

Identidade *Otaku*¹

Elisa Calvete Ulema RIBEIRO²
Karina Silva CABRAL³
Amli Paula Martins de MIRANDA⁴
Universidade Federal de Mato Grosso, MT

RESUMO

O documentário “Identidade *Otaku*” teve seu processo de produção durante a disciplina “Comunicação Global, Regional e Local”. O objetivo do produto foi discutir a identificação dos consumidores midiáticos de cultura pop japonesa com os seus personagens preferidos para despertar a reflexão sobre a busca da identidade pessoal encontrada na fantasia e aplicada na vida real, abordando para isso o conceito de busca pelo significado de Bruno Bettelheim.

PALAVRAS-CHAVE: documentário; identidade; personagem; *anime*; *cosplay*.

1 INTRODUÇÃO

O documentário “Identidade *Otaku*” é o produto do trabalho de conclusão da Disciplina “Comunicação Global, Regional e Local”, oferecida no terceiro semestre do curso de graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). A proposta para o trabalho era a elaboração de um produto referente ao tema “Identidade cultural no século XXI”.

A ideia para o produto surgiu em uma data muito anterior à da entrega do trabalho final. Os alunos deveriam escrever um artigo, discutindo características de determinados grupos étnicos. Para isso, a escolha foi falar sobre a cultura pop japonesa no Brasil e como ela se desenvolve em Cuiabá, capital de Mato Grosso.

Baseado na temática desse trabalho, surgiu a oportunidade de produzir um documentário falando sobre jovens que residem em Cuiabá e se consideram *otakus*, ou seja, fãs de *mangás*⁵ e *animes*⁶.

O resultado foi um documentário explicando um pouco sobre essa cultura e com entrevistas de apreciadores dela compartilhando seus gostos acerca de personagens e histórias.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Filme de não ficção/ documentário/ docudrama .

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Radialismo, email: elisacalvete@gmail.com.

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso Jornalismo, email: kahcabral@hotmail.com .

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo na disciplina Comunicação Global, Regional e Local, email: paula.miranda@outlook.com.

⁵ *Mangás* são histórias em quadrinhos orientais

⁶ Animações produzidas, em grande maioria, no Japão.

2 OBJETIVO

O objetivo desse documentário é mostrar como os fãs de *animes* e *mangás* se identificam com aqueles personagens que consideram seus favoritos. Para isso, o foco para as entrevistas foram pessoas que se diziam fãs desses itens da cultura pop japonesa e os . É de conhecimento do grupo que, ao acompanhar determinado produto midiático, aquele receptor tem a predisposição de se identificar por determinado personagem.

O intuito é causar a reflexão sobre a busca da identidade pessoal usando o mundo da fantasia para tal. Para isso, foram utilizados os *mangás* e *animes* como elemento da fantasia em que, hoje em dia, é um dos produtos que os jovens buscam para divertimento e lazer.

Sendo assim, usamos teoria de identidade e busca por significado de Bruno Bettelheim (2009) para a produção deste trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

O fenômeno da globalização foi uma das mudanças que ocorreram e geraram grandes transformações no mundo e na sociedade durante o século XX. A partir daí, a interação entre os países se tornou cada vez maior. Devido a esse aumento de interação, o mundo todo passa a estar interligado, isso em aspectos sociais, culturais e de comunicação, ou seja, a comunicação mundial, conseqüentemente, também foi ampliada. Por isso, devido a esses aspectos, é correto afirmar que as áreas culturais, sociais e de comunicação são diretamente afetadas por esse fenômeno (globalização) (MATTELART, 2009). Por causa desse fenômeno, é possível ter contato com culturas de outros países. A cultura pop japonesa se encaixa nesse exemplo. Os *animes* e *mangás* chegaram ao Brasil como produtos de uma cultura diferente da nossa, a cultura pop japonesa.

Segundo o site oficial da Associação para Comemoração do Centenário da Imigração Japonesa no Brasil (ACCIJB, 2008) e o Centro de Estudos Nipo-Brasileiros (CENB), o Brasil é considerado a maior comunidade de descendentes japoneses atual. O fato é um dos motivos pelo qual o estilo marcante de desenho japonês acabou se popularizando no Brasil. Em 1960, descendentes como Minami Keizi e Claudio Seto, começaram a destacar em seus trabalhos na EDREL (Editora de Revistas e Livros) grafias, narrativas ou temáticas inspiradas nos *mangás* orientais.

Entre o final da década de 1980 e o começo de 1990 são lançados pela EBAL (Editora Brasil América), quadrinhos autorizados das séries Jaspion, Maskman, Changeman e Spielvan.

O momento de maior destaque dos *animes* e *mangás* no Brasil foi em 1994, com a exibição de “Os Cavaleiros do Zodíaco” de Masami Kurumada, pela Rede Manchete. Nesse mesmo ano, surgem as primeiras revistas sobre o tema, como a *Japan Fury* e a *Animax*. Aparecem também inúmeras *fanzines* e quadrinhos inspirados em *animes* e *mangás*. (GRAVETTI, 2006)

O número de fãs desses *animes* tem crescido consideravelmente de uns anos para cá. Um dos principais motivos é a facilitação de acesso a esse conteúdo devido à popularização da internet. Segundo dados do IBGE (2011), 77,7 milhões de brasileiros acessaram a Internet em 2011.

