auxilia os jovens na absorção de valores importantes e aprendizagens que o guiarão durante a sua vida.

Como já foi mencionado antes, na década de 80, Jaspion e Changeman foram séries, que devido ao grande sucesso e aceitação do público, tornaram-se responsáveis pela vinda de outras produções do mesmo gênero para o Brasil.

A década de 1990 é conhecida como a “Década de Ouro” para os fãs de animações japonesas. Foi neste período que o público brasileiro se entregou de vez às essas produções e algumas delas marcaram a vida de toda uma geração de jovens. E a extinta TV Manchete é lembrada até hoje por essa geração de forma saudosa por ser a responsável por tal fenômeno devido ao extenso número de produções japonesas que exibiu na década de 1990, em especial “Os Cavaleiros do Zodíaco” que se tornou uma verdadeira febre entre os jovens da época, se tornando um marco na TV brasileira no que se refere a animações japonesas exibidas por aqui.

Por se tratar de uma época em que as produções japonesas ocuparam um grande espaço na grade de programação da TV brasileira, muitas obras de sucesso foram exibidas e fica um pouco difícil citar as “mais importantes” sem desmerecer algumas outras. Mas podemos destacar aquelas que se sobressaíram e causaram um maior impacto e repercussão. Começando pelas do gênero *Tokusatsu* podemos mencionar *Black Kamen Rider* (Motoqueiro Mascarado Negro), *Patrine* (*Bishojo Kamen Powatrin*/Graciosa Mascarada Patrine), *Kamen Rider Black RX* e *Jiraya, o Incrível Ninja* (*Sekai Ninja-sem Jiraya*/Guerra no Mundo Ninja - Jiraya). Em se tratando de animês é impossível não lembrar de *Sailor Moon* (*Bishojo Senshi Sailor Moon*), *Guerreiras Mágicas de Rayearth* (*Magic Knight Rayearth*) *YuYu Hakusho*, *Shurato* (*Tenku Senki Shurato*), *Street Fighter II – V*, *Super Campeões* (*Captain Tsubasa J*) *Dragon Ball* e *Os Cavaleiros do Zodíaco* (*Saint Seiya*). Este último é considerado o divisor de águas para a entrada de novas animações japonesas no Brasil.

Também é preciso destacar a importância da TV Manchete no que se refere a popularização dos animês aqui no Brasil. Apesar de os animês estarem presentes na TV brasileira desde a década de 1960, foi através da TV Manchete que essa presença passou a ser mais frequente. E é na década de 1990 o período em que a exibição de produções japonesas acontece de maneira mais intensa gerando o chamado “boom dos animês” no Brasil.

Quando a TV Manchete surgiu em 1983, a Rede Globo era (e ainda é) a detentora de maior parte da audiência gerada pelos telespectadores brasileiros devido ao seu alto investimento na produção de novelas. A carta na manga da TV Manchete para bater de frente com a concorrente sem precisar investir grandes somas de dinheiro foi apostar na aquisição de seriados, animês e filmes. Foi dessa forma que as produções nipônicas se infiltraram de vez na grade de programação.

Em alguns casos, as produções eram cedidas em troca de espaço para veiculação de propagandas de produtos na emissora. Foi o que aconteceu com “*Os Cavaleiros do Zodíaco*” 1994. Esse animê foi cedido pela Samtoy para a emissora em troca de três horários comerciais para a empresa, que era a licenciadora responsável por comercializar os produtos da série no Brasil. Esse processo comercial bastante comum é chamado de permuta. Na época a TV Manchete já enfrentava uma crise financeira e não possuía capital para a compra de produtos. O que ambos não esperavam era que *Os Cavaleiros do Zodíaco* se tornassem um verdadeiro fenômeno de massas.



Imagem 8: *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Fenômeno da década de 1990. Disponível em: http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/Os-Cavaleiros-do-Zodiacuteaco-20-anos_zpse04290ee.jpg.html

A história de *Os Cavaleiros do Zodíaco* gira em torno de cinco adolescentes órfãos. Seiya, Shiryu, Hyoga, Shun e Ikki treinam em um santuário na Grécia para proteger a jovem Saori Kido, reencarnação da Deusa Athena. Além de já possuírem um poder interior chamado de “Cosmo”, eles ainda contam com o auxílio de armaduras de prata regidas por constelações que lhe conferem mais poder e resistência. A obra é originária do mangá “*Saint Seiya*” do mangaká Masami Kurumada, publicada no Japão pela revista *Weekly Shonen Jump* de 1986 a 1989. Originalmente a obra é dividida em quatro fases chamadas de “sagas”, sendo elas: a *Saga do Santuário* ou *Saga das Doze Casas*, *Saga de Poseidon*, *Saga de Hades* e a mais recente, iniciada em 2006, *Saga Next Dimension*. Vale lembrar que os títulos de algumas levam o nome dos vilões da série, neste caso a *Saga de Poseidon* e *Hades*. A *Saga do Santuário* não refere a nenhum vilão mas se trata da etapa em que os heróis precisam passar pelas doze casas do Santuário de Athena enfrentando os doze Cavaleiros de Ouro (cada um representa um signo do Zodíaco) para ao final derrotar o mestre que comanda o local.

No Brasil o animê de *Os Cavaleiros do Zodíaco* teve sua estreia na manhã do dia 1º de Setembro de 1994 dentro do programa infantil “Dudalegria”. Até então, *CDZ* era algo totalmente diferente de tudo que o público que estava acostumado com produções americanas já tinha visto. Embora *CDZ* não fosse o primeiro animê exibido na TV brasileira, já fazia algum tempo que as emissoras haviam exibido uma nova produção japonesa. Intensas batalhas, sangue jorrando e auto flagelação faziam parte das cenas. No entanto, esse não era o único ingrediente da trama. Outros elementos como mitologia grega, astrologia e personagens cativantes também se faziam presentes. O diferencial da série é que por trás de todos esses elementos havia uma fórmula já bastante usada nos enredos das histórias publicadas pela revista japonesa *Shonen Jump*: amizade, lealdade, esforço e superação. Esses valores transmitidos através da mensagem da série aliados as cenas de ação e doses de drama são alguns dos pontos que justificam o seu sucesso pelo mundo. Em qualquer parte do planeta os jovens se sentem atraídos por esses elementos que lhes servem de inspiração e auxiliam na construção de seu caráter. E no Brasil não foi diferente. Logo na exibição dos primeiros episódios, *CDZ* atingiu 5 pontos no Ibope da emissora, anteriormente a exibição do animê o horário marcava apenas a metade dessa audiência. E os números não param por aí.

Percebendo o sucesso que tinha em mãos, a Manchete tratou logo de adquirir novos pacotes de episódios e ao fazer esse anúncio a audiência da série atingiu o pico de 15 pontos. A essa altura, as aventuras de Seiya e seus amigos já estava sendo exibida em horário nobre e causando bastante incômodo para a Rede Globo. Tamanho era o incômodo que a mesma acabou cedendo aos encantos dos “*Cavaleiros de Athena*”, como também são conhecidos, e aproveitou para pegar carona em seu sucesso quando levou para o palco do programa *Xuxa Hits*, Larissa e Willian, a dupla mirim que cantava “*Cavaleiros do Zodíaco*”, música que faz parte a trilha sonora brasileira do animê e estava na boca da garotada. Até a própria Xuxa entrou no clima e apareceu no vídeo usando roupas que são típicas do estilo oriental.

O sucesso de *CDZ* surgiu em boa hora para a TV Manchete que na época vivia uma crise financeira mas devido ao fenômeno acabou “saindo do inferno astral”, como ironiza o título de uma matéria publicada na edição 1366 da revista *VEJA* de 16 de Novembro de 1994. O título faz um trocadilho com a situação enfrentada pela emissora e um dos elementos que compões a série, no caso, a astrologia. No subtítulo da matéria é reforçado o fato de a série ter chegado em um momento oportuno: “Com *Os Cavaleiros do Zodíaco*, uma mistura de ficção científica com ética medieval, a Rede Manchete tira o pé da lama”. O que o autor da matéria não sabia é que o elemento da série não se tratava exatamente de “ética medieval”, no sentido

européu, como ele aparentou colocar, mas sim da doutrina do *Bushido* que já foi explicada anteriormente.

