

PROCESSOS DE IDENTIFICAÇÃO E CONSUMO CULTURAL- MIDIÁTICO: UMA ANÁLISE DO EVENTO ANIME SOUL EM TERESINA (PI)

*IDENTIFICATION PROCESSES AND
CULTURAL-MEDIA CONSUMPTION:
AN ANALYSIS OF THE ANIME SOUL
EVENT IN TERESINA (PI)*

RESUMO

O presente artigo aborda como o evento Anime Soul, em Teresina (PI), se constitui palco do processo de identificação do público brasileiro consumidor da cultura pop japonesa a partir de processos identificatórios (modelos, perfis, espaço para expressão valorativa no lidar com essa cultura) ofertados por ele. Para tanto, se assenta na revisão de literatura, consultando autores como Sato (2007), Lobato (2013), Hall (2002), Morin (2011), onde se aborda a questão da identidade, os modelos identificatórios japonês e brasileiro, a cultura pop japonesa em sua natureza e caracterização, o processo de identificação no público brasileiro consumidor de produtos midiáticos japoneses. Procede – se à observação direta, *in loco*, com aplicação de questionário junto a participantes do evento. Conclui que os processos identificatórios ofertados pelo evento, exposição de temas e produtos da cultura pop japonesa, reunião de fãs/consumidores, propiciam a expressividade de forma valorativa e o intercâmbio de subjetividades, valores, experiências em torno dessa modalidade cultural, fazendo do Anime Soul em Teresina (PI) centralizador e catalisador no processo não unidirecional, mas dinâmico que é o de identificação a partir da cultura pop japonesa em seu consumo, vivência no Brasil.

Palavras-chave: Anime soul. Cultura pop japonesa. Mídia e processos identificatórios.

Antônio Áthyllas Lopes de Oliveira

athyllas.lopes@hotmail.com

Graduado em Marketing pelo Centro
Universitário Internacional (UNINTER)

Gustavo Fortes Said

gsaid@uol.com.br

Doutor em Comunicação pela Universidade do
Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Professor
titular da Universidade Federal do Piauí

DOI: 10.21882/ruc.v7i13.807

Recebido em: 07/10/2019

Aceito em: 10/12/2019

ABSTRACT

This article discusses how the Anime Soul event, in Teresina (PI), constitutes the stage of the identification process of the Brazilian public consuming the Japanese pop culture from identifying processes (models, profiles, space for value expression in dealing with this culture) offered by him. To this end, it is based on a literature review, consulting authors such as Sato (2007), Lobato (2013), Hall (2002), Morin (2011), which addresses the issue of identity, Japanese and Brazilian identifiable models, culture Japanese pop in its nature and characterization, the process of identification in the Brazilian public consuming Japanese media products. Direct observation is made by applying a questionnaire to participants of the event. It concludes that the identification processes offered by the event, exhibition of themes and products of Japanese pop culture, fan / consumer gathering, provide expressive value and exchange of subjectivities, values, experiences around this cultural modality, making Anime Soul in Teresina (PI) a centralizer and catalyst in the unidirectional but dynamic process that is the identification from the Japanese pop culture in its consumption, experience in Brazil.

Keywords: Anime soul. Japanese pop culture. Participants/Brazilian consumers. Identification processes.

Introdução

A cultura pop japonesa adquiriu no Brasil um papel relevante na configuração do mercado de consumo cultural, fato revelado na audiência e no consumo de produções midiáticas japonesas e seus produtos correlatos, tais como brinquedos e jogos, além da quantidade de acessos na internet de conteúdos e a realização de eventos voltados para o gênero, congregando fãs, atores, dubladores, com shows, exibição de animes, campeonatos *gamers*, concursos *cosplay* (do inglês “costume player” – *fantasias de interpretação de personagens*), em diferentes regiões do país, alguns dos quais já passam a ser anuais e ganham cada vez mais força. Como exemplos desses eventos, tem-se o SANA, em Fortaleza (CE) e o Anime Soul, em Teresina (PI).

A relação de produções midiáticas japonesas com o público brasileiro na escala de sucesso que aqui se fala ganha força em meados da década de 1980, com a chegada ao Brasil de séries japonesas de ação destinadas ao público infanto-juvenil, tais como Jaspion e Changeman, e a posterior entrada de animes (desenhos animados), de que Cavaleiros do Zodíaco é ícone maior, inicialmente exibidos pela extinta TV Manchete, canal aberto, destinado ao público infanto-juvenil.

