

## IDENTIFICAÇÃO DE JOVENS ADULTOS COM A CULTURA OTAKU

### IDENTIFICACIÓN DE LOS JÓVENES ADULTOS CON LA CULTURA OTAKU

Ingrid Michelle Rodrigues Ortiz Redes<sup>1</sup>

Dameres Borges dos Santos<sup>2</sup>

[ortiz.ingrid509@gmail.com](mailto:ortiz.ingrid509@gmail.com)

#### RESUMO

A globalização tem facilitado o compartilhamento de aspectos culturais, especialmente através da mídia, aumentando o consumo de conteúdos estrangeiros como os *animes* e *mangás*. Esse fenômeno tem impulsionado o crescimento do grupo *otaku*, que adota elementos da cultura japonesa por meio de *animes*, *mangás*, jogos, entre outros. A internet desempenha um papel crucial na mediação entre culturas, distribuindo conteúdo e promovendo a socialização. Dentro do grupo *otaku*, forma-se uma cultura distinta, que influencia novos modos de pensar, agir e se relacionar, impactando significativamente a identidade dos indivíduos. Diante da convergência cultural entre Brasil e Japão, é essencial estudar esse fenômeno, especialmente os processos identitários dos jovens adultos brasileiros que adotam a cultura *otaku*. O presente artigo busca preencher essa lacuna através da pesquisa de opinião, investigando os fatores que levam esses jovens a adotar esse estilo de vida e os impactos dessa identificação na identidade individual e social. A pesquisa foi realizada através da técnica de amostragem *Snowball*, com pessoas entre 18 e 28 anos, e coleta dados através do Google Formulários. A análise foi realizada através da análise de conteúdo de Bardin, proporcionando uma compreensão aprofundada dos fatores e impactos dessa adoção cultural.

**Palavras-chave:** *Animes*; Cultura *otaku*; Identificação; Pesquisa de Opinião.

---

<sup>1</sup> Dicente do curso de psicologia - Centro Universitário Adventista de São Paulo – UNASP

<sup>2</sup> Docente do curso de Psicologia - Centro Universitário Adventista de São Paulo – UNASP

## RESUMEN

La globalización ha facilitado el intercambio de aspectos culturales, especialmente a través de los medios de comunicación, aumentando el consumo de contenidos extranjeros como los *animes* y *mangas*. Este fenómeno ha impulsado el crecimiento del grupo *otaku*, que adopta elementos de la cultura japonesa a través de *animes*, *mangas*, juegos, entre otros. Internet desempeña un papel crucial en la mediación entre culturas, distribuyendo contenido y promoviendo la socialización. Dentro del grupo *otaku*, se forma una cultura distinta que influye en nuevas formas de pensar, actuar y relacionarse, impactando significativamente la identidad de los individuos. Ante la convergencia cultural entre Brasil y Japón, es esencial estudiar este fenómeno, especialmente los procesos identitarios de los jóvenes adultos brasileños que adoptan la cultura *otaku*. El presente artículo busca llenar este vacío a través de la investigación de opinión, investigando los factores que llevan a estos jóvenes a adoptar este estilo de vida y los impactos de esta identificación en la identidad individual y social. La investigación se realizó a través de la técnica de muestreo *Snowball*, con personas entre 18 y 28 años, y recopiló datos a través de Google Formularios. El análisis se realizó mediante el análisis de contenido de Bardin, proporcionando una comprensión profunda de los factores e impactos de esta adopción cultural.

**Palabras clave:** *Animes*; Cultura *otaku*; Identificación; Investigación de Opinión.

## INTRODUÇÃO

A cultura *otaku* parece ser algo recente para muitas pessoas, mas a cultura japonesa vem se estabelecendo no Brasil por meio das mídias desde meados da década de 1960 através de live-actions, principalmente os de estilo *Tokusatsu* (filmes e séries que utilizam de forma excessiva os efeitos especiais), sendo pioneiro o seriado *National Kid* (CARLOS, 2010). Nas décadas que se seguiram, diversos títulos conhecidos pelo povo brasileiro foram chegando através da TV aberta, como Jaspion e Jiraya: O incrível ninja (seriado que deu origem a expressão popular “virado no Jiraya”), bem como *animes* conhecidos pelos espectadores da TV Globinho, como *Dragon Ball* e nas últimas duas décadas *Pokémon* e *Naruto*.

Depois da chegada da internet se iniciou outro movimento que auxiliou na expansão do universo dos *animes* e *mangás*, sendo eles as práticas de *fansubing* que consiste na tradução e legendagem e de *scanlation* que consiste na edição e tradução de *mangás* (CARLOS, 2010). Com cada vez mais pessoas entrando em contato com a cultura japonesa através dos *animes* e *mangás*, surgiram alguns termos, dentre eles o termo *otaku*, utilizado muitas vezes no ocidente para designar uma pessoa que seja fã de *anime* ou apreciador da cultura japonesa.

Esse termo não possui uma tradução precisa e direta para o português, entretanto, Gushiken e Hirata (2014) descrevem que é possível compreendê-lo como uma denominação para fãs ou pessoas obcecadas por algum tema específico. Se digitado no tradutor utilizando o ideograma hiragana お (letra O no alfabeto romano) e o *kanji* 宅 (*taku* de maneira romanizada) se obtém a tradução “sua casa” ou “vossa casa”. De acordo com Gushiken e Hirata (2014) foi na década de 1980 que esse termo passou a ser usado para dar nome ao novo grupo que começou a surgir na sociedade japonesa.

Gushiken e Hirata (2014), apontam que o termo foi usado pela primeira vez para descrever um grupo social por Akio Nakamori em seu artigo *Machi ni otaku ga ippai*, traduzido como A cidade está cheia de *Otakus*. Nakamori descreveu alguns fatores que observou em um evento chamado *Comiket*:

Se deparou com milhares de jovens, a grande maioria adolescentes e estudantes de ensino médio, dotados de características visuais que ele considerou excêntricas para aquela época: garotos franzinos, meninas acima do peso, muitos com corte de cabelo em formato de tigela e vestindo roupas baratas de uma conhecida loja de departamentos chamada Ito Yokado (GUSHIKEN; HIRATA, 2014, p. 137).

Dessa forma é possível perceber que existem algumas características referentes a vestimenta, tipo físico e até mesmo o corte de cabelo que destacam o grupo dos demais. Considerando para além de aspectos estéticos, aqueles que aderem à cultura *otaku* como um estilo de vida possuem relações que vão além do conceito de isolamento, a troca indivíduo e personagens se torna mais social à medida que passam a se compreender como um novo grupo social, de forma presencial através dos eventos e de forma online.

Gandolfi (2016) descreve que a interação dos *otakus* na internet vai além de simplesmente assistir *animes* e ler mangás em diversos sites, eles interagem através de diferentes grupos do *Facebook* e canais do *YouTube*. Além das redes sociais citadas, nos últimos anos o aplicativo *Amino* também vem ganhando destaque dentro da comunidade *otaku*, permitindo de forma ampla uma interação de diversos métodos, como enquetes, chats públicos, quizzes e criação de comunidades.

A socialização dentro das redes sociais vai desde o compartilhamento daquilo que assistem e leem, até aspectos mais pessoais, como os sentimentos despertados através do contato com esse mundo, “preocupações que remetem a outras áreas de sua vida, o dia a dia e as conversas que percebem como uma forma de fugir do tédio, sentir-se acompanhados ou conhecer pessoas que compartilham seus gostos e interesses” (GANDOLFI, 2016).

Através das conversas e trocas de informações, dentro de tais formas podem ser encontrados aqueles que se consideram *otakus* e pessoas que apenas se interessam por *animes/mangás* e pela cultura japonesa, sem necessariamente se reconhecerem como parte do grupo social. Alguns aspectos são mais claros do que outros naqueles que fazem parte da cultura *otaku*, como as pessoas que andam com camisetas de *animes* ou aqueles que fazem *cosplay*, se vestindo como seus personagens favoritos. De acordo com Costa (2011), “o *cosplay* é, provavelmente, a manifestação cultural *otaku* que tem maior visibilidade dentro da ‘sociedade geral’, e que é mais identificada com os *otakus*”.

Entretanto, aqueles que apenas apreciam não se encontram de forma tão assídua e empenhada, no aspecto mais fanático. Gushiken e Hirata (2014), em sua descrição sobre o que Akio Nakamori presenciou na *Comiket*, relatam que “emergiam outros grupos de jovens obcecados, como os fãs que acampam próximos a salas de cinema para serem os primeiros a assistir a filmes de animação no dia da estreia”. Todos esses aspectos descrevem indivíduos e trocas realizadas dentro do grupo, influenciando tanto no âmbito social, quanto pessoal e na percepção e identidade de cada um.