O autor ainda chama atenção para o visual e a narrativa gráfica da série ao compará-la com uma produção americana de sucesso na época e outra também japonesa mais antiga:

Cavaleiros é um desenho à moda antiga não só pela temática. O visual também não tem nada em comum com os desenhos recentes, como *He-Man*, em que as imagens eram chapadas e as figuras ficavam imóveis a maior parte do tempo, como personagens de um videogame. Não é nenhum Walt Disney, mas há um cuidado em tornar os personagens expressivos. Os traços são fortes, o colorido intenso, o que resulta numa imagem com perspectiva no vídeo. A câmara [sic] faz closes no rosto dos heróis, mostrando seu esforço durante uma luta. A morte nunca é apresentada como algo banal, como costuma ocorrer em filmes do gênero. Sempre se evidencia o sofrimento do personagem. Abusa-se, também, dos efeitos em câmara [sic] lenta. Visualmente, *Os Cavaleiros do Zodíaco* lembra um pouco outro desenho japonês - *A Princesa e o Cavaleiro* -, que fez sucesso no Brasil nos anos 70 e contava as aventuras de uma princesa que fingia ser do sexo masculino para poder aproveitar as regalias que os homens tinham, como participar de lutas com espadas e aventurar-se pelas florestas (VEJA, 1994, p. 155).

O que o autor provavelmente também não sabia é que o criador de *A Princesa e o Cavaleiro*, Osamu Tezuka, é o responsável por introduzir esses elementos narrativos e visuais não só nos mangás mas também nos animês, conferindo à essas produções japonesas uma expressividade cinematográfica.

Mas não foi somente a TV Manchete que obteve um bom êxito financeiro com o sucesso de *CDZ*. A *Samtoy*, empresa que detinha os direitos de licenciar os brinquedos da série no Brasil vendeu, segundo a matéria de Okky de Sousa publicada na edição 1401 da revista VEJA de 19 de Julho de 1995, cerca de 800 mil unidades dos bonecos dos personagens da série até aquele momento. Ainda no natal de 1994 os bonecos dos Cavaleiros era um dos brinquedos mais desejados pelas crianças. Naquele ano “a Samtoy não tinha mais como dar conta da demanda, se vendo obrigada a disponibilizar as coleções de Asgard¹⁸ e Poseidon antes dos episódios serem transmitidos!”¹⁹ A procura por esses brinquedos era tão grande que existem relatos de brigas físicas entre mães para conseguir uma unidade dos bonecos nas lojas. Sérgio Peixoto, ex-editor da revista *Animax*, relata no Webdocumentário

¹⁸ Saga que só existe no animê, não tendo relação com o mangá.

¹⁹ LARC; JIBACK. **Cavaleiros do Zodíaco**. Disponível em: <<http://www.jbox.com.br/materias/os-cavaleiros-do-zodiaco/>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

“A Força do Pégaso no Brasil”²⁰ que além das brigas, até mesmo leilões foram realizados para a venda desses exemplares.

E os números não param somente na linha de bonecos. Além deles, outro produto bastante requisitado foram as fitas em VHS com os longas metragens baseados na série.

Laçadas pela FlashStar Home Vídeo (que anos mais tarde criaria o selo Focus Filmes!), os dois primeiros longas da série (Saint Seiya e A Batalha dos Deuses) chegaram ao mercado em junho de 1995 enquanto os dois últimos (A Batalha de Abel e A Batalha Final) foram lançados em setembro do mesmo ano. Juntas, elas ultrapassaram a marca de 400.000 unidades comercializadas²¹.

A trilha sonora brasileira também obteve elevado índice de vendas no mercado e “bateu a marca das 470 mil cópias (dados oficiais divulgados pela Sony), mas há quem diga que o disco ultrapassou meio milhão de cópias”²². Outro mercado que também ganhou forma pegando carona no sucesso do animê foi o de revistas sobre super heróis, como a *Animax*, *Herói* e posteriormente *Herói Gold*.

Os 144 episódios de *Os Cavaleiros do Zodíaco* ficaram no ar até 1997 (não inclui a Saga de Hades, produzida para a TV somente em 2002), sempre mantendo ótimos índices de audiência e retornando 9 anos depois pelo canal à cabo *Cartoon Network* no dia 1º de Setembro de 2003. Em seguida foi exibido pela Rede Bandeirantes em 2004. Todo o sucesso advindo da primeira exibição despertou o interesse das emissoras para a aquisição de outras produções japonesas. A própria Manchete ainda exibiu outros animês que também marcaram a época como *Yu Yu Hakushô*, *Shurato* e *Sailor Moon*, mas não atingiram o mesmo patamar que de *CDZ*. Outros fenômenos semelhantes só viriam a acontecer em 1996 quando o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) começou a exibir *Dragon Ball* no programa “Bom Dia & Companhia” comandado pela cantora e apresentadora Eliana; e em 1999 quando a Rede Record passou a exibir *Pokémon*.

Marcelo del Greco, editor da revista HENSHIN, ao falar sobre *CDZ* na edição 21 destaca a importância de sua exibição e da época em sua vida, bem como na dos demais fãs das produções japonesas:

Os anos 90 foram inesquecíveis para os otakus, afinal abriu com as aventuras de Seiya e fechou com a chegada de outros dois ‘arrasa-quarteirões’: Pokémon e Dragon Ball Z. Eu e

²⁰ **A Força do Pégaso no Brasil**. Direção: André Nascimento. Produção: André Nascimento e Raquel Amorim. Webdocumentário, 25’ 47”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hLb6pG8br88>>. Acesso em: 25 mar. 2014.

²¹ LARC; JIBACK. **Cavaleiros do Zodíaco**. Disponível em: <<http://www.jbox.com.br/materias/os-cavaleiros-do-zodiaco/>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

²² Id.

todos os fãs de animes só temos a agradecer aos Defensores de Athena. Tenham certeza de que jamais esqueceremos desse momento mágico de nossas vidas (DEL GRECO, 2001. p. 23).

A década de 1990 foi considerada a melhor época para a exibição de animês no Brasil devido ao grande número de produções que vieram para o país embalados no sucesso de *Os Cavaleiros do Zodíaco*. A partir de 2000 essa invasão continuou intensa. Segundo a contagem feita na edição especial da HENSHIN, só entre 2000 e 2001, já haviam sido transmitidos no país 33 animês e somente um *Tokusatsu*, sendo ele *Ultraman Tiga*, exibido da Rede Record. Infelizmente, para os fãs desse gênero de seriado, o espaço dedicado à eles na TV brasileira só teve destaque até a década de 1990.

Logo no início do século XXI pudemos conferir alguns sucessos como *Sakura Card Captors* (*Card Captors Sakura*), *Dragon Ball Z*, *Samurai X* (*Rurouni Kenshi*), *Pokémon*, *Digimon* e *Inuyasha*, apenas para citar os exibidos na TV aberta, pois nessa época as animações japonesas também passaram a ter destaque nas TVs por assinatura. Um deles era o canal *Locomotion* que era totalmente dedicado a exibição de animês na sua programação. Após algum tempo ele deu lugar ao *Animax*. O *Fox Kids*, que posteriormente se tornou o *Jetix*, e o *Cartoon Network* também abriram espaço para os animês na sua programação.

Os grandes fenômenos dessa época foram Pokémon e Dragon Ball Z, tal fenômeno não está relacionado somente a audiência, mas também comercial, como era de se esperar. Sobretudo quando se trata de *Pokémon*, que gerou uma gama de produtos com a marca da série. Mostrando mais uma vez o poder que as crianças têm sobre o bolso dos pais.

Pokémon é originalmente um jogo eletrônico no estilo RPG²³ desenvolvido para vídeo game portátil do console *Game Boy*²⁴ da *Nintendo*²⁵. Criado pelo programador Satoshi Tajiri e pelo designer Ken Sugimori em 1996, o jogo deu origem a mangás, animês e jogos de cartas. No Brasil a franquia ficou conhecida, sobretudo, após a exibição do animê em meados de 1999, se tornando rapidamente uma “febre” entre o público infanto-juvenil. Como era de se esperar, logo surgiu uma infinidade de produtos baseados na série como brinquedos, chicletes com figurinhas para montar álbuns e até mesmo refrigerantes que acompanham uma miniatura dos monstros.