Estas séries fizeram enorme sucesso, tanto na audiência quanto em sua utilização comercial em produtos e shows, por todo o país (LOBATO, 2013). Com roteiros marcados por narrativas simples, nos discursos de luta pela justiça, amizade, dor da perda, perseguição pelo mal, superação de dificuldades, esperança, coragem, crença no poder pelo bem, essas produções abriram um canal direto de comunicação com seus expectadores/leitores,

que se identificavam com seus personagens e situações e projetavam neles seus anseios, suas esperanças (SATO, 2007; LOBATO, 2013).

Dado o caráter comercial dessas produções, a aceitação brasileira pelas mesmas logo se converteu em demanda por seus produtos e outras ações correlatas, como apresentações.

Uma vez obtida a aceitação nacional, o consumo desses produtos e serviços reforçou o vínculo do público com as produções. Bonecos, roupas, carros, espadas, pistolas lasers, robôs em miniatura, personagens em jogos digitais, tudo isso salienta a força dessas produções junto aos seus expectadores.

Interessante pontuar que esse percurso temporal de mais de 30 anos não se circunscreveu a um consumo de produtos da cultura pop japonesa na década de 1980, mas mostrou o nascimento de um verdadeiro mercado para tais produções japonesas: de um lado, o sucesso estabelecido pelas produções anteriores ajudou a criar um ambiente favorável para mais produções, tanto idênticas quanto inovadoras em relação às anteriores, permitindo uma atualização do público, do mercado consumidor; do outro, as outrora crianças das décadas de 1980 e 1990 são hoje adultos que, movidos pela nostalgia, aptidão pessoal, continuam como consumidores dessas produções japonesas (MACHADO JÚNIOR, 2015), são organizadores e frequentadores de eventos de congregação de fãs do gênero que vão ganhando proporções cada vez maiores no Brasil (LOBATO, 2013).

A cidade de Teresina (PI) conta, anualmente, com eventos no âmbito da cultura pop japonesa, sediando, inclusive, o CPCJ

(Centro Piauiense de Cultura Japonesa), numa mostra viva do quanto a cultura japonesa não lhe é distante.

Nem poderia ser visto que, como se defende aqui, há um público teresinense utilitário da cultura pop japonesa que não pode ser ignorado, antes, melhor conhecido, se queremos melhores compreensão e atuação no universo da comunicação. O evento Anime Soul, que acontece na cidade desde 2010, constitui num objeto de estudo para a melhor compreensão acerca de como se dão, são construídos e vivenciados a comunicação, a relação entre culturas, o processo de identificação entre esse público e os produtos consumidos, uma vez que o consumo cultural implica na aceitação de valores, de regras, de modelos comportamentais e de ação e de tantos outros elementos simbólicos que formatam as identidades constituídas nesse processo.

Do contexto da aceitação nacional de produções da cultura pop japonesa ao longo de mais de 03 décadas e de seu consumo relevante ainda hoje por adultos, desponta o problema central proposto neste artigo: como o evento Anime Soul, em Teresina (PI), se constitui palco do processo de identificação do público brasileiro consumidor da cultura pop japonesa a partir de processos identificatórios (modelos, perfis etc) ofertados por ele? Destacamos, portanto, a importância de valores, sentimentos e auto-imagens no processo de construção identitária, sobretudo no contexto de um evento que promove a visibilidade dos sujeitos e a interação entre eles.

Objetiva-se analisar como os processos identificatórios ofertados pelo evento Anime Soul, em Teresina (PI), constituem-se no ambiente para o processo de identificação do público brasileiro consumidor da cultura

pop japonesa, compreender o processo de identificação na relação entre as culturas brasileira e japonesa a partir da cultura de massas, e conhecer como participantes do evento se veem nesse processo de identificação catalisado pelo mesmo. Para tanto, pretende-se perceber como o evento em análise oferece aos participantes um conjunto de referentes simbólicos comuns que o situam junto ao grupo, dotando-o de possibilidades de assumir uma identidade única, reconhecida e valorizada, não obstante estar relacionada ao universo mais geral da cultura pop japonesa que, via produção cultural massificada, se faz presente no consumo cultural e na produção de modelos identificatórios de jovens brasileiros.

Sua organização temática encontra-se assim definida: na primeira parte, discute-se a cultura pop japonesa no Brasil; a segunda parte trata da identidade em sua conceitualização, onde se aborda a questão dos processos identificatórios; sequencia-se com a abordagem do papel dos meios de comunicação na veiculação e intercâmbio de modelos identificatórios; na quarta parte, traz-se os dados, com análise, do evento Anime Soul e seu papel no processo de identificação do público brasileiro consumidor da cultura pop japonesa.

A vivência da cultura pop japonesa no Brasil consiste numa importante força na configuração cultural deste, e necessita, portanto, ser mais discutida, analisada, posta em reflexão, por um maior conhecimento de como a cultura se constrói e é vivenciada no Brasil, como culturas tão diferentes se encontram, conversam e se (re) inventam, quais processos de identificação são ofertados aos seus participantes.