Para compreender de forma mais profunda as influências desse grupo nos indivíduos, é preciso primeiro entender sobre o conceito de identidade. De acordo com Stuart Hall (2006) pode-se distinguir três concepções de identidade, sendo o sujeito do Iluminismo que propõe que o centro do eu seria a identidade, podendo se definir como uma concepção individualista sobre o próprio sujeito e sua identidade; o sujeito sociológico que de maneira simplificada, a identidade surge e se desenvolve partir da interação com o outro; e o sujeito pós-moderno no qual a identidade não é fixa ou permanente, ela está em constante mudança, e assumimos diferentes identidades para diferentes momentos.

Tendo em vista esses conceitos, os dois últimos se enquadram dentro do tema tratado, embora a descrição sobre o sujeito pós-moderno seja uma concepção na qual o mundo atual melhor se enquadre, pensando que para cada ambiente no qual se convive, o modo de agir, pensar e até socializar é diferente. Dessa forma, quanto mais contato se tem com um ambiente, mais familiar ele se torna e a mais influências desse meio são expostas ao sujeito.

À medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006, p. 13)

A partir da definição de Stuart Hall é possível compreender a identidade como algo em constante mudança, que contempla diversas facetas, surgindo em diversos momentos da vida, por exemplo, uma pessoa possui uma identidade no âmbito profissional, outra no acadêmico, outra no meio social *etc.* Dentro desse meio existe um

outro ponto ao se falar de identidade que ainda é um pouco nebuloso, a dificuldade de diferenciar identidade de personalidade.

De acordo com Feist, Feist e Roberts (2015), os teóricos da psicologia não chegaram em um consenso sobre a personalidade e cada abordagem a compreende de formas diferentes, entretanto, pode-se compreendê-la como um conjunto de diferentes aspectos do ser humano.

São dois aspectos que compreendem a personalidade, traços e características. Os traços são o que contribuem para as diferenças individuais no comportamento, sua consistência e estabilidade nas mais diversas situações, e mesmo que alguns desses traços sejam compartilhados entre grupos e povos, nenhum ser humano é exatamente igual ao outro, cada um tem sua personalidade singular. As características por outro lado, compreendem as qualidades, incluindo aspectos como psiquê, temperamento e inteligência (FEIST; FEIST; ROBERTS, 2015).

A partir das definições de Stuart Hall e Feist, Feist e Roberts, é possível compreender que a identidade se trata de um aspecto mais mutável e depende da interação do indivíduo com o meio, sendo também múltipla, adaptando-se a cada situação. A personalidade é mais consistente e estável, compreendendo os traços e características individuais de cada um e formando a partir deles. Embora identidade e personalidade sejam diferentes, ambas estão relacionadas, os traços de identidade que uma pessoa tem contribuem para a formação de sua personalidade, o que ela é em sua essência.

Compreendendo que o meio e o próprio “eu” de cada indivíduo são importantes na formação da personalidade e da identidade, a cultura *otaku* traz aos indivíduos através de seu consumo a construção de subjetividades e de identidades, pois ao se adotar determinados estilos, o indivíduo pode estar consumindo experiência, construindo identidade ou até mesmo se autodescobrindo (BARBOSA; CAMPBELL, 2007; CARLOS, 2010)

Dessa forma, é possível perceber que vários fatores influenciam na formação de nossa identidade, existem aspectos que vem de dentro de cada pessoa e aspectos que vem do mundo externo, formando uma identificação a partir das pessoas com quem entramos em contato e o meio no qual vivemos. No caso do consumo de *animes*, Carlos (2010),

traz um ponto sobre as diferenças culturais ocidental e oriental, enunciando aspectos sobre o contato que os fãs da cultura *pop nipônica* têm com a cultura japonesa que é evidentemente diferente da cultura brasileira.

No entanto, é possível ver que cada vez mais as pessoas se inserem nesse mundo e com o acesso à internet ficou muito mais fácil encontrar esses tipos de conteúdo. A cultura *pop nipônica* vem tomando espaço desde o século vinte e alcançando as novas gerações, influenciando de forma significativa no modo se vestir, se comportar e falar. Ela faz parte das influências na criação da identidade, se torna uma parte do indivíduo. Assim, procurar estudar e compreender como ocorre esse processo de identificação e quais os impactos individuais e sociais dentro do contexto da comunidade *otaku*, é uma forma de validar a existência desse grupo e dos processos e aspectos psicológicos que os acompanham, principalmente tendo em vista a escassez de referencial teórico e prático desta temática, tão popular entre os jovens, dentro da área da psicologia.

Sob esse olhar, o presente artigo busca preencher esta lacuna investigando os fatores que levam esses jovens a adotar esse estilo de vida e os impactos dessa identificação na identidade individual e social.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa se qualifica como sendo de natureza básica, possui como procedimento pesquisa de opinião, e segue a abordagem qualitativa. Para realização da coleta de dados foi utilizada a técnica de Amostragem *Snowball*, mais conhecida como Bola de Neve, que permite que os pesquisadores encontrem novos participantes através das redes de contato dos participantes iniciais, criando uma reação em cadeia que facilita a captação de participantes (VINUTO, 2014). E através de um questionário semiestruturado com o uso da ferramenta *Google Formulários*. Dividido em cinco sessões, sendo elas:

**Dados sociodemográficos:** possuem o intuito de obter dados como: idade, gênero, região, etnia, escolaridade, renda e descendência familiar.

**Contato com a cultura japonesa:** com perguntas referentes aos primeiros contatos com a cultura japonesa e alguns componentes da cultura *otaku*.

**Cultura otaku:** com perguntas voltadas para a compreensão do indivíduo da cultura *otaku* e aspectos individuais e sociais sobre o tema.

**Influências:** com perguntas referentes as influências que o indivíduo percebe que a cultura *otaku* exerce sobre sua vida.

**Identificação com personagens:** com perguntas voltadas para os *animes* e personagens que mais gostam e se identificam.

Para registro foram utilizadas as respostas coletadas pelo *Google* Formulários, juntamente com o gráfico gerado a partir delas. A análise dos dados foi realizada através da análise de conteúdo de Bardin, que consiste em uma abordagem metodológica para analisar dados qualitativos de maneira sistêmica e objetiva que permite descobrir informações sobre como as mensagens foram produzidas e recebidas (MINAYO, 2012)

Bardin (2016), descreve três polos nos quais giram as fases da análise de conteúdo, sendo eles: 1) a pré-análise, 2) a exploração do material, 3) tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

O processo de coleta de dados ocorreu através do envio do *link* do questionário por redes sociais para pessoas através de *networking*. O questionário ficou aberto para coleta de dados entre maio e junho de 2024, então se iniciou a análise e registro dos dados obtidos de maneira sistemática, procurando responder à pergunta de pesquisa e os objetivos descritos. A população de pesquisa foi composta por pessoas entre 18 e 28 anos, para compreender as considerações que as pessoas possuem sobre a temática.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi obtida através do *Google* Formulários uma amostra de 50 pessoas. A apresentação dos resultados está pautada na mesma ordem das sessões do questionário para que seja possível observar os dados de maneira mais clara e objetiva através de gráficos e tabelas.

### Dados Sociodemográficos:

O resultado obtido através do questionário demonstrou que o perfil demográfico da amostra, tem em sua maioria participantes na faixa etária de 21 a 23 anos, seguida por participantes entre 24 e 28 anos, e apenas 24% de participantes entre 24 e 28 anos (Gráfico

1). Em relação a escolaridade, a prevalência da amostra se situa em pessoas que possuem o ensino superior incompleto, que engloba pessoas que estão cursando ou trancaram cursos do ensino superior, seguido por pessoas com o ensino médio completo que compõem 28% da amostra, como demonstrado no gráfico 2.

Em termos de renda média mensal, os dados apontam que há predominância de pessoas com renda de até 2 salários-mínimos, sendo o equivalente a 78% da amostra. Contudo, um dado interessante se apresenta ao analisar que existe uma parte da amostra, sendo ela 8%, que possui renda entre 6 e 10 salários-mínimos e nenhuma acima de 10 salários-mínimos (Gráfico 3).