²³ RPG: *Role-playing game* (Jogo de Interpretação de Personagens) é um tipo de jogo em que os jogadores assumem os papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente. Fonte: Wikipédia, acesso em 27/11/2014.

²⁴ *Game Boy*: Console portátil desenvolvido pela Nintendo em 1986. Fonte: Wikipédia, acesso em 27/11/2014.

²⁵ *Nintendo*: *Nintendo Company, Limited* (*Nintendou Kabushiki Gaisha*) é uma empresa japonesa fabricante de vídeo games. Fonte: Wikipédia, acesso em 27/11/2014.



Imagem 9: Pokémon. Disponível em:
http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/Pokeacutemon_zpsffb4d6e3.jpg.html

Inicialmente o animê de *Pokémon* narra as aventuras de um garoto de 10 anos chamado Ash Ketchum ao lado de seu monstinho Pikachu e mais dois amigos, Misty e Brock, que sai em uma jornada pelo mundo a fim de se tornar um “Mestre *Pokémon*”. Para isso ele precisa enfrentar diversos adversários que encontra pelo caminho, além de capturar e treinar novos *Pokemons* para que estes se tornem cada vez mais fortes e possam “evoluir”. Através de *Pokémon* podemos observar mais uma vez as mensagens com exemplos de força, perseverança e superação que as produções japonesas transmitem que são necessários para se atingir as metas objetivadas em qualquer situação.

Atualmente *Pokémon* possui mais de 40 jogos, 17 filmes e seu animê já se encontra na 17ª temporada. Inúmeros personagens foram surgindo, além da enorme quantidade de novos monstinhos que inicialmente acreditava-se existir apenas 150 no universo da série. Mesmo depois de muito tempo, a franquia ainda conquista novos seguidores, além de manter um público cativo que a acompanha desde o início e hoje já são adultos. Em redes sociais como o *Facebook* é possível encontrar páginas ou grupos de discussão e troca de experiências dedicados à marca que reúnem tanto os novos fãs quanto os saudosos. No Brasil existe inclusive um grupo voltado exclusivamente para pessoas homossexuais que já conta com mais 6 mil membros chamado “Pokémona”, o nome é um trocadilho com a palavra “Pokémon” e “mona”, um dos inúmeros termos usados para se referir aos homossexuais.

Outro animê que teve grande repercussão nos anos 2000 foi *Dragon Ball Z*. Seu sucesso teve início desde 1996 com *Dragon Ball* quando narrava as aventuras do personagem

revelaria a terceira transformação de Goku, o Super Sayajin 3. Mas justo neste exato momento a cena foi interrompida para dar lugar ao Plantão da emissora que informava sobre o atentado sofrido pelas Torres Gêmeas em Nova York, o que deixou muita gente frustrada. No entanto, muitos dados mostram que isso não aconteceu, mas inúmeras pessoas afirmam que presenciaram esse momento. Existe até vídeos na internet que mostram o ocorrido, mas é perceptível que se trata de uma montagem. Acredito estar diante de um caso de memória coletiva que necessita ser pesquisado mais a fundo futuramente.

Inicialmente a fase “Z” foi exibida pela Rede Bandeirantes em 1999 no programa Band Kids, se tornando a maior audiência das tardes da emissora e posteriormente a Rede Globo adquiriu os direitos de transmiti-la. Dragon Ball reúne muitos elementos das mitologias japonesas e chinesa, a história em si é baseada na lenda chinesa “Viajem ao Oeste”.

Ainda no ano de 2000, outro forte elemento da cultura pop japonesa ganha forças no Brasil. A publicação de mangás se torna um marco a partir da chegada das histórias em quadrinhos dos *Cavaleiros do Zodíaco* e *Dragon Ball* trazidos pela Conrad Editora. Embora outros títulos já tivessem sido publicados anteriormente sem muita expressividade, foi a partir deles que o mercado fixou as bases que deram continuidade ao sucesso do produto por aqui.

Os mangás se fazem presentes no Brasil desde a chegada dos imigrantes em 1908, nas décadas de 1980 e 1990 alguns títulos de renome e importância foram publicados no país, como *Akira* e *Lobo Solitário*, mas ambos foram cancelados antes de serem concluídos. O diferencial das publicações que iniciaram em 2000 foi o seu formato seguindo o padrão de leitura japonês, da direita para a esquerda.

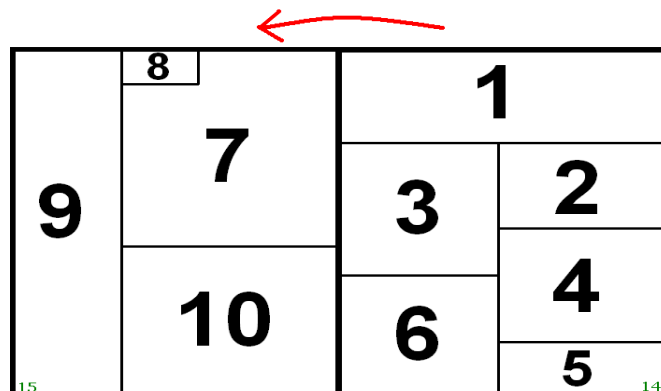


Imagem 11: Exemplo do estilo japonês de leitura. Disponível em: http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/quadros_zpsfe348684.png.html

Após o sucesso da publicação de *CDZ* e *DB*, logo vieram outros títulos como *Samurai X*, *Sakura Card Captors* e *Vídeo Girl Ai*, dessa vez trazidos pela Editora JBC. Não tardou muito para que as histórias em quadrinhos japonesas lotassem as bancas de jornal no país e

fizessem concorrência aos quadrinhos americanos. O que motivou o sucesso desses primeiros lançamentos dos anos 2000 foi o fato de os títulos já serem conhecidos por aqui através da exibição dos seus respectivos animês, com exceção de *Vídeo Girl Ai*.

Atualmente o mangá é um dos gêneros de quadrinhos mais lidos no país e possui atualmente mais de 50 títulos em publicação divididos entre quatro principais editoras nesse ramo: JBC, Panini, New Pop e Nova Sampa. Em seu artigo “Mangá: hoje, o único formador de leitores do mercado brasileiro de quadrinhos”, Sidney Gusman, jornalista e especialista em quadrinhos, apresenta três vantagens que o mangá possui em relação ao quadrinho norte americano:

1) As histórias têm um fim. Podem demorar cem edições, mas o mangá acaba. É como se fosse uma novela, e isso estimula o leitor a imaginar como será o desfecho da trama.

Por exemplo, nos Estados Unidos, os principais personagens têm mais de 60 anos e até quatro ou cinco revistas mensais, sem contar as especiais.

Haja criatividade para manter sempre um bom nível. Assim que acaba uma saga, uma nova começa o que não ocorre no Japão.

2) Os japoneses trabalham muito melhor a interatividade com a televisão e o cinema. Por exemplo, nos Estados Unidos, uma pessoa que não lê quadrinhos vai ao cinema e gosta do Homem Aranha. Isso faz com que ela se interesse em comprar o gibi, mas quando o faz descobre que as histórias são totalmente diferentes, porque no filme mostra a origem do personagem e a revista conta as aventuras em cada página há quase quatro décadas. No Japão também há diferenças, mas pequenas, o que obviamente atrai o público que compra o mangá para experimentar a leitura.

3) Por mais fantásticas que seja a história, os roteiristas japoneses trabalham com muito mais competência o aspecto humano dos personagens, o que gera a empatia dos leitores.

Isso foi esquecido pelos norte americano que transformaram seus personagens em semideuses quase onipotentes, muito distantes da realidade do leitor. Com isso, o mangá começou a ganhar cada vez mais terreno. Hoje, mesmo com uma queda significativa nas vendas, há aproximadamente 20 títulos diferentes nas bancas de jornal, muitos dos quais não são animês exibidos no

Brasil. Ou seja, público está formado (GUSMAN, 2005. p. 80).