Bruno Bettelheim (2009) é um autor que discute essa identificação como uma forma de busca por significado. Ou seja, ao admirar ou gostar de uma história, ou mesmo de determinado personagem, aquele leitor de alguma forma, se identifica. Bruno usa essa teoria analisando pacientes (crianças e adolescentes) leitores de Contos de Fadas/ Fantasia. Ele discute e relata alguns casos desses pacientes. Mostra que enredos como o de “O Gato de Botas” é o preferido daqueles leitores que precisam da esperança de que pessoas podem fazer seu próprio destino. Outro exemplo são de meninas cujos pais são divorciados e que têm uma madrasta, ou que não tenham um bom relacionamento com a mãe, se afeiçoarem a histórias como as de “Cinderela” e “Branca de Neve e os sete anões”.

Se esperarmos viver não apenas de momento a momento, mas sim verdadeiramente conscientes de nossa existência, nossa maior necessidade e mais difícil realização será encontrar um significado em nossas vidas. (BETTELHEIM, 2009, p. 09)

Da mesma maneira que esses pacientes estudados por Bettelheim utilizaram a fantasia dos contos de fadas para encontrar significados em suas vidas, é possível usar essa teoria de identificação e busca por significado em leitores/ expectadores de *animes* e *mangás*. Eles têm como preferidos aqueles personagens que tem algo parecido com eles, ou alguma característica a qual desejam para si. Com esse foco, o documentário foi feito.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A primeira coisa que foi pensada era que esse documentário deveria ser o mais acessível possível. Qualquer um entenderia seu conteúdo, desde fãs de *animes* e *mangás* até aqueles que tem pouco ou nenhum contato com a cultura pop japonesa. A solução para isso foi o uso das enquetes. Para isso, foram questionadas várias pessoas sobre seu conhecimento sobre *animes* e *mangás*. Em seguida, a resposta sobre seu início e chegada ao Brasil foram dadas por uma apresentadora.

Para dar dinamicidade ao produto, as cabeças, offs e passagens foram gravadas com mais de uma pessoa. O conteúdo era alguma explicação sobre o que estava sendo abordado ou introdução a determinado assunto. Os textos foram escritos pelos acadêmicos e revisados pelo orientador do trabalho. As gravações aconteceram em um dia usando material emprestado da universidade (câmera, tripé, microfone). As gravações das entrevistas, no entanto, aconteceram em períodos separados.

Para as entrevistas, a procura foi por consumidores de produtos midiáticos da cultura pop japonesa, que gostavam de um ou mais enredos de *animes* e *mangás*. Durante a entrevista, era necessário deixar claro que aqueles entrevistados, de alguma maneira, se identificavam ou admiravam aquele personagem que consideravam como o seu favorito. Essa identificação poderia ser algo comum, como por exemplo, o personagem em questão manusear o elemento preferido daquele entrevistado, ou possuir alguma característica que o entrevistado admira (coragem, inteligência, bom humor, beleza etc). ““ Com quem quero me parecer?” . Ela decide isso com base na projeção entusiástica numa personagem.” (BETTELHEIM, 2009, p.17). Na maioria das vezes, esse entrevistado dizia uma característica que ele queria para si próprio e encontrava nesse personagem.

Também foram entrevistados *cosplayers*, pessoas que fazem *cosplay*⁷. A admiração dessas pessoas pelos personagens ultrapassa as barreiras dos produtos midiáticos e, de certa maneira, os trazem para o mundo real. Isso porque essas pessoas vivem aquele personagem por um período de tempo. Eles se transvestem, se transformam e são aquele personagem por alguns instantes. Ao perguntarmos qual o fator determinante para escolha do personagem que será feito, todos responderam que a identificação, o gostar desse personagem é um dos principais fatores nesse momento. O número total de entrevistados foi de dezoito entrevistados, incluindo enquete, entrevistas de consumidores e *cosplayers*.

⁷ Da junção das palavras em inglês Costume (Fantasia) e Play (jogo, atuação) . É arte de vestir-se de determinado personagem. Não se restringe apenas aos personagens de cultura pop japonesa.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A primeira ideia que tivemos foi a de que o produto deveria ser inteligível a qualquer pessoa que o assistisse. Entretanto, não são todas as pessoas que sabem o que são *animes* e *mangás*. A solução para isso foi uma enquete. Perguntamos a algumas pessoas se sabiam o que era. Alguns não sabiam, outras citavam exemplos e outras tinham conhecimento sobre o assunto. Após a enquete, um off (?) seguidos de imagens de apoio explicava o que eram esses itens da cultura pop.