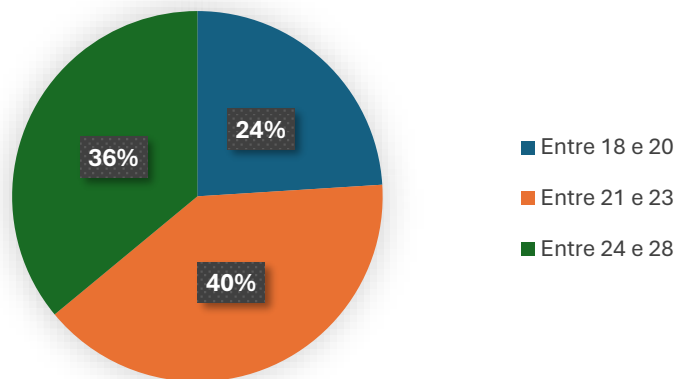


Gráfico 1 – Idade dos participantes da pesquisa

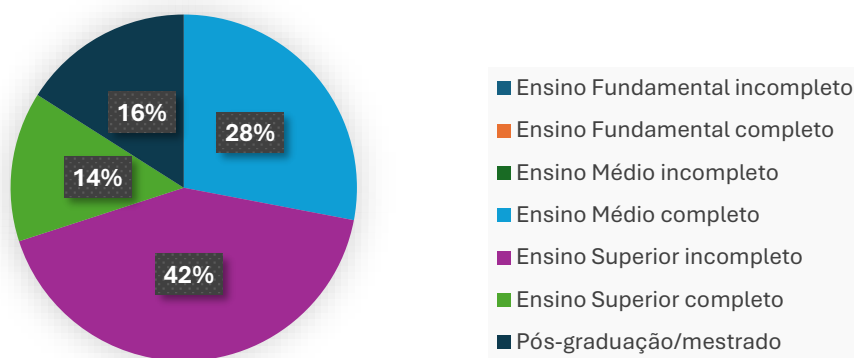


Gráfico 2 – Escolaridade dos participantes da pesquisa

Carlos (2010) discute como a internet e os meios de comunicação democratizam o acesso à cultura *pop* japonesa. Dessa forma, a predominância de participantes com renda de até 2 salários-mínimos indica que a cultura *otaku* é acessível mesmo para aqueles com

menor poder aquisitivo, possivelmente devido à disponibilidade de conteúdos gratuitos ou de baixo custo *online*. Outro ponto interessante é o fato de uma pequena parte da amostra ter uma renda entre 6 e 10 salários-mínimos, o que sugere que a cultura *otaku* também transcende barreiras econômicas.

O gráfico 4 demonstra que a região geográfica de maior destaque da amostra é o estado de São Paulo, caracterizando 80% da amostra. Houve participantes de outros estados, porém, se configuram entre 2% e 4%. Também foi possível observar através dos resultados uma predominância de mulheres cisgênero, caracterizando 66% da amostra, seguido por homens cisgênero e uma resposta para gênero fluido (Gráfico 5).

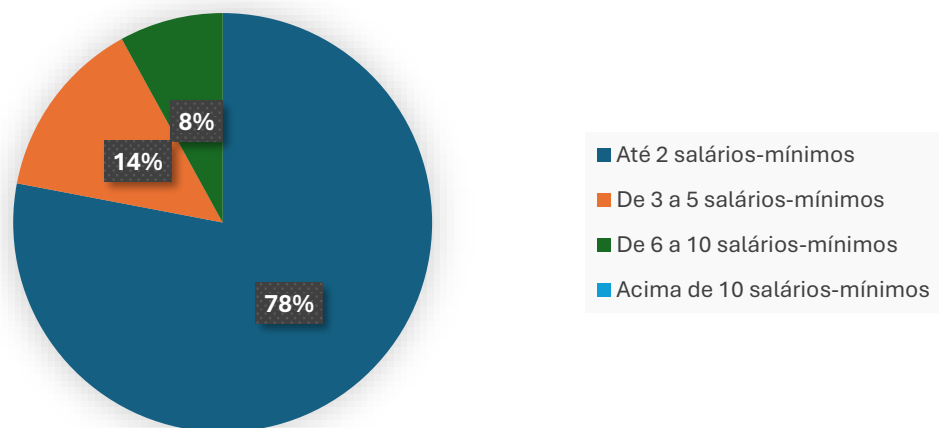


Gráfico 3 – Renda média mensal dos participantes da pesquisa

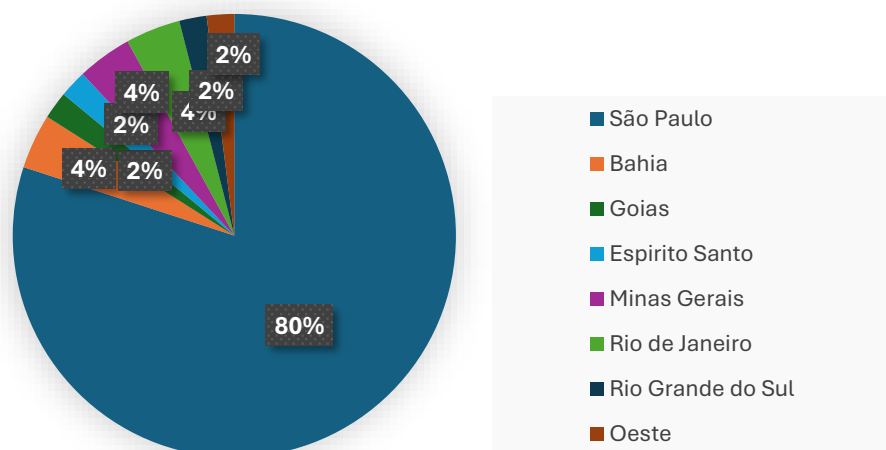


Gráfico 4 – Estado de residência dos participantes da pesquisa

As perguntas relacionadas a descendência familiar e etnia visam compreender a amostra de forma que seja possível perceber a presença, ou não, de fatores de influência familiar na adoção da cultura *otaku*, dentre eles, se havia predominância de pessoas de descendência japonesa ou asiática.

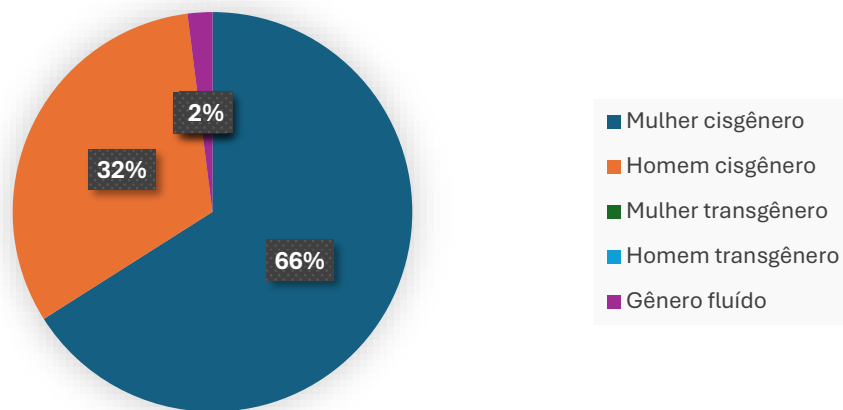


Gráfico 5 – Gênero dos participantes da pesquisa

Contudo, a amostra demonstrou em termos de descendência uma grande variação de países, questão esperada diante do grande mosaico que se configura a sociedade brasileira. Gushiken e Hirata (2023) trazem que existe uma globalização da cultura *otaku* e sua adoção por indivíduos fora do Japão, o que corrobora com variedade de descendências e a baixa porcentagem de descendentes de famílias japonesas.

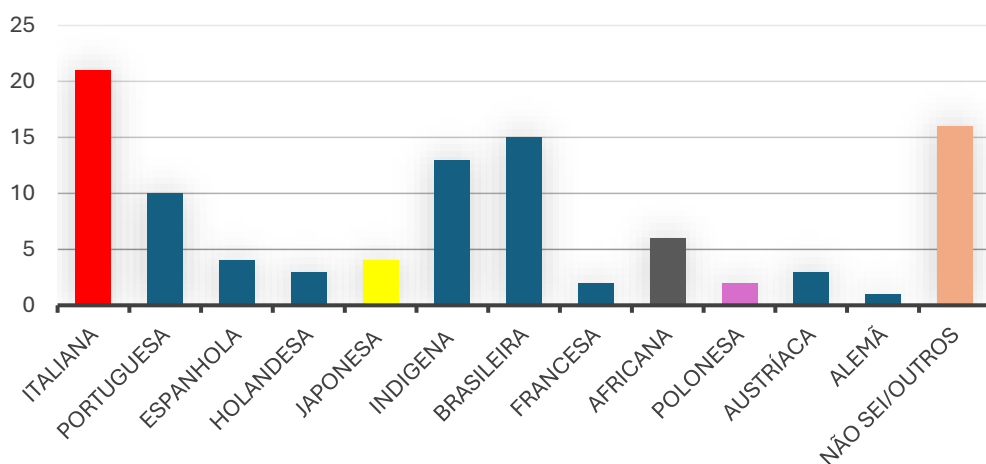


Gráfico 6 – Descendência familiar dos participantes da pesquisa

A prevalência observada se refere a descendentes de países europeus, apresentando apenas 4% de descendentes de famílias japonesas. Um ponto importante a se destacar, refere-se ao fato de que 16% das pessoas não compreendeu ou não soube responder, alguns compreenderam a pergunta como grau de parentesco ou estado civil (Gráfico 6). Quanto a etnia, os dados demonstram uma predominância de pessoas brancas, equivalendo a 52% da amostra, seguido por pessoas que se consideram pardas e negras, houve outras etnias, mas foram apresentadas em menor número (Gráfico 7).