A partir da entrada em massa desse elemento da Japop e a formação de um mercado consumidor a partir dele, deu-se um fortalecimento nas opções de produtos voltados para o público Otaku no Brasil, bem como o surgimento de mais uma ferramenta de aproximação com a mesma, além de se tornar uma importante mídia com grande influência cultural. Essa influência cultural, não só dos mangás mas também dos animês, despertou em muitos jovens o interesse de estudar a língua japonesa, aprender artes marciais, desenhar mangá etc. No

Brasil existem dezenas de escolas dedicadas especialmente a ensinar o estilo de desenho popularizado por Osamu Tezuka.

De simples espectadores de animês ou leitores de mangás, os jovens consumidores dessas mídias se transformaram em apreciadores dos costumes e da cultura pop japonesa. Na região de Picos essa influência não foi diferente. O contato com esses materiais também gerou na cidade uma legião de aficionados chamados de Otaku que conheceremos melhor no próximo capítulo.

CAPÍTULO III – JAPOP E IDENTIDADE OTAKU EM PICOS

3.0 O otaku dentro e fora do Japão.

Assistir animês ou *Tokusatsus* e ler mangás regularmente, sempre buscando estar por dentro das novidades relacionadas a essas mídias, bem como conhecer certas características ligadas ao universo da Cultura Pop Japonesa são apenas alguns indícios que podem identificar um sujeito como sendo um Otaku. Porém, mais do que simplesmente consumir esses produtos, ser Otaku é assumir uma identidade que está intimamente ligada a autoafirmação de pertencimento a este grupo, além de exercer uma sociabilidade com os demais, seja física ou virtualmente. São aficionados por elementos da Cultura Pop Japonesa. No decorrer deste capítulo poderemos conhecer através de depoimentos a forma como se deu a o processo de construção da identidade otaku e o consumo da cultura pop japonesa em alguns jovens da região de Picos, bem como a influência que o contato com essa cultura exerce em suas vidas. Buscar na memória desses jovens a forma como esse processo ocorreu é de fundamental importância para identificar os elementos da Japop que os seduziram, pois como afirma Lucília Delgado:

[...] a memória passa a se constituir como fundamento de processos identitários, referindo-se a culturas, comportamentos e hábitos coletivos, uma vez que o relembrar individual — especialmente aquele orientado por uma perspectiva histórica — relaciona-se à inserção social e também histórica de cada depoente (DELGADO, 2006. p. 46).

Para melhor compreender esse fenômeno é preciso conhecer o Otaku a partir de sua origem e definição japonesa, que é um pouco diferente da brasileira e ocidental. Em terras nipônicas o termo é usado de forma pejorativa para se referir a jovens que vivem isolados da sociedade e se dedicam a hobbies exóticos, e isso envolve a paixão pelos animês e mangás, ou algum tipo de colação. Já no Brasil a sua dedicação aos animês e mangás é uma maneira de colocá-los em contato com outras pessoas que possuem os mesmos gostos e assim construir uma interação entre ambos gerando uma sociabilidade juvenil a partir da cultura pop. Em sua obra “Otaku – Os Filhos do Virtual”, Étienne Barral explica a origem da palavra:

Em japonês, o termo otaku possui dois significados primordiais, que já existiam na língua antes do aparecimento do fenômeno em si. O primeiro corresponde à leitura de um dos caracteres japoneses utilizados para designar a habitação, o lugar onde se vive. O segundo significado é uma extensão do primeiro sentido: é um tratamento impessoal de distanciamento que os japoneses utilizam quando precisam dirigir-se a alguém sem, contudo, desejar aprofundar a

relação travada. É uma forma de tratamento de vizinhança, como na França se dirige a um açougueiro ou a um policial. Otaku é “em sua casa”, como quando dizemos: “Dê lembranças em casa!”, ou : “Em casa vai tudo bem?” (BARRAL, 2000. p. 25).

A primeira vez que o termo foi usado no Japão para se referir aos jovens fanáticos por essas produções foi em 1983 pelo ensaísta Nakamori Akio na revista de histórias em quadrinhos *Buricco*, voltada para o público adulto. No entanto, a palavra só veio se popular em 1989 quando uma série de crimes chocou a sociedade japonesa. Na época, um jovem chamado Miyazaki Tsutomu assassinou quatro garotas e ganhou bastante repercussão na mídia nacional sendo colocado como o otaku típico (BARRAL, 2000). A polícia encontrou em sua casa uma extensa quantidade de mangás e vídeos de animês pornográficos, revelando que o jovem era um obcecado por esse tipo de material.

Após toda a euforia gerada pela mídia o termo passou a ser usado para designar, sobretudo, indivíduos consumidores da cultura de massas que vivem isolados em suas casas. No entanto, essa é a imagem do otaku japonês não se aplica ao brasileiro como já foi mencionado e vale ressaltar que no Japão não está ligado somente ao consumo de animês e mangás.

Os otakus (nerds) são conhecedores fanáticos de algum assunto obtuso, que podem variar de torcedores alucinados de algum esporte, ou colecionadores maníacos de objetos incomuns, a jogadores viciados de videogames, mas geralmente são fãs doentios de tokusatsu (filmes de monstros e heróis uniformizados), animês e mangás, e que em comum possuem a característica de não conseguirem relacionar-se socialmente com pessoas que não compartilhem do mesmo ramo ou grau de conhecimento específico. (SATO, 2007, p. 21)

Enquanto o fenômeno otaku em terras nipônicas é constituído através da individualidade, no Brasil o otaku também é sinônimo de interação com os demais. Por aqui eles se comunicam frequentemente, pessoalmente ou através de redes sociais na internet e se reúnem em grupos para trocar informações. Um dos maiores exemplos dessa interação entre os otaku são os inúmeros eventos que existem no país voltados para esse público. O Brasil sedia anualmente o maior evento otaku da América Latina, o Anime Friends que é realizado em São Paulo. O Nordeste é palco do segundo maior, o SANA (Super Amostra Nacional de Animes) que acontece em Fortaleza, Ceará. E no Piauí também são realizados cerca de três ou quatro eventos mas, por enquanto, todos concentram-se na capital Teresina ou em Parnaíba.

Os otaku brasileiros além de interagir entre si, ainda partilham do orgulho de pertencerem a esse grupo mesmo quando esse pertencimento possa causar constrangimentos gerados pelo preconceito de pessoas que não vivenciam essa realidade e que consideram tais práticas e gostos como infantis. Não só no Brasil, mas também no Ocidente, ainda é cultivada a ideia de que desenhos animados, histórias em quadrinhos e vídeo games são entretenimentos voltados exclusivamente para crianças. E quando se menciona que existem dentro dessas mídias conteúdo para o público adulto, logo é associado à pornografia.

Dessa forma, ser otaku no ocidente não é apenas consumir produtos oriundos da cultura pop japonesa, mas também é necessário interagir com os demais membros do grupo, além de mostrar a eles que possui um domínio do universo simbólico que os define. Dentro dessa perspectiva, os indivíduos que possuem mais conhecimentos sobre determinados animês e mangás ou outros elementos da Japop, o utilizam como um instrumento de poder dentro do grupo para se firmarem como legítimos otaku.

Em sua obra “O Poder Simbólico”, o sociólogo francês Pierre Bourdieu defende que esse poder tem a capacidade de construir a crença da realidade, construir uma visão diferenciada do mundo. No entanto, se caracteriza através de táticas de dominação organizadas e planejadas sem que seja necessário recorrer ao uso da força ou da violência.

O poder simbólico como o poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer crer e fazer ver, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo: poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer ignorado como arbitrário (BOURDIEU, 1989. p. 14).

Desse modo, para se legitimar como otaku dentro de um grupo, seja físico ou virtual, o indivíduo necessita demonstrar que possui uma carreira moral através da quantidade de informações que possui sobre esse universo. Do contrário, ele é considerado o que se habituou a chamar de “modinha” ou “*poser*”. Sem esse domínio, muitos jovens recém ingressados no mundo da cultura pop japonesa, mas que já se reconhecem como otaku por gostarem de animês e mangás, acabam por sofrer certo preconceito por parte dos que possuem uma carreira moral mais longa.