A Cultura pop japonesa no Brasil

É fato incontestável que a cultura pop japonesa desempenha um papel importante na configuração cultural no Brasil, realidade atestada na força do consumo de seus produtos, sobretudo séries e animes veiculados em redes de televisão aberta e depois internet, venda de seus produtos correlatos e realização de eventos no país, ao longo de mais de 30 anos.

Ainda antes de a Rede Manchete entrar em processo de falência — oficialmente em 1999 —, as séries continuaram sua jornada pela TV. Sem a mesma força que tiveram no final da década de 1980, elas passaram por emissoras como Record e Gazeta.

Quando a internet se popularizou no Brasil, as séries encontraram nesse novo meio uma forma de continuarem vivas. A união deu certo. O gênero se expande na rede em ritmo acelerado, no Brasil e no exterior, graças à internet.

Só o YouTube registra mais de 90 mil vídeos relacionados a *Changeman*, *Jaspion* e *Jiraya*, com mais de 75 milhões de visualizações. Se formos incluir as demais séries japonesas, o número de vídeos pula para centenas de milhares, e o de visualizações beira a casa dos bilhões. DVDs com episódios completos são vendidos em grandes livrarias e lojas especializadas, e a Ulbra TV retransmitiu *Changeman* e *Jiraya* por mais de vinte anos após sua estreia.

Encontros nacionais que unem quadrinhos, RPG, mangá e anime e as séries japonesas se tornam cada vez mais populares. Fãs — clubes promovem fóruns, produzem episódios independentes e coletam materiais pouco conhecidos pelo público em geral, mantendo viva a lenda das produções nipônicas (LOBATO, 2013, p. 10-11).

Embora o tempo, naturalmente, trouxesse uma dinâmica de renovação dessas produções no mercado brasileiro, onde o sucesso

de outrora dava vaga a novas produções do gênero e suas categorias, o fato é que esse transcurso não revelou um esgotamento de seu consumo, mas sim a formação de um público consumidor.

As décadas de 1980 e 1990 constituíram o período de inserção de séries como *Jaspion*, *Changeman*, *Jiban*, *Kamen Rider Black RX*, animes como *Cavaleiros do Zodíaco* (jovens guerreiros que, com toda uma simbologia do zodíaco e no ambiente da mitologia grega, combatem as forças do mal ao lado de Atena, reencarnada em Saori Kido) e *Dragon Ball* (que conta a história de um jovem em suas lutas e desenvolvimento na busca das esferas do dragão fonte de poder), passando-se do mercado de locação à exibição em redes de televisão, onde se destaca a extinta Rede Manchete, emissora carioca que entrou no ar em 05 de junho de 1983 e foi extinta de 1999, tendo papel fundamental na veiculação de produções japonesas no Brasil, notadamente focando o público infanto-juvenil.

A aceitação dessas produções em audiência, venda de brinquedos, álbuns de figurinhas, roupas, discos de músicas, shows com pessoas vestidas e lutando como as personagens revelou sua força na configuração cultural das gerações de crianças e adolescentes que lhes foram contemporâneos.

Esses consumidores iniciais permitiram um ambiente propício para que tais produções, originárias de um país geograficamente tão distante e com cultura tão diferente, como se vê na escrita e vestimentas japonesas, encontrassem valorização e ressonância, a partir do que crianças têm, até hoje, com a tradição e inovação no segmento, constituído público expectador, consumidor.

Até aqui, nos parece viável considerar que se tem um encontro de gerações em torno da cultura pop japonesa, sendo conveniente aprofundar a discussão acerca da dinâmica do consumo, da vivência dessa mesma cultura no âmbito das gerações.

Mais que um espaço para os indivíduos se satisfazerem em seu gosto pela cultura pop japonesa, esses eventos são uma oportunidade de socialização de experiências, onde esse interesse em comum ganha destaque, importância e força. Além disso, destacam a formação de um gosto estético, de um conjunto de valores, em consonância com o consumo que há algum tempo vinha se firmando no âmbito da cultura massificada difundida pelos meios de comunicação tradicionais e que, agora, perpassa também o conteúdo da mídia digital.

Machado Júnior (2012, p. 03), em seu estudo *Narrativas introspectivas e nostálgicas nas memórias compartilhadas em ciberespaços*, focando no público de séries da cultura pop japonesa designadas *tokusatsu* – séries de ação, fala sobre tais eventos como espaços que se constituem a partir da socialização de experiências individuais:

No caso dos telespectadores de *tokusatsu*, viram-se nas narrativas postadas lembranças de experiências individuais que se tornam coletivizadas no momento em que o dispositivo da memória foi algo comum a todos. Associar os filmes à infância e compartilhar esta experiência em público, mesmo que virtualmente, fez com que aquele que não teve a vivência do outro, mas sim a sua própria, se sensibilize e, de certa forma, se solidarizasse com as demais postagens, caracterizando o conjunto das narrativas como se fosse um sentimento comum a todos.