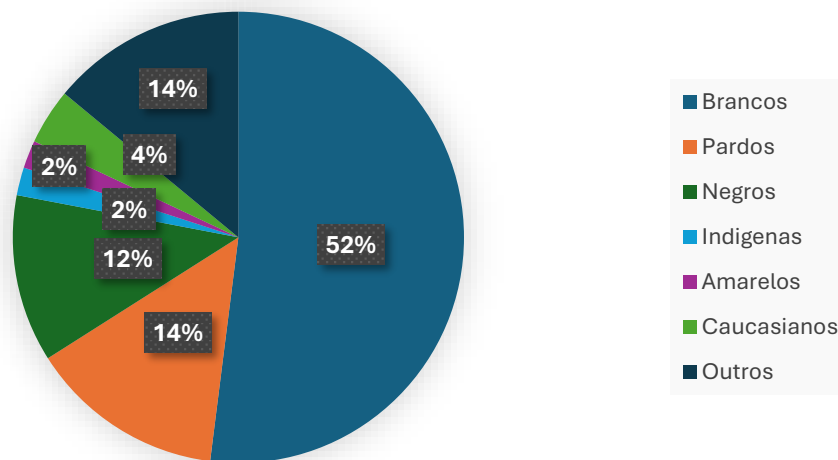


Gráfico 7 – Etnia dos participantes da pesquisa

### **Contato com a cultura japonesa:**

Esta sessão do questionário tinha como intuito compreender como as pessoas percebem o primeiro contato com a cultura japonesa dentro da cultura *otaku*. No gráfico 8 é possível observar que a maioria dos participantes, correspondendo 90% da amostra, percebem que o primeiro contato com a cultura japonesa ocorre através dos *animes*, ainda que 6% dos participantes percebam esse contato através de *videogames*.

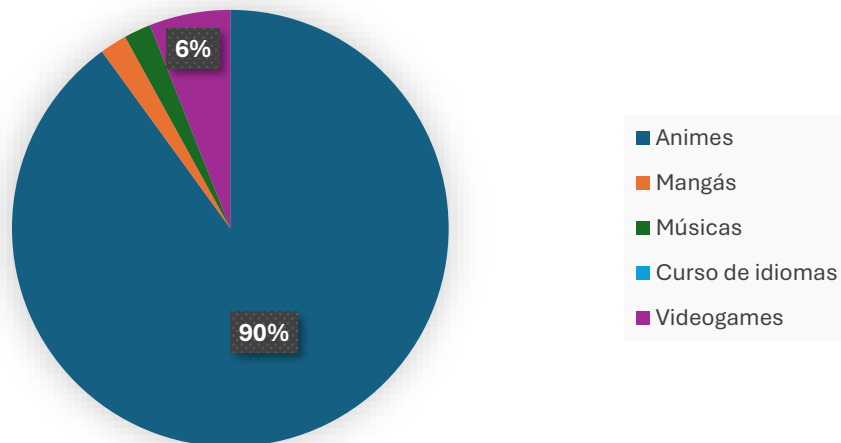


Gráfico 8 – Como ocorre o primeiro contato com a cultura japonesa

Esse dado sugere que os *animes* desempenham um papel muito importante na introdução dos jovens brasileiros à cultura japonesa, sendo possível observar que o interesse a outros aspectos como ler *mangás*, aprender o idioma e conhecer a culinária, se compreendem como caminhos posteriores ao contato com os *animes*.

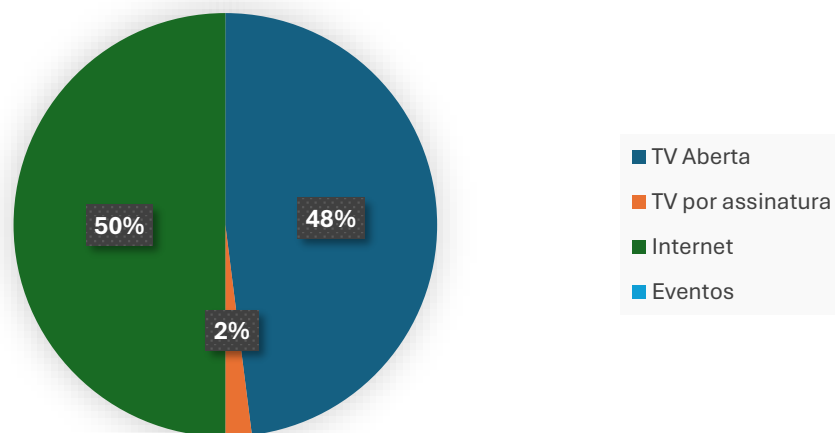


Gráfico 9 – Por onde ocorre o primeiro contato com a cultura japonesa

A partir do gráfico 9, é possível perceber que essa popularidade dos *animes* pode ser atribuída à grande disponibilidade de seu conteúdo na internet e na TV aberta, onde 50% e 48%, respectivamente, acreditam que seja por onde ocorre o primeiro contato. Essa questão pode ser analisada através da distribuição de *animes* por meio de programas como a TV Globinho, visto que a maior parte da amostra é composta por pessoas nascidas entre 1996 e 2003.

Outro ponto a ser observado, é a relação do primeiro contato com o avanço da *internet*, principalmente após a popularização das práticas de *fansubbing*, onde os fãs legendam os animes para que outros possam ter acesso ao conteúdo. Além disso, também é possível atribuir ao aumento do uso de plataformas de *streaming*, que permite um acesso fácil e variado aos conteúdos de *anime*, enquanto a TV aberta tem um histórico de exibição de animes populares que marcaram gerações.

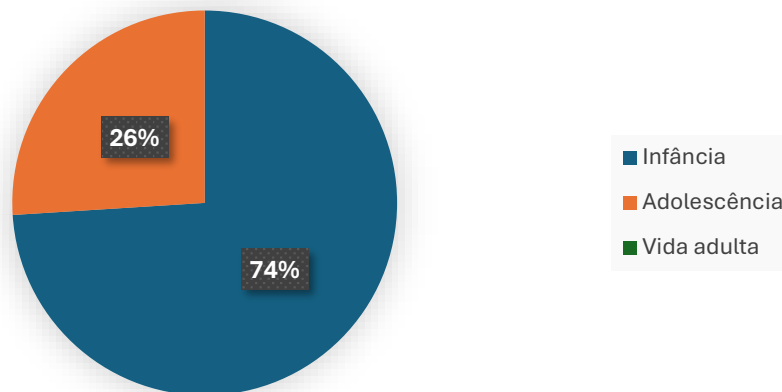


Gráfico 10 – Quando ocorre o primeiro contato com a cultura japonesa

Em relação à quando ocorre o primeiro contato, a maioria dos participantes compreende que ocorre na infância, enquanto 26% relataram que geralmente ocorre na adolescência (Gráfico 10). Feist, Feist e Roberts (2015) sugerem que experiências precoces desempenham um papel crucial na formação da identidade, o que indica que a exposição precoce à cultura japonesa através dos *animes* pode ter um impacto duradouro no desenvolvimento de interesses culturais e identitários, e que pode influenciar a formação de gostos e preferências culturais que persistem ao longo da vida. Outro ponto que é possível analisar a partir desse dado, é a idade dos participantes e a relação dela com a época em que os *animes* eram exibidos mais popularmente na televisão.

A predominância da TV aberta e da internet como meios de primeiro contato sugere que a mídia desempenha um papel fundamental na introdução da cultura japonesa aos jovens brasileiros. As estratégias da mídia televisiva através de programas, horários específicos e até canais voltados para esse tipo de programação, e a acessibilidade da internet permitiram que os *animes* alcançassem um grande público, facilitando o acesso a essa forma de entretenimento cultural.

O fato de que a maioria dos participantes teve seu primeiro contato com a cultura japonesa na infância demonstra a importância do contato precoce na formação das identidades e de interesses culturais. Henry Jenkins (2009), discute que a mídia desempenha um papel crucial na socialização, ou seja, no processo pelo qual os indivíduos aprendem normas, valores e comportamentos culturais. A exposição precoce a *animes* na infância pode ser vista como um exemplo de como a mídia molda as preferências culturais e os interesses individuais desde cedo.

A partir da análise dessa sessão é possível perceber que os *animes* são claramente considerados a principal porta de entrada para a cultura japonesa entre os jovens adultos brasileiros. Isso pode ocorrer devido à combinação de narrativas carregadas de histórias cativantes que carregam valores e comportamentos diferentes da cultura brasileira, personagens memoráveis e elementos visuais únicos que os *animes* são capazes de trazer. A capacidade dos *animes* de atrair e manter a atenção do público jovem, os torna uma ferramenta poderosa para a disseminação da cultura japonesa, que destaca a importância de considerar o papel da mídia no conhecimento e disseminação de culturas estrangeiras e na formação de identidades culturais globais.