Geralmente o primeiro contato do otaku com a cultura pop japonesa se dá por meio dos animês, principalmente através daqueles exibidos na televisão quando a internet ainda não

era acessível à todos. Isso era bastante comum no século passado e ainda na primeira década do século XXI. Nessa época o jovem que se sentia atraído por determinado animê e despertava o interesse de saber mais sobre ele tinha como fonte de informação as revistas especializadas em conteúdos sobre essas produções. Ele poderia tomar a iniciativa de buscar esse material em uma banca de jornal ou encontrar por acaso ao ver o seu desenho preferido estampando a capa de alguma dessas revistas.

Na cidade de Picos na primeira década dos anos 2000 existia, e existe até hoje, apenas três bancas de jornal. Duas delas localizadas na Praça Félix Pacheco e uma no Terminal Rodoviário Zuza Baldoíno. Apenas duas dessas três bancas tinham disponíveis revistas sobre animês. Além dos animês exibidos na TV, essas revistas eram o principal recurso que colocavam os otaku em contato com esses elementos da cultura pop japonesa. Com exceção apenas dos álbuns de figurinhas ou brinquedos baseados em personagens dessas obras e que só chegavam a ser comercializados na cidade se fosse de grande sucesso.

Outro fator importante que envolve essas revistas é que, naquela época, era a partir delas que o indivíduo se descobria como otaku. A exemplo disso, podemos citar o fato de que o termo otaku, embora já fosse usado no Brasil com a sua conotação pejorativa japonesa pelos membros da colônia, foi usado no mercado editorial do país pela primeira para denominar os aficionados por Japop através da revista *Animax* nos anos 1990. Essa foi a primeira revista que surgiu com conteúdo especializado em animês pegando carona no sucesso de *Cavaleiros do Zodíaco*.

Nos anos 2000 quando a internet banda larga ainda não estava disponível à todos, sobretudo nos primeiros anos, as principais revistas especializadas em animês eram a *Anime Do*, *Ultra Jovem* (ambas publicadas pela Editora Escala), *Henshin* (JBC) e *Anime EX* (Trama). Alguns dos entrevistados para esta pesquisa afirma terem conhecido a palavra “otaku” através dessas revistas, mas há também aqueles que tomaram conhecimento por meio da internet.

Eu conheci a palavra otaku através de revistas especializadas em animes e mangás, se não me falha a memória, a primeira que vi a palavra foi na *Anime EX*, a qual foi a primeira revista que comprei depois dos anos 2000.²⁶

Eu lia muito e as revistas de animes iam me esclarecendo aos poucos minhas dúvidas e eu passava a entender melhor, e a essa altura eu já

²⁶ CAVALCANTE, Ricardo Fernando. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

sabia um pouco do que se tratava para entender que eu poderia ser um Otaku, pois sempre estava envolvido nesse universo de séries japonesas.²⁷

Descobri através da internet. Vi esse termo num fórum de discussão sobre animes. No caso um fórum de Naruto²⁸. Não consegui entender o termo logo de cara e fui procurar o significado em outros sites e sim, me identifiquei com o termo de primeira.²⁹

Ao ler o conteúdo dessas revistas os jovens descobriam que aqueles desenhos animados de olhos grandes que tanto lhe chamavam a atenção na TV se tratava de produções japonesas. Além do mais, o constante uso da palavra otaku nesses materiais para denominar os fãs daquelas produções os fazia se identificar como um membro daquele grupo.

Segundo Roger Chartier

Definido como uma «outra produção», o consumo cultural, por exemplo a leitura de um texto, pode assim escapar a passividade que tradicionalmente lhe é atribuída. Ler, olhar ou escutar são, efectivamente, uma serie de atitudes intelectuais que — longe de submeterem o consumidor a toda-poderosa mensagem ideológica e/ou estética que supostamente o deve modelar — permitem na verdade a reapropriação, o desvio, a desconfiança ou resistência. Essa constatação deve levar a repensar totalmente a relação entre um público designado como popular e os produtos historicamente diversos (livros e imagens, sermões e discursos, canções, fotonovelas ou emissões de televisão) proposto para o seu consumo”. (CHARTIER, 2002, p. 59-60)

Aceitar a alcunha de “otaku” é uma questão individual de cada um. Nem todas as pessoas que gostam de determinado animê ou são leitores de mangás se consideram otaku. Assistir Dragon Ball Z e achar legal é como assistir uma animação americana qualquer e achar interessante em maior ou menor grau. Muitos leitores de mangá não se consideram otaku, são leitores de histórias em quadrinhos independentemente de serem japonesas ou não.

Neste caso, também é possível consumir elementos da Japop e não se identificar como otaku. Podemos perceber isso no depoimento de Leonardo Cesar que ao ser indagado se ele se identifica como um otaku, o mesmo afirma não se considerar um “otaku por completo”:

Não totalmente, gosto das animações e séries japonesas, alguns estilos de músicas me agradam, mas pelo fato de que eu não sigo ao pé todas

²⁷ ROCHA, Valdécio Sá. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

²⁸ NARUTO: Personagem criado pelo mangaká Masashi Kishimoto para o mangá de mesmo nome.

²⁹ LUZ, Bruno Santos. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

as tendências, como fazer Cosplay e estar sempre por dentro do mundo Pop Oriental, não me defino como um Otaku por completo.³⁰

Os aficionados por elementos da cultura pop japonesa não apenas os consomem, mas também se apropriam de conceitos dessa cultura e os trazem para o seu cotidiano. Através da prática do *Cosplay*, por exemplo, alguns indivíduos se vestem com roupas dos seus personagens favoritos para participar de eventos ou competições com outros *cosplayers* e procuram muitas vezes incorporar o comportamento e as características psicológicas dos personagens com o objetivo de dar mais realidade à sua *performance*. Para os leigos pode parecer apenas um bando de pessoas fantasiadas, mas para se ter uma ideia da complexidade da prática, muitos *cosplayers* dedicam-se durante meses para confeccionar as roupas e ensaiando as suas apresentações. O Brasil é bicampeão do *World Cosplay Summit*, uma competição realizada no Japão desde 2003 onde anualmente são premiadas as melhores duplas de *Cosplay* do mundo.



Imagem 12: Cosplayers em um evento realizado em São Paulo. PILATI, 31/10/2014. Disponível em: http://www.cosplaybr.com.br/site/index.php?option=com_joomgallery&func=watermark&id=131095&catid=990&orig=1&no_html=1&Itemid=566

Além do Cosplay, outras práticas influenciadas pelo consumo da cultura pop japonesa podem ser observadas nos otaku, a linguagem é uma delas. Em seus diálogos com outros membros do grupo, é comum que os otaku usem palavras do dialeto japonês para se comunicar.

³⁰ ALVES, Leonardo César de Sousa. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

O fascínio pelas histórias dos animês e mangás levando ao consumo de produtos influenciados pela admiração provocada por eles, a busca por mais informações sobre esses elementos, a incorporação de tais elementos no seu cotidiano e a sociabilidade com outros aficionados são os meios pelos quais é construída a identidade otaku. Pelo fato de os animês e mangás serem produtos midiáticos e consistirem na principal porta de entrada do indivíduo nesse universo, é necessário considerar a importante influência que a mídia exerce na construção dessa identidade.

No mundo dominado pela globalização e as trocas de informações se dando de forma cada vez mais intensa e rápidas permitiu-se a redução de fronteiras e o estreitamento das barreiras culturais, e que segundo Stuart Hall (2005) esse fluxo global entre nações e o consumismo global também possibilitam o compartilhamento de identidades.

De acordo com Hall (2005), existem três compreensões distintas de identidade, sendo elas: a do sujeito do iluminismo, que se baseia numa concepção de indivíduo centrado e unificado cuja centralidade essencial do eu era a identidade da pessoa, algo caracterizado como individualista; o sujeito sociológico era refletido pela complexidade do mundo moderno cuja identidade se formava a partir da interação do seu eu com a sociedade, a construção de sua identidade se dava através da influência do seu mundo social e cultural; por último temos o sujeito pós-moderno que não possui uma identidade fixa ou permanente devido ao fato de ela estar em constante transformação por conta dos sistemas culturais que o rodeiam.

Sendo assim o autor coloca que:

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2005. p. 07).

Tamanha oferta de informação e de elementos culturais distintos acaba impedindo que o indivíduo permaneça com uma única identidade e longe de ser influenciado pelas demais. Proporcionando o surgimento de várias identidades.