Em seguida, buscamos por pessoas que são consumidores desses produtos midiáticos e as entrevistamos. O perfil era de pessoas maiores de idade, que já assistem e leem *animes* e *mangás* e que teriam, dentro desse universo, uma história e um personagem cujo tenham preferência. As entrevistas foram divididas em duas partes: a primeira, mais rápida, tem fala de algumas pessoas falando um pouco sobre o personagem preferido. A segunda, um pouco maior, é a entrevista de duas alunas de letras falando sobre seus personagens preferidos. A escolha desse perfil é, por terem estudado sobre teoria de personagens (especialmente em teoria literária), essas duas alunas tem bagagem cultural e embasamento teórico para falar analisando esses personagens. Entre as duas entrevistas, foi encaixado um off explicando a maneira com a qual existe identificação entre esses consumidores e personagens.

Posteriormente, são apresentados os *cosplayers*. Para gravar com essas pessoas, foram necessários vários encontros. Alguns se dirigiram até um local combinado para gravar a entrevista. Outras gravações aconteceram em um evento fotográfico que aconteceu na cidade de Cuiabá. As perguntas foram elaboradas de maneira que os *cosplayers* pudessem explicar há quanto tempo já praticam essa arte, quantos *cosplays* já fizeram, quais os mais marcantes e quais fatores determinantes no momento de escolher um *cosplay*.

Sempre que uma entrevista era realizada, o pensamento era que deveria se desenvolver conforme uma conversa. O entrevistado deveria se sentir confortável e falar o que quisesse sobre seus personagens, histórias e *cosplays*. Algumas perguntas direcionavam o que deveria ser dito em determinados momentos. Geralmente, perguntas sobre o tempo que essas pessoas já consumiam esses produtos, o que elas mais gostavam e quais suas histórias e personagens preferidos.

O roteiro final foi dividido em enquetes, entrevista com alguns consumidores, depoimento das duas alunas de letras e conversa com os *cosplayers*. Para a transição entre uma parte e outra, eram utilizadas passagens e offs.

O programa de edição utilizado foi o Adobe Premiere versão 6.0. Em vários momentos, o recurso das imagens de apoio foi utilizado. Grande parte delas foram captadas nos dias em que os participantes do documentário foram gravados. Entretanto, algumas imagens de cosplayers e partes de *animes* foram utilizados por vídeos que estão no site YouTube. No caso das imagens dos *animes*, foram procurados aqueles que eram citados durante as entrevistas e alguns que são populares entre os *otakus* brasileiros.

Para a trilha musical, foram selecionadas músicas que fazem parte de trilhas musicais originais de *animes*. Por mais que algumas delas tenham sua versão em português, a preferência foi deixá-las em seu idioma original, o japonês.

Com a finalidade da acessibilidade, o documentário foi mantido com linguagem fácil e compreensível, ainda que carregue em seu conteúdo elementos que têm como base pesquisas sobre identidade e busca de significado de um indivíduo.

6 CONSIDERAÇÕES

Atualmente, não há como afirmar que determinada cultura é forte e sólida de uma determinada região, gênero, classe e etnia. Com as mudanças que vêm acontecendo, as identidades vêm sendo fragmentadas não pertencendo a apenas um grupo, mas a vários deles (HALL, 2005). E mesmo na pós-modernidade, o mundo da fantasia ainda encanta variados grupos, independente da faixa etária ou região. Entretanto, ao contrário de anos atrás em que o principal elemento fantástico em que jovens e adultos se permitiam ler numa busca por um mundo fantasioso, os contos de fadas têm dividido seu público com histórias e gêneros modernos: histórias em quadrinhos, *vídeo games*, *animes*, *mangás* etc.

Mesmo em um mundo moderno, há a necessidade do leitor⁸ encontrar naquele mundo fantástico, determinado o perfil de herói que o ajudará na busca pelo seu autoconhecimento, e assim, na construção de sua própria identidade. Entretanto, não há apenas o Príncipe Encantado, João e Maria ou O Gato de Botas para que ele possa escolher. As novas formas de textos e gêneros acabam expandindo esse universo fantástico e, em consequência, o número de escolhas de personagens com o qual o leitor crie certa afinidade e preferência.

Dessa forma, a escolha pelos elementos da cultura Pop japonesa, que tem se tornado cada vez mais popular, e seus personagens também têm contribuído para essa busca por sentido e construção de sua identidade.

⁸ Leitor nesse caso não se aplica apenas àquele que lida com material escrito. A ideia de texto, nesse caso, independe do gênero. Pode-se aplicar tanto para livros, revistas, jornais quanto para produtos midiáticos, como filmes, séries e animações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCIJB. **Centenário no Brasil.** Disponível em:
<http://www.centenario2008.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=26> acesso em 18 mar. 2014.

BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise dos Contos de Fadas.** São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009.

CENB. **Imigração Japonesa.** Disponível em
<http://www.cenb.org.br/cenb/index.php/articles/display_pt/207> acesso em 18 mar. 2014.

GRAVETTI, Paul. **Mangá: Como o Japão Reinventou os Quadrinhos.** São Paulo: Conrad, 2006 .

HALL, Stuart. **A identidade na cultura da pós-modernidade.** 10 edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Acesso à internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal.** Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação.** Bauru: EDUSC, 2009.