### **Cultura *otaku*:**

Grande parte dos participantes associam a definição de ser *otaku* principalmente a gostar de *animes* e a ter uma obsessão por eles, e 17% das respostas consideram importante aderir aos *animes* como estilo de vida, e 14% associam o ser *otaku* com gostar da cultura japonesa (Gráfico 11). Os dados indicam que a identidade *otaku* é variada, compondo tanto um forte interesse por *animes* quanto outros elementos da cultura japonesa como parte do estilo de vida.

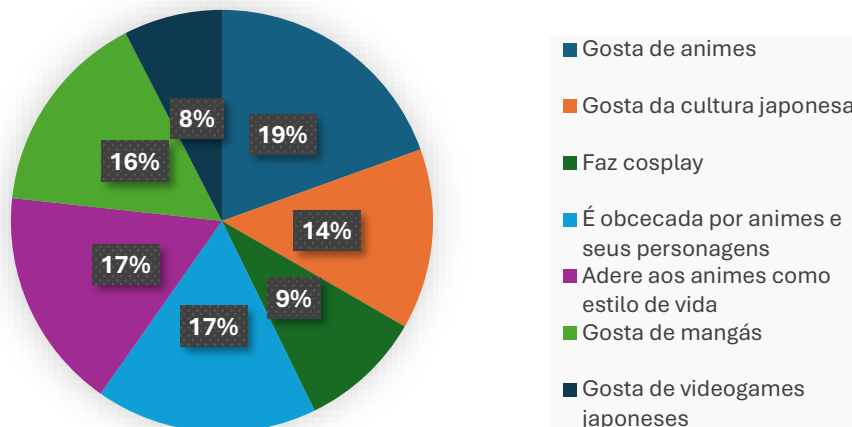


Gráfico 11 – O que torna alguém *otaku*

Outro ponto a ser observado nesta sessão, se refere que a maioria dos participantes compreende que é possível começar a se considerar *otaku* durante a adolescência, enquanto apenas 28% compreendem que isso ocorre na infância (Gráfico 12). Isso sugere que o reconhecimento da identidade *otaku* tende a acontecer em um período de mudanças, onde ocorre uma busca por seu lugar no mundo.

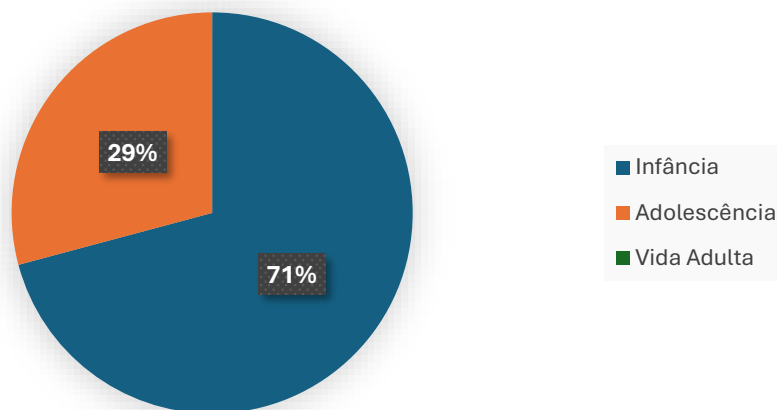


Gráfico 12 – Quando uma pessoa costuma se considerar *otaku*

Papalia e Feldman (2013) destacam que a adolescência é uma fase importante para a formação de identidade por conta do desenvolvimento cognitivo e a busca por um sentido de pertencimento e aceitação entre os pares. Essas mudanças cognitivas permitem que os adolescentes compreendam e internalizem valores, ideais e identidades de uma maneira que não se observa em crianças.

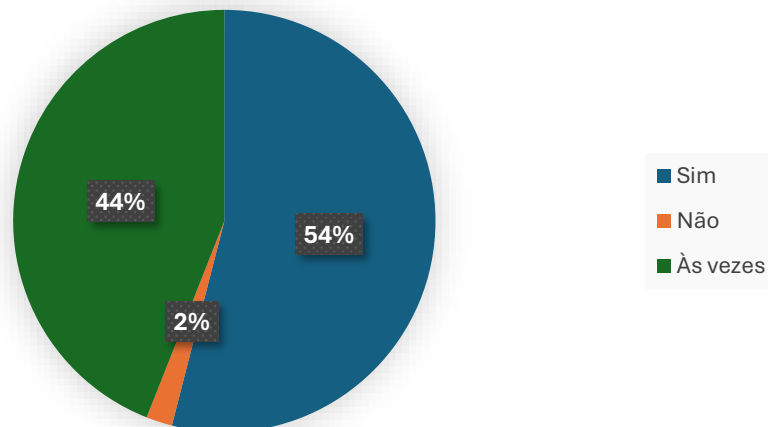


Gráfico 13 – Participação em eventos voltados para o público

Com relação a interação, ocorreu um movimento interessante de ser analisado, visto que trazia-se uma imagem do significado negativo do termo no Japão “referente a uma geração de jovens que se isolava do mundo por meio do consumo midiático” (TRAVANCAS, 2015). Esse aspecto da personalidade é destacado e reforçado em diversos animes, como por exemplo o anime *God's blessing on this wonderful world*, mais conhecido como *Konosuba*, que no começo descreve o protagonista como alguém retraído e com pouca vontade de interação social.

Contudo, grande parte da amostra compreende que otakus possuem o costume de participar de eventos relacionados à cultura japonesa e aos animes, seja um costume esporádico ou de alta frequência (Gráfico 13). Esse dado demonstra existe um investimento de tempo, envolvimento e engajamento com a comunidade otaku, sendo essa participação em eventos é uma forma importante de socialização e fortalecimento da identidade otaku, oferecendo oportunidades para encontros com outras pessoas do grupo, troca de experiências e imersão na cultura.

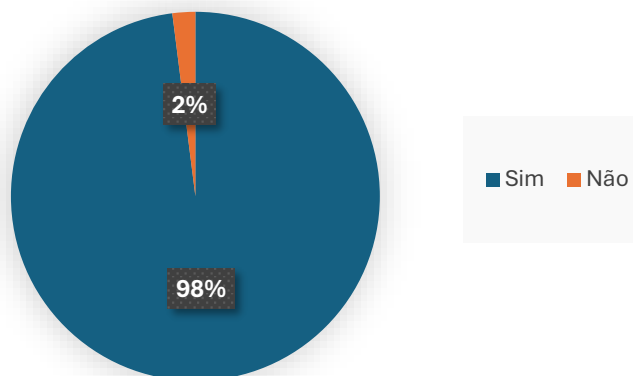


Gráfico 14 – Interação com outros otakus

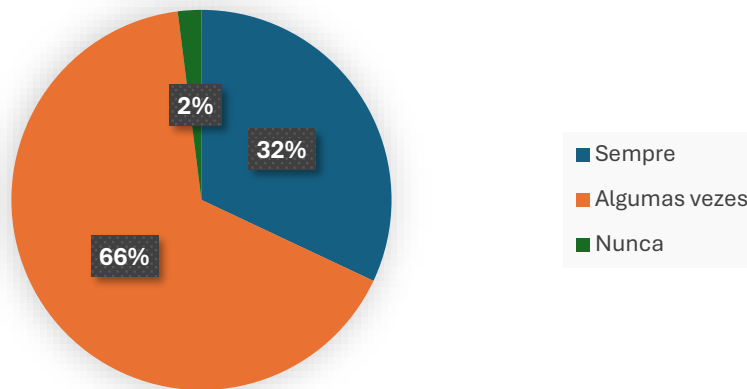


Gráfico 15 – Frequência da interação com outros otakus

Os gráficos 14 e 15 demonstram que embora a maioria dos participantes interaja com outros otakus, apenas 32% fazem isso de forma constante, o que pode estar ligado a questão do índice socioeconômico, tendo em vista que a maior parte da amostra possui renda mensal de até dois salários-mínimos, o que dificulta a possibilidade de acesso e tempo a eventos relacionados a cultura otaku.

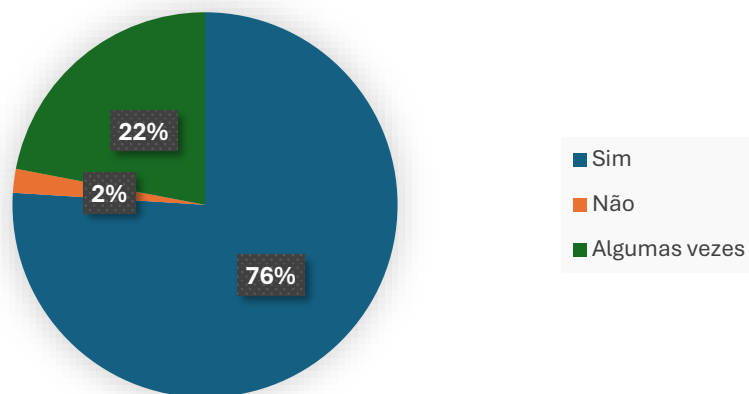


Gráfico 16 – Participação online em grupos ou comunidades

Em relação a participação em grupos ou comunidades online relacionadas à cultura otaku, existe uma predominância, marcando 76%, de pessoas que acreditam que exista essa interação online (Gráfico 16). Essa participação online propicia um espaço contínuo para discussões, compartilhamento de conteúdo e apoio social por parte da comunidade, proporcionando facilidade de conexões entre otakus de diferentes regiões e até mesmo países.