A identidade torna-se uma "celebração móvel": formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

Definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (HALL, 2005. p. 12-13).

Aliados aos seus gostos, consumos e a sociabilidades de seu grupo, a identidade otaku, e não somente ela, ainda se distingue das demais por meio do olhar do outro. Nem sempre está explícito que um indivíduo é otaku, mas isso vem à tona quando tais referências são percebidas e grupadas diferenciando-o dos demais. Como afirma Raimundo Nonato Santos:

[...] identidade e diferença são inseparáveis, pois uma depende da outra. A identidade constrói a diferença, e a diferença constrói a identidade. Assim, o *diferente* pode ser concebido como o *outro* que define o *eu*. Esse *eu* não é apenas individual, mas também coletivo, em se tratando de classe, etnia, sexualidade ou nacionalidade (SANTOS, 2007, p. 66).

E é com base na terceira concepção de identidade apontada por Hall que nos possibilita encontrar vestígios para compreender melhor a formação da identidade otaku, pois vale ressaltar que essa identidade pode não ser a única adotada pelo indivíduo. Ele pode reafirmá-la em maior ou menor grau através de suas práticas.

Ainda no que se refere a identidade, esse conceito também é abordado por Chartier dentro da perspectiva da representação onde, segundo ele, as coisas só existem através dos signos que as exibem e lhes dão sentido (CHARTIER, 2002).

[...] note-se que a distinção fundamental entre representação e representado, entre signo e significado, é pervertida pelas formas de teatralização da vida social de [...]. Todas elas têm em vista fazer com que a identidade do ser não seja outra coisa senão a aparência da representação, isto é, que a coisa não exista a não ser no signo que a exhibe [...] (CHARTIER, 2002. p. 21).

Os otaku se apropriam de elementos da cultura pop japonesa interpretando-as de diversas formas e, através de suas práticas, lhes conferem novos sentidos e significados. Pode-se dizer que há uma ressignificação dessa cultura após ser reelaborada e transformada por esses indivíduos, surgindo assim uma hibridação.

3.1 O Consumo em Picos.

Dentro do universo otaku o consumo de produtos relacionados aos animês e seus personagens possui grande importância para manter os apreciadores mais próximos de seus objetos de admiração. Servindo até para auxiliar na construção da identidade otaku ou evidenciar de maneira mais rápida que o indivíduo se trata de um otaku. Quando um animê é produzido, seus idealizadores já contam com a venda e licenciamento de diversos produtos derivados da obra pois sabe que existe um mercado consumidor que sentirá a necessidade de adquiri-los durante e após a veiculação da obra. Muitos são produzidos justamente com o objetivo de popularizar e vender produtos. Bonecos, *gashapons*³¹, *garage kits*³², camisetas, pulseiras com estampas de animês, colares, *action figures*³³ são só a alguns exemplos que de alguns desses produtos que são despejados no mercado.

A aquisição desses produtos satisfaz um desejo que foi implantado nos otaku através da própria mídia e pelas influências dentro do grupo que levam alguns a consumi-los para explicitar que ele faz parte do mesmo. Essa demonstração pode ser feita através das vestimentas ou acessórios que usam, dando a entender quais são os seus gostos e preferências para aqueles que reconhecem o seu significado. Dessa forma é possível afirmar que estes elementos da cultura pop japonesa também possuem um valor simbólico com capacidade de dar um sentido de pertencimento e identificação do indivíduo dentro do grupo. Sendo assim, podemos reforçar essa ideia a partir do pensamento de Baudrillard (1995) quando defende que os bens materiais através da cultura de consumo não se caracterizam apenas pela sua utilidade, mas também pelo valor simbólico, o valor de signo que lhe é atribuído.

Em algumas cidades do Brasil existem lojas especializadas em vender produtos relacionados a cultura pop japonesa, sobretudo de animês, séries de *Tokusatsu* ou games. Na capital teresinense é possível encontrar algumas delas. De certo modo o consumo desses produtos é uma das etapas que caracterizam a construção da identidade otaku no indivíduo.

³¹ Gashapons são máquinas japonesas normalmente expostas em fliperamas e à frente de lojas e restaurantes que oferecem, em troca de uma ficha, bonecos feitos de plástico PVC, bastante detalhados e, às vezes, montáveis. Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

³² Garage Kits (Kits de Garagem) são produções amadoras de kits de modelos (pequenas esculturas).Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

³³ Action-figure (figura de ação) é uma figura plástica posável de um personagem, frequentemente de filmes, de Video-games, ou de programas de televisão. Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

A cidade de Picos não possuía na época do recorte desse trabalho, e nem possui atualmente, nenhuma loja especializada em vender esse material, dessa forma, os otaku da cidade satisfaziam suas necessidades de consumo através daqueles produtos que chegavam até a região somente quando um determinado animê fazia grande sucesso em todo o país. E novamente sem o advento da internet para realizar compras online, algo que na época nem possuía o mesmo panorama que hoje, os aficionados por animês ficavam reféns apenas do que estava em lojas convencionais. No entanto, a oferta desses produtos apenas nessas condições não impediu que o consumo não contribuísse para a formação da identidade otaku na região.

E foi através dos animês que tiveram maior repercussão no país que possibilitou a chegada desses produtos, sobretudo brinquedos, na cidade de Picos. Porém, vale ressaltar que estas vendas se deram apenas no período de sucesso da obra. Por isso me referi as lojas anteriormente, pois nelas é possível encontrar produtos relacionados a animês que nunca foram veiculados na mídia nacional ou que não estão mais entre os que fizeram sucesso. Sem contar que há outros produtos que os colocavam em contato com as séries, como as já mencionadas revistas e mangás disponíveis em bancas de jornal.

Como já foi mencionado, apesar de não possuir lojas especializadas, os otaku de Picos ou aqueles que estavam em processo de construção, ainda puderam desfrutar na época da aquisição de produtos relacionados aos animês de maior sucesso no país durante sua exibição. A exemplo disso temos os animês *Pokémon*, *Dragon Ball Z*, *Digimon*, *Beyblade*³⁴ e *Yu-Gi-Oh!*³⁵ que foram alguns dos fenômenos não só televisivos mas também de mercado. É interessante observar que a maioria desses produtos chegou até a cidade através da pirataria e eram vendidos em lojas de importados, as famosas lojas de 1,99, ou na feira livre. Alguns dos entrevistados relatam em seus depoimentos alguns dos produtos adquiridos que estavam disponíveis na época.

Os Produtos eram revistas especializadas, mangás, DVDs de animês, jogos de vídeo game e principalmente bonecos referentes aos personagens de animês e Tokusatus.³⁶

Os principais produtos eram as revistas especializadas, os mangás e principalmente os bonecos articulados de *Dragon Ball Z* e *Digimon*, os quais adquiri muitos nas feiras de Picos e região.³⁷

³⁴ Beyblade (Bakuten Shūto Beiburēdo, Bakuten Shoot Beyblade) é um mangá e anime baseado em um brinquedo de mesmo nome semelhante a um pião. Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

³⁵ YuGiOh! é uma série de mangá e animê sobre jogos de cartas escrita e ilustrada por Kazuki Takahashi. Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

³⁶ BEZERRA, Cleydson de Brito. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

Os produtos que meus pais compravam eram principalmente bonecos de Cavaleiros do Zodíaco, Shurato³⁸, Pokémon, Digimon, Samurai Warriors³⁹, etc. Além disso, os álbuns de figurinhas, chicletes.⁴⁰

Outro fato importante relacionado ao consumo se refere a algumas crianças que na época não possuíam poder aquisitivo para adquirir certos produtos mas encontravam maneiras mesmo que de forma improvisada para estar em contato com o objeto que lembrava determinada série. Um exemplo claro disso foram os brinquedos da série *Bayblade* que consistiam em piões de plástico revestidos de metal que quando entrava em atrito provocavam faíscas durante os duelos. As crianças que não podiam possuí-los improvisavam tais peões usando tampas de detergente líquido, e para produzir as faíscas os encaixavam em catracas de bicicleta.