### **Influências**

Esta sessão possui por objetivo observar a percepção do sujeito diante das influências que a cultura otaku pode trazer para seu estilo de vida, comportamento e relações sociais, bem como ele percebe essa influência. Grande parte da amostra acredita que a cultura otaku influencia seu estilo de vida, o que sugere que a adoção da cultura vai além de um simples hobby e influencia aspectos cotidianos, como a forma de se vestir, hobbies, e rotinas diárias (Gráfico 17).

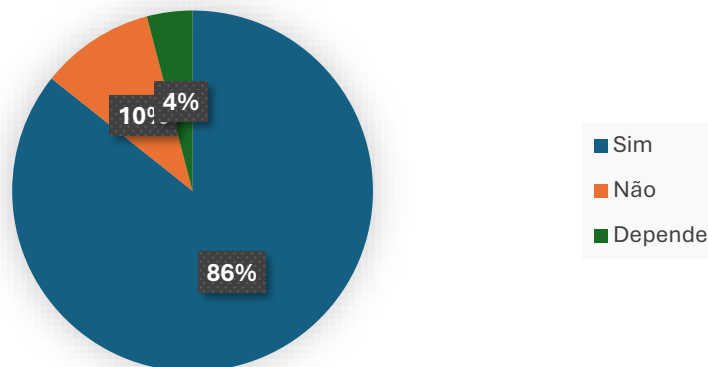


Gráfico 17 – Influência no estilo de vida

Essa influência pode se manifestar na escolha de roupas inspiradas em personagens de animes ou o costume de fazer cosplay, na participação regular em eventos relacionados à cultura japonesa, e no consumo de produtos culturais (como mangás, figuras de ação, e músicas de animes, também chamadas de anisongs).

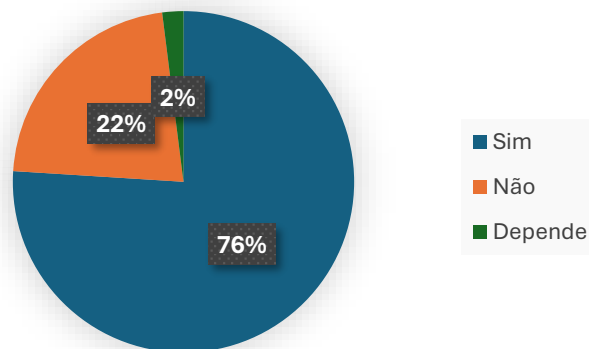


Gráfico 18 – Influência no comportamento

Quanto as influências no comportamento, a maioria dos participantes responderam afirmativamente, o equivalente a 76% da amostra (Gráfico 18). Este dado demonstra que as pessoas podem adotar comportamentos e atitudes que são observadas nos animes e mangás, como gestos, expressões e formas de interação. Não é incomum encontrar pessoas que se identificam com a cultura otaku reproduzindo bordões de

personagens famosos em seu dia a dia, como o *dattebayo* de Naruto, uma expressão equivalente a “Acredite!” ou como na dublagem brasileira do anime “tô certo!”.

Essa influência também pode incluir a adoção de valores e princípios representados nas obras japonesas, como a importância da amizade, perseverança e honra, características comuns em muitos animes populares, e que foram trazidas com frequência em respostas mais completas dos participantes.

Um participante da pesquisa descreveu que *“vai influenciar na forma que essa pessoa se comporta com base naquilo que ela acredita e tem mais interesse, podendo reproduzir comportamentos dos personagens e afins”*. Outro descreveu que *“existem pessoas que assumem a cultura popular japonesa, suas expressões e costumes como estilo de vida”*. Houve outros participantes que descreveram aspectos positivos diante da questão da interação social, *“às vezes alguns animes podem ajudar pessoas que tem dificuldade de interagir com outras pessoas”*.

Assim como no comportamento, a grande maioria dos participantes acredita que a cultura otaku influencia as relações sociais, o que pode refletir na formação de amizades baseadas em interesses comuns, participação em comunidades online e em eventos (Gráfico 19). Gandolfi (2016), argumenta que a cultura otaku serve como um importante meio de construção de identidades sociais e culturais para seus adeptos. Essa interação facilita a construção de laços sociais e pode até influenciar escolhas de amigos e parceiros, criando um círculo social onde a cultura otaku é um elemento chave.

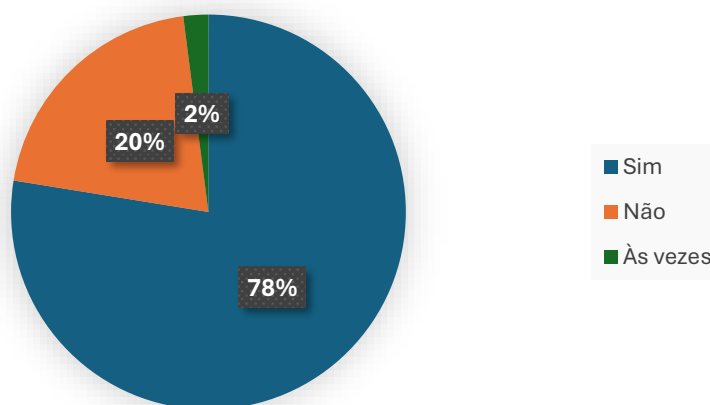


Gráfico 19 – Influência nas relações sociais

Os resultados desta sessão revelam que a cultura otaku impacta significativamente na vida dos jovens adultos brasileiros que se identificam com ela. Esses resultados

destacam a importância de considerar a cultura otaku não apenas como uma forma de entretenimento, mas como uma parte integrante e influente na identidade e nas interações sociais dos envolvidos

### Identificação com personagens

Esta sessão de perguntas teve por objetivo compreender sobre a identificação com personagens e as características que levam a tal identificação. Os resultados trouxeram informações interessantes para análise, a grande maioria, equivalente a 78% da amostra, relatou o *Shounen* como o tipo de anime que os *otakus* costumam gostar mais (Gráfico 20).

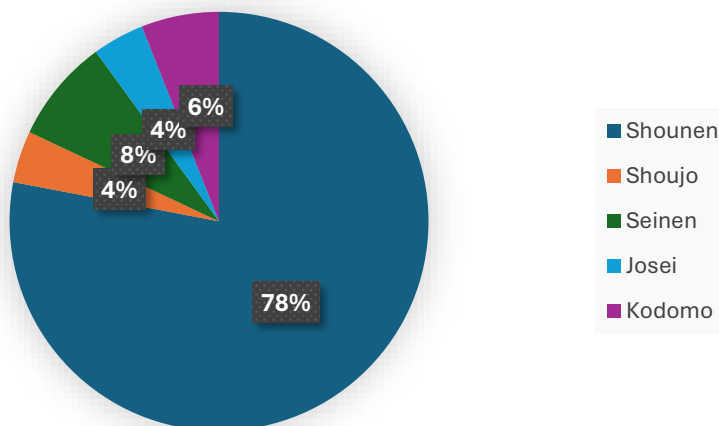


Gráfico 20 – Tipo de *animes* e mangás que os *otakus* costumam gostar

Esse é um tipo de produção que se destaca por narrativas voltadas para o público jovem masculino, entre 12 e 18 anos, geralmente com temáticas mais voltadas para ação, aventura e crescimento pessoal. A popularidade do *Shounen* pode estar ligada a grande distribuição de *animes* desse estilo na televisão, principalmente *Naruto* e *Dragon Ball* que eram reproduzidos na época da TV Globinho e acompanharam a vida de muitas crianças no Brasil.

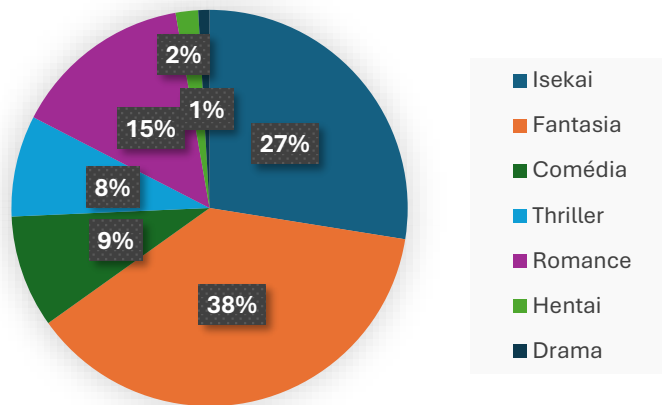


Gráfico 21 – Gêneros de *animes* e *mangás* que os *otakus* costumam gostar

Em relação aos gêneros, animes de fantasia e *isekai* são considerados como os que os *otakus* costumam gostar mais (Gráfico 21). A fantasia atrai os fãs devido aos seus mundos imaginativos e elementos mágicos, oferecendo uma fuga da realidade, já *isekai* que traz uma temática onde os personagens são transportados para mundos paralelos, também tem grande popularidade, talvez pela possibilidade do imaginativo de estar em algum lugar diferente, ou de poder sair de sua vida habitual para um mundo extraordinário. A preferência por esses gêneros indica um interesse em histórias que ultrapassam o cotidiano e oferecem experiências e desafios novos, diferentes da monotonia da vida, a possibilidade de viver o extraordinário.

Freud (1974), descreveu a fantasia como uma forma de satisfação de desejos, um mecanismo de defesa para escapar de uma realidade insatisfatória. Assim, possivelmente, os gêneros de fantasia e *isekai* fornecem aos fãs um escape de suas realidades, onde os personagens vivem aventuras extraordinárias. Essa fuga da realidade cotidiana para um mundo de possibilidades infinitas pode se tornar atraente para os *otakus*, pois oferecem uma válvula de escape para o tédio e seus problemas do dia a dia.

*One Piece* e *Naruto* são os *animes* mais falados entre os *otakus*, ambos fazem parte do gênero fantasia e compartilham temas de amizade, perseverança e aventura, bem como protagonistas com *poderes especiais* (Gráfico 22). Tanto *One Piece* quanto *Naruto* exemplificam o gênero fantasia, com seus mundos extraordinário e cheios de detalhes, e personagens dotados de poderes e habilidades que vão além do comum, oferecendo personagens e histórias com os quais os espectadores podem se identificar e se inspirar. Contudo, em relação a *animes* que os *otakus* costumam gostar mais, os mais mencionados

são *Kimetsu no Yaiba* e *Boku no Hero Academia*, ambos são caracterizados como *Shounen*, assim como *One Piece* e *Naruto* (Gráfico 23).

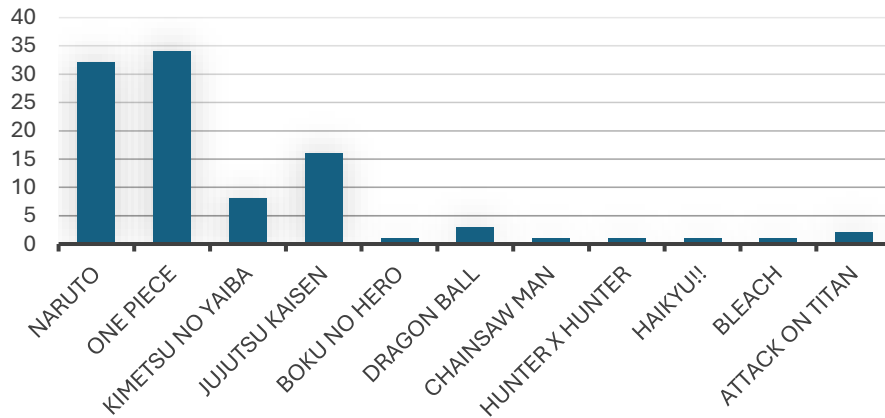


Gráfico 22 – Animes que as pessoas costumam falar mais (%)

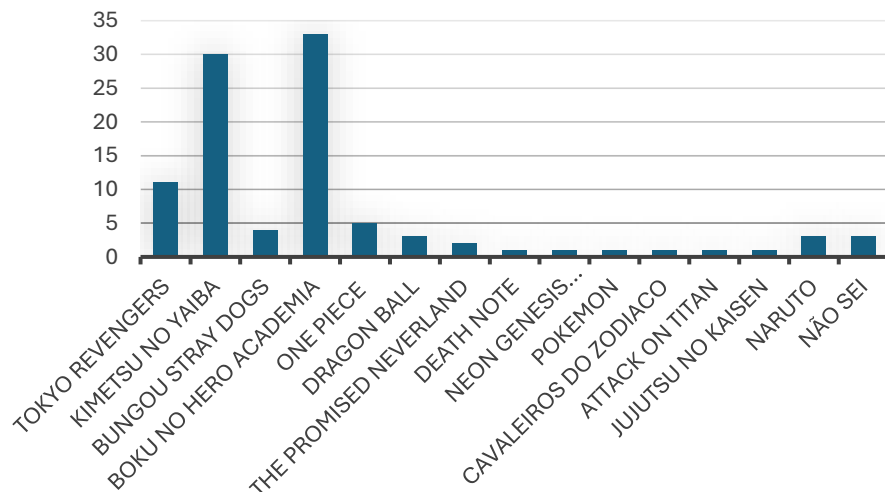


Gráfico 23 – Animes que as pessoas costumam gostar mais (%)

Uma questão interessante a ser observada se refere ao fato de que a maioria dos *animes* escolhidos pela amostra são *Shounen*, tendo em vista que a amostra é em sua maioria composta por mulheres cisgênero com idade entre 21 e 28 anos. Esse dado demonstra algumas possibilidades, entre elas a falta de *animes* mais cativantes para o público feminino ou com protagonistas femininas e cenas de ação e aventura, visto que a maioria dos *animes* voltados para o público feminino focam muito mais em romance e questões mais vistas no cotidiano.

Essa questão também pode ser vista na pergunta seguinte do questionário, onde a maior parte da amostra aponta Monkey D. Luffy de *One Piece* e Naruto Uzumaki de *Naruto*, como personagens que os *otakus* costumam gostar mais, com 42% e 40% das

preferências, respectivamente. Esses personagens são conhecidos por sua determinação, coragem e liderança (Gráfico 24).

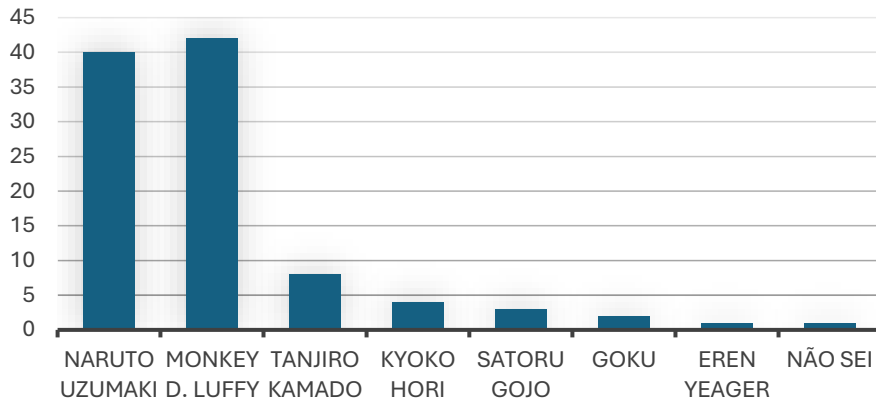


Gráfico 24 – Personagens que costumam gostar mais (%)

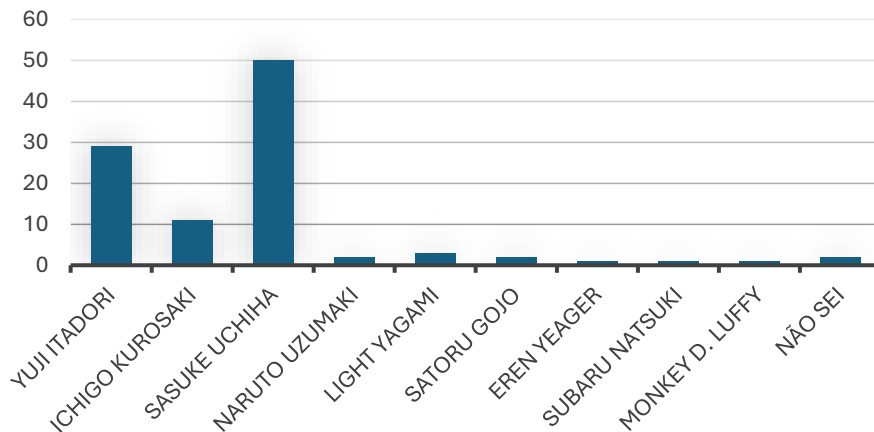


Gráfico 25 – Personagens que mais se identificam (%)

Em seguida a maior parte da amostra acredita que os otakus costumam se identificar mais com os personagens Sasuke Uchiha, Yuji Itadori, e Ichigo Kurosaki, o que sugere uma forte conexão com personagens que apresentam grande complexidade emocional e traços de resiliência e determinação (Gráfico 25).

Contudo, são personagens que possuem dois lados em suas histórias, um lado que luta incansavelmente por um objetivo específico e outro que nutre aspectos mais sombrios. Sasuke tem como objetivo se vingar de seu irmão mais e acaba se tornando um personagem perigoso com o decorrer da trama; Itadori divide seu corpo com Ryomen Sukuna, uma maldição extremamente forte e perigosa; e Ichigo tem dentro de si uma parte hollow, um espírito maligno que habita o mundo espiritual. Os três personagens possuem características que mostram a necessidade de equilibrar em si um lado obscuro que pode

muitas vezes tentar tomar o controle e correr o risco de ferir aqueles com quem se importam.