Imagem 13: Do lado esquerdo, Bayblades originais e do lado direito Bayblades caseiras confeccionada por crianças.
Disponível em: http://s1062.photobucket.com/user/Edomaru/media/Beyblades_zps219828fd.png.html

André Lourenço admite que a indústria cria uma cultura de massa ligada ao consumo:

Está claro que a indústria cultural nos bombardeia continuamente com produtos que, veiculados através dos *mass media*, constituem uma cultura de massa marcada por valores ligados ao consumo, enfatizando a necessidade de consumo crescente e contínuo que, se não for satisfeita, implicará em frustração pessoal e exclusão social. A indústria cultural, a cultura de massa e a sociedade de consumo estão interligadas (fazem parte do capitalismo liberal), o que levou alguns intelectuais (os “apocalípticos”) a terem uma perspectiva negativa da indústria cultural. Entretanto, não é possível negar a existência da

³⁷ CAVALCANTE, Ricardo Fernando. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

³⁸ Shurato (Tenkū Senki Shurato) é uma série de mangá criada por Hiroshi Kawamoto e transformada em animê pela Tatsunoko Productions. Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

³⁹ Samurai Warriors (Yoroiden Samurai Troopers), um anime produzido pela Sunrise. Fonte: Wikipédia, acesso em: 20/12/2014.

⁴⁰ LUZ, Bruno Santos. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

indústria cultural e a importância dos bens que ela produz (LOURENÇO, 2009. p. 30).

É inegável que o consumo de produtos relacionados aos elementos da cultura pop japonesa são, sobretudo, fruto da industrialização cultural, e alguns elementos são construídos visando exatamente o posterior consumo de tais produtos, no entanto, isso não é uma regra. Há diversas obras que não visam cair nas graças do capitalismo. E mesmo que existam obras que venham a gerar o consumo de seus derivados, elas não são constituídas apenas disso.

Ao consumir esses elementos da cultura pop japonesa, os otaku absorvem para o seu cotidiano muitos dos valores daquela nação, servindo-lhes de referencial para a construção do seu caráter.

3.2 Muito além do consumo: os animês e mangás na construção social do indivíduo.

Mais do que personagens com cabelos espetados e coloridos distribuindo socos e rajadas de luz que saem das mãos ou bichinhos fofinhos que duelam entre si, os animê e mangás proporcionam aos seus admiradores muitas aprendizagens e em alguns casos também despertam o interesse por conhecer melhor ou praticar algo relacionado a cultura japonesa, como artes marciais ou desenho no estilo mangá. Nos depoimentos que se seguem será possível observar algumas das influências que o consumo desses elementos causou na vida e na construção social dos sujeitos entrevistados.

[...] quando assistia aos animes ainda criança, buscava conhecer meus heróis e suas histórias, eu vivia uma busca de conhecimento dentro desse universo fictício, ao passo que meus heróis também viviam uma grande busca em suas histórias, sempre valorizando a amizade, eles buscavam a superação dos desafios para alcançar seus sonhos, e não era fácil, era uma grande saga, que eu acompanhava atento, sempre aguardando o dia seguinte para ver como o herói iria se sair. O final era sempre incrível, bem como as recordações todos os obstáculos vencidos sempre presentes e apesar das críticas que esses animes sofriam na época, eu não reparava em violência, apenas me divertia e ainda via valores sendo passados em meio a tudo isso. E agora adulto e ainda assistindo a animes, consigo enxergar esses valores de modo muito mais claro agora, o que é interessante, pois os personagens geralmente crescem e amadurecem em meio aos desafios de suas sagas.⁴¹

⁴¹ ROCHA, Valdécio Sá. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

Um dos motivos pelos quais essas produções fascinam tanto as pessoas pode ser a forma como elas são elaboradas, bem como a sua diferença em relação a outros produtos midiáticos que chegam até nós, neste caso os de origem norte americana. Sem contar que há uma ausência desses conteúdos de origem brasileira e quando há, não são consumidos da mesma forma por falta de espaço na mídia.

Há quem desaprove o teor violento de algumas produções, mas geralmente essas pessoas só conseguem enxergar o lado negativo da coisa, ao tempo que só veem o lado engraçado de uma bigorna caindo na cabeça de um personagem ou uma bomba explodindo em sua cara.

As narrativas dos animês em relação ao *cartoon* ou outro tipo de desenho norte americano são bastante distintas. A começar pela construção dos personagens, os americanos costumam prezar pela figura do herói que chega a ser quase um Deus, não envelhece, não morre é praticamente invencível. Já os japoneses procuram adicionar elementos mais humanos às suas criações. Os personagens possuem medos, defeitos, fragilidades, sofrem angústias e passam pelas mesmas transformações que qualquer outro indivíduo comum.

Através desses elementos aliados a fantasia, características exóticas e belos efeitos visuais, as produções japonesas envolvem o indivíduo de tal forma que este passa a ter uma relação de proximidade com os personagens muito maior do que com os de outras obras ocidentais.

Por ser um produto midiático oriundo do Japão, tais obras possuem em sua essência valores e ideologias que são característicos daquele país e que ao serem transmitidos através de suas mensagens, acabam sendo absorvidos por quem os consome.

[...] as mensagens de amizade, superação, força de vontade me ajudaram muito na infância e ainda hoje para que sempre possa lutar pelos meus objetivos. Os animes independentes do seu estilo ou público alvo, em sua maioria buscam passar esse tipo de mensagem positiva que sempre ajuda na construção do caráter.⁴²

Por serem membros desse grupo, os otaku passam a conviver com elementos que são tradicionalmente japoneses, e isso não ocorre apenas de forma esporádica ou para entretenimento, mas fazendo parte de suas vivências no dia a dia. Em uma das falas do

⁴² LUZ, Bruno Santos. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

depoimento de Ismael Benedito⁴³ ele afirma que o Karatê, a música japonesa, os animês e os mangás são influências da cultura pop japonesa que fazem parte do seu cotidiano. A partir dessa convivência ele encontra em tais elementos valores e maneiras de viver pautados em uma cultura que deveria lhe causar estranheza mas que na verdade o seduz. Dessa forma ele aproxima-se cada vez mais dela e apropria-se de seus elementos e absorve suas referências.

Outro campo que esses elementos da cultura pop japonesa, em especial os animês e mangás, exercem uma forte influência sobre seus admiradores é na educação, sobretudo na área da História. Muitas obras possuem abordagens históricas que ao serem bem aproveitadas pelo professor, podem oferecer subsídios no ensino da disciplina. Isso facilitaria ou despertaria o interesse dos alunos pela matéria visto que estariam aprendendo a partir de algo que já possuem afinidade. Mesmo para aqueles que não são otaku mas que conhecem animações japonesas, o ensino de História através do uso desses elementos pode surtir um efeito positivo simplesmente por se tratar de animações e histórias em quadrinhos.

Talvez se não fosse a forte influência que Cavaleiros do Zodíaco teve na minha vida eu não teria começado a me interessar pela história, graças a busca constante em saber mais sobre mitologia e afins. Hoje sou formado em História pela UFPI e tenho certeza que a fundação inicial foram aquelas tardes assistindo Seiya e Cia. percorrendo as 12 casas zodiacais.⁴⁴

A obra *Os Cavaleiros do Zodíaco* é rica em referências relacionadas a mitologia grega e nórdica que podem ser usadas como exemplos no momento da aplicação desses conteúdos em sala de aula. Outros animês e mangás retratam também a II Guerra Mundial e podem ser usados para transmitir o conteúdo ao aluno através de uma óptica que não seja apenas aquela convencional dos livros de História que pouco retratam a perspectiva japonesa do conflito.

Dessa forma, observa-se que esses elementos possuem uma capacidade que vai além do mero entretenimento, pois também podem educar e transmitem valores éticos, de amizade, altruísmo, força de vontade etc., que são comuns da sociedade oriental e que no ocidente não é tão visível ou colocados em prática. Ao serem repassados através das animações, HQs ou seriados, tais valores passam a fazer parte da vida de muitos jovens que os tomam com inspiração para se constituírem como cidadãos.