A preferência por esses personagens sugere uma identificação com figuras que lutam internamente com seus lados sombrios e buscam equilíbrio. Segundo Jung (1991), a integração da sombra, o lado inconsciente e reprimido da personalidade, é crucial para o desenvolvimento pessoal. Os otakus podem se ver nas lutas internas desses personagens, identificando-se com suas batalhas contra traumas, inseguranças e impulsos negativos.

Outro ponto importante a ser observado é a relação entre a questão do isolamento social e dificuldade de interação que se tornou muito presente, como descrito anteriormente, na versão caricata dos otakus, e o fato de muitos terem escolhido Sasuke Uchiha como personagem de identificação.

As características de determinação, inteligência e senso de humor são prevalentes, caracterizando 31%, 22% e 16%, respectivamente (Gráfico 26). Isso indica que os otakus costumam valorizar profundamente a perseverança, o raciocínio estratégico e a astúcia para superar obstáculos que aparecem em seus caminhos.

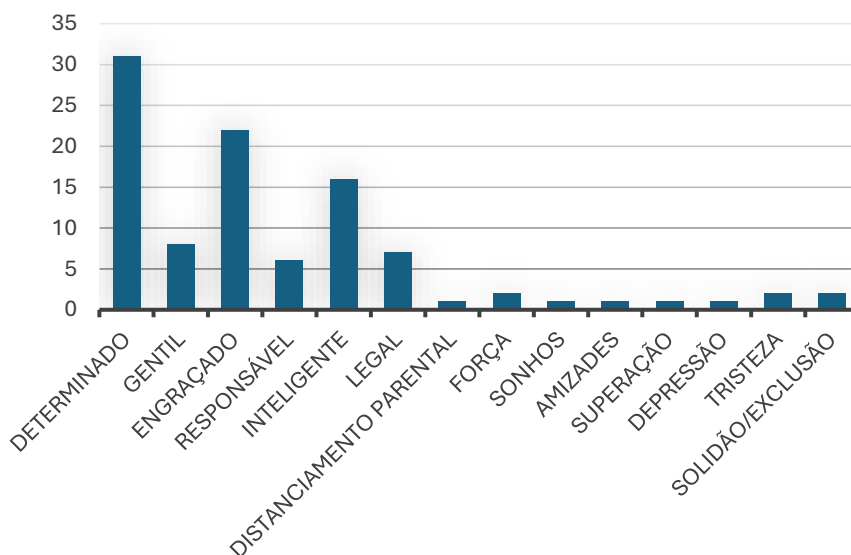


Gráfico 26 – Características que as pessoas mais se identificam (%)

Os dados mostram que os jovens adultos brasileiros que se identificam com a cultura *otaku* têm uma clara preferência por *animes* do gênero *Shounen* e por personagens que exemplificam qualidades heroicas e resilientes. Essa preferência reflete a importância

de histórias e personagens inspiradores na vida desses fãs, oferecendo-lhes não apenas entretenimento, mas também modelos de comportamento e fontes de motivação. A identificação com os personagens permite uma conexão emocional profunda e pode influenciar positivamente a autopercepção e o desenvolvimento pessoal dos indivíduos envolvidos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da presente pesquisa foi possível observar vários aspectos sobre a identificação dos jovens brasileiros com a cultura *otaku*. A partir da análise dos dados coletados através do questionário de opinião, confirma-se algumas hipóteses e refuta-se outras, destacando a complexidade e diversidade deste grupo.

Um exemplo é a faixa etária predominante dos participantes, que em sua maioria está entre 21 e 23 anos, o que sugere que a cultura *otaku* é especialmente popular entre jovens adultos que estão no caminho entre a educação e o mercado de trabalho. Outro ponto se refere a questão econômica e a prevalência de residentes do estado de São Paulo, que indica que a acessibilidade e oferta de produtos culturais *otakus* são mais viáveis em áreas urbanas e economicamente diversas.

Há também uma preferência esmagadora pelo gênero *Shounen*, com narrativas de ação e aventura e protagonistas jovens, reflete uma tendência influenciada por grandes títulos como *Naruto* e *One Piece*, e contrasta com o fato de a grande maioria da amostra serem mulheres cisgêneros, visto que o público-alvo de *animés Shounen* são para jovens entre 12 e 18 anos do sexo masculino. Além disso, a alta preferência por gêneros de fantasia e *isekai* sugere uma busca por escapismo e exploração de mundos imaginários, como uma forma de lidar com as pressões cotidianas.

A identificação com personagens de *Shounen*, como Monkey D. Luffy e Naruto Uzumaki, indica que traços como determinação e resiliência são altamente valorizados. Estes personagens, que frequentemente enfrentam adversidades, servem como modelos de comportamento e inspiração para os fãs, influenciando sua autopercepção, aspirações e atitudes.

Uma questão importante a ser mencionada é que algumas das características trazidas pela amostra se comparadas a pesquisas feitas anteriormente sobre o grupo,

mostram que embora haja um movimento de mudança e socialização, ainda existe aspectos relativos a solidão, exclusão social e isolamento. A cultura *otaku*, portanto, vai além de um simples entretenimento, desempenhando um papel crucial na formação da identidade e no desenvolvimento pessoal dos jovens adultos.

Ao analisar os personagens escolhidos na categoria gostar e se identificar, é possível perceber que esses personagens possuem em sua maioria histórias de vida difíceis, aspectos de solidão, grandes responsabilidades e objetivos sólidos de vida. Dessa forma, é possível concluir que a identificação com a cultura *otaku*, pode ser descrita como uma forma de interação social e de identificação, trazendo assim uma sensação de pertencimento.

Contudo, devido a amostra possuir um pequeno número de participantes, ao se comparar com a quantidade de pessoas espalhadas pelo Brasil e que aderem o estilo de vida *otaku*, se faz necessária a realização de mais pesquisas sobre a temática. Os resultados descritos na presente pesquisa apenas abrem um caminho para que novos estudos sejam realizados, principalmente devido a escassez de pesquisas sobre o tema.

## REFERENCIAS

BARDIN, Laurence. **\*\*Análise de Conteúdo\*\***. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016. ISBN 978-85-62938-04-7.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs.). **\*\*Cultura, Consumo e Identidade\*\***. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 21-44.

CARLOS, G. S. Identidade(s) no consumo da cultura pop japonesa. **\*\*Lumina\*\***, [S. l.], v. 4, n. 2, 2010. DOI: 10.34019/1981-4070.2010.v4.20931. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20931>>. Acesso em: 4 abr. 2023.

COSTA, Vlad Schüler. "Geração Sentimental: A Construção Social do Otaku". In: Redes e estilos de sociabilidades urbanas juvenis: conflito e comprometimento. Anais do Seminário Nacional da Pós-Graduação em Ciências Sociais - UFES, vol. 1, nº 1, 2011.

FEIST, Jess.; FEIST, Gregory. J.; ROBERTS, Tomi-Ann. **\*\*Teorias da Personalidade\*\***. 8. ed. Porto Alegre: Artmed, 2015.

FREUD, Sigmund. Formulações sobre os dois princípios do funcionamento mental. In: STRACHEY, James (Ed.). **\*\*Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud\*\***. v. 12. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1974 [1911]. p. 218-226.

GANDOLFI, Federico Álvarez. La cultura otaku y el consumo fan de manga-animé en Argentina: entre el posmodernismo y la convergencia. **\*\*Revista Vozes e Diálogo: Cultura de fãs\*\***, Itajaí, v. 15, n. 1, p. 24-36, 2016. DOI: <https://doi.org/10.14210/vd.v15n01.p%25p>. Disponível em: <<https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/8837>>. Acesso em: 2 nov. 2023.

GUSHIKEN, Yuji; HIRATA, Tatiane. Processos de consumo cultural e midiático: Imagem dos 'Otakus', do Japão ao mundo. **\*\*Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação\*\***, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 133-152, 12 nov. 2023. DOI: 10.1590/1809-5844 20146. Disponível em:

<<https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2113>>. Acesso em: 2 nov. 2023.

HALL, Stuart. A identidade em questão. In: HALL, Stuart. **\*\*A identidade cultural na pós-modernidade\*\***. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 7-22. ISBN 85-7490-402-3.

JENKINS, Henry et al. Teoria da socialização mediada. In: \_\_\_\_\_. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNG, Carl Gustav. Dois ensaios sobre psicologia analítica. In: READ, Herbert et al. (Eds.). **\*\*Obras Completas de C. G. Jung\*\***. v. 7. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012.

TRAVANCAS, Paula Rozenberg. "Otaku é você! Os fãs da cultura pop japonesa no Brasil e sua tribo." In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, RJ, 4 a 7 de setembro de 2015.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014.