⁴³ Ismael Benedito da Silva, *19 anos, em depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira. Picos, 2014.*

⁴⁴ CAVALCANTE, Ricardo Fernando. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira. Picos, 2014.*

CONCLUSÃO

Os otaku no Brasil já são considerados como uma tribo urbana. Ao lerem mangás, assistirem animês, escutarem j-music, fazerem Cosplay etc., essas práticas tornam-se muito mais do que entretenimento e consumo de produtos. Elas se constituem como práticas geradoras de sociabilidades, afetividades, trocas materiais e simbólicas, produtoras de conhecimentos e auxiliam na construção de identidades tanto individuais quanto coletivas.

Na cidade de Picos e em diversas partes do país, a vivência dessas experiências assumidas como identidade ainda podem causar estranheza. Isso é normal visto que não é comum ver um grupo de pessoas que não são orientais usando expressões japonesas no seu vocabulário, homens e mulheres já na fase adulta e ainda usando roupas com estampas de desenhos animados que são sucesso entre a garotada, comprando bonecos desses desenhos para pôr na estante da sala ou do quarto, ouvindo e cantarolando músicas japonesas. Logo vem a necessidade de perguntar: “Você entende o que eles estão cantando?”. Ora, nem todo mundo compreende o inglês, mas gostam e escutam músicas americanas.

É a partir da apreciação e consumo desses elementos, sua apropriação e ressignificação que nasce a identidade otaku, um estilo de vida originado a partir da cultura japonesa, mas que no Brasil assume características próprias e específicas. Essa cultura, criada sobretudo a partir dos animês ultrapassou fronteiras e ao chegar aqui transformou aquilo que do outro lado do mundo pode ser considerado vergonhoso e pejorativo, em algo para ser defendido e encarado com orgulho.

FONTES E REFERÊNCIAS

FONTES ORAIS

ALVES, Leonardo Cesar de Sousa. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

BEZERRA, Cleydson de Brito. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

CAVALCANTE, Ricardo Fernando. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

LUZ, Bruno Santos. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

ROCHA, Valdécio de Sá. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

SILVA, Ismael Benedito da. *Depoimento concedido a Francisco Edmar de Lima Ferreira*. Picos, 2014.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRAL, Étienne. **Otaku**. Os filhos do virtual. São Paulo: SENAC, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1988.

BURKE, Peter (org): **A Escrita da História**. São Paulo. Editora UNESP, 1992. 360pp.

CARDOSO, Jomara Maria da Silva. **A Perspectiva dos Animes na Comunicação Pós-Moderna**. 2009. 81 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

CERTEAU, Michel: **A Escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural entre Práticas e representações**. Tradução Maria Manoela Galhardo. Memória e Sociedade. Editora Bertrand Brasil. S.A Rio de Janeiro, 1990.

_____. **Cultura Popular**: revisitando um conceito historiográfico. Estudos históricos. Vol. 8, n. 16, p. 179-192, jul-dez, 1995.

DELGADO, Lucília de Almeida Neves. **História oral: memória, tempo, identidades**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

DEL GRECO, Marcelo. **Exploda Cosmo!!!** Henshin, São Paulo, n. 21, 2001.

GUSMAN, Sidney. **Mangás**: hoje, o único formador de leitores do mercado brasileiro de quadrinhos. In: LUYTEN, S. (Org.). **Cultura pop japonesa**. São Paulo: Hendra, 2005.

_____. **Tudo Começou com National Kid**. Henshin, São Paulo, n. 21, p. 10 - 11, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Louro – 11 ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LOURENÇO, André Luiz Correia. **Otakus: Construção e Representação de si entre Aficionados por Cultura Pop Nipônica**. 2009. 365 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MÉLO, Tays Paulino de. **Animes e Animencontros: Seduções da Cultura Pop Japonesa no Brasil e em Campina Grande**. 2010. 91 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro de Humanidades da Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2010.

NAGADO, Alexandre. **Cultura Pop Japonesa: História e Curiosidades**. (e-book) 1 ed. 2011.

SANTOS, Raimundo Nonato Lima dos. **História, Memória e Identidade na cidade de Timon na década de 1980**. Teresina: UFPI, 2007.

SATO, Cristiane A. **JAPOPOP: O poder da Cultura Pop Japonesa**. São Paulo: NSP-Hakkosha, 2007.

SIQUEIRA, Ana Raquel. **A Ressignificação da Cultura Pop Japonesa em Fortaleza: Sentidos e Significados de ser um Otaku**. 2009. 126 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro de Humanidades, da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009.

SOUSA, de Okky. **Zeus é Japonês**. VEJA, São Paulo, nº 1401, nov.1995. Editora Abril.

VEJA. **Saindo do inferno astral**. VEJA, São Paulo, ano 27, nº 1366, nov.1994. Editora Abril.

VILIEGAS, Renato. **Se não fosse por eles...** Henshin, São Paulo, n. 21, 2001.

YAMASHIRO, José. **Pequena História do Japão**. São Paulo: Editora Herder, 1964.

ANEXOS



Imagem 14: Algumas revistas sobre animês pertencentes a Valdécio Sá Rocha. ROCHA, 2014.



Imagem 15: Álbums de figurinhas e cards de animês pertencentes a Cleydson de Brito Bezerra. BEZERRA, 2014.



Imagem 15: Bonecos de personagens de animê pertencentes a Cleydson de Brito Bezerra. BEZERRA, 2014.

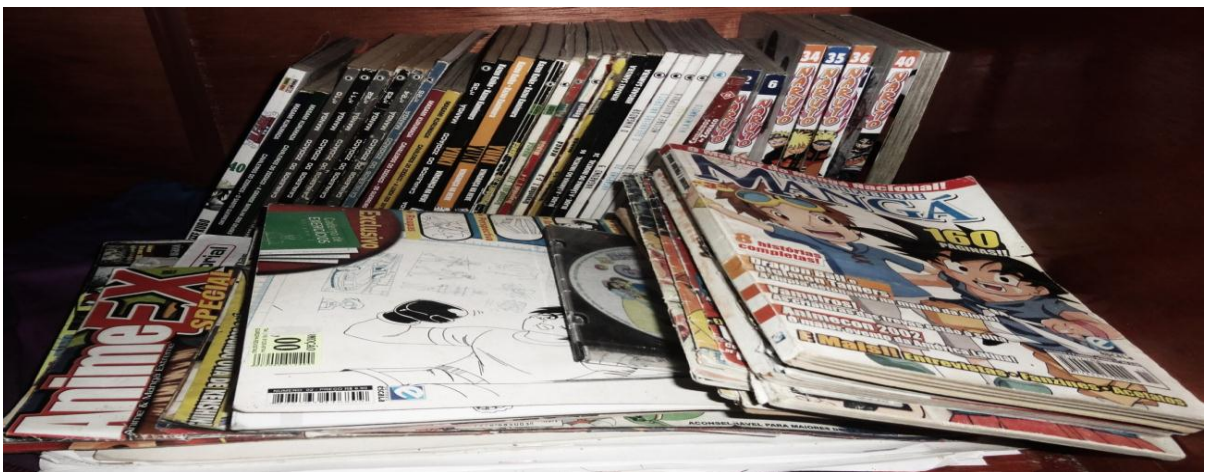


Imagem 18: Mangás, revistas de animê e revistas que ensinam a desenhar no estilo mangá pertencentes a Ismael Benedito da Silva. SILVA, 2014.



Imagem 18: Algumas revistas sobre animê comercializadas na década de 2000. Acervo pessoal do autor.



Imagem 19: Bonecos de personagens de animês comercializados na década de 2000. Acervo pessoal do autor.



Imagem 20: Bonecos de origem pirata do animê Dragon Ball Z que estão à venda no comércio de Picos. FERREIRA, 2014.



Imagem 21: Produtos da personagem Hello Kitty vendidos no comércio de Picos. Muitos não sabem que se trata de um dos maiores fenômenos da cultura pop japonesa. FERREIRA, 2013.



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
() Dissertação
(x) Monografia
() Artigo

Eu, **Francisco Edmar de Lima Ferreira**, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação **CHA-LA HEAD-CHA-LA: A Formação da Identidade Otaku e o Consumo da Cultura Pop Japonesa em Picos na Primeira Década do Século XXI** de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI, 12 de Janeiro de 2016.

Francisco Edmar de Lima Ferreira.

Assinatura

Francisco Edmar de Lima Ferreira.

Assinatura