Essa força instiga ao conhecimento da cultura pop japonesa em sua natureza e caracterização no âmbito das séries e animes: afinal, como se constitui essa cultura, cujo poder implica sua aceitação e sucesso junto a um público de cultura diferente?

A cultura pop, segundo Sato (2007, p. 12), dá-se pelo “[...] impacto da industrialização e da massificação na geração de referências comuns a um povo [...]”.

Para um melhor conhecimento acerca de como se constitui, traz-se a fala de Morin (1997, p. 13–14):

A segunda industrialização, que passa a ser a industrialização do espírito, e a segunda colonização que passa a dizer respeito à alma progredem no decorrer do século XX. Através delas, opera-se esse progresso ininterrupto da técnica, não mais unicamente voltado à organização exterior, mas penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais. Não há dúvida de que já o livro, o jornal eram mercadorias, mas a cultura e a vida privada nunca haviam entrado a tal ponto no circuito comercial e industrial, nunca os murmúrios do mundo – antigamente suspiros de fantasmas, cochichos de fadas, anões e duendes, palavras de gênios e de deuses, hoje em dia músicas, palavras, filmes levados através de ondas – não haviam sido ao mesmo tempo fabricados industrialmente e vendidos comercialmente. Essas novas mercadorias são as mais humanas de todas, pois vendem a varejo os ectoplasmas de humanidade, os amores e os medos romanceados, os fatos variados do coração e da alma.

Cumpramos ressaltar que a cultura pop não se confunde com um mero ajuntamento para veiculação comercial de conteúdos em diferentes temáticas, tempos e lugares, mas se

constitui ambiente para a interação desses conteúdos, sua combinação e construção de novas formas de ser. Canclini (2013), nessa perspectiva, fala sobre a formação cultural híbrida, as narrativas transculturais, que mostram como há elementos comuns entre várias culturas, enquanto Morin (2011) fala dos arquétipos junguianos que na mídia viram estereótipos.

Na cultura pop japonesa, com destaque neste trabalho para animes e séries de ação, observa-se que em sua constituição temática e imagética essa realidade se faz muito presente: nas séries *tokusatsu*, por exemplo, sempre há monstros alienígenas, heróis que se transformam e adquirem roupas especiais, aumento exponencial de poderes, equipamentos modernos como espadas e pistolas lasers; no âmbito dos animes, verifica-se como uma constante a presença de personagens com formas corporais exóticas, como em *Dragon Ball*, mesclando em seu comportamento traços humanos comuns (como andar, conversar, comer) e não comuns (como ter o poder de se teletransportar).

A aceitação e sucesso das produções da cultura pop japonesa de enorme sucesso no Brasil – séries e animes - levam a uma discussão fundamental: a da questão da identidade. Afinal de contas, as séries e animes são ofertas de sentidos aos seus expectadores que se relacionam com os mesmos em dois eixos principais: *identificação* e *projeção*. Isso quer dizer que os sentidos são vivenciados seja pelos elementos narrativos e de constituição imagético-sonora que se identificam com as aptidões e realidade de seus expectadores, seja como meios em que ideais desses mesmos expectadores se projetem num espaço valorativo, enriquecedor.

(...) em um mundo tão fluidamente interconectado, as sedimentações identitárias organizadas em conjuntos históricos mais ou menos estáveis (etnias, nações, classes) se reestruturam em meio a conjuntos interétnicos, transclassistas e transnacionais. As diversas formas em que os membros de cada grupo se apropriam dos repertórios heterogêneos de bens e mensagens disponíveis nos circuitos transnacionais geram novos modos de segmentação: dentro de uma sociedade nacional, por exemplo, o México, há milhões de indígenas mestiçados com os colonizadores brancos, mas alguns se “chicanizaram” ao viajar aos Estados Unidos, outros remodelam seus hábitos no tocante às ofertas comunicacionais de massa; outros adquiriram alto nível educacional e enriqueceram seu patrimônio tradicional com saberes e recursos estéticos de vários países; outros se incorporaram a empresas coreanas e japonesas e fundem seu capital étnico com os conhecimentos e as disciplinas desses sistemas produtivos (...) (CANCLINI, 2013, XXIII - XXIV).

Aqui, eis necessária a discussão como séries e animes japoneses participam do processo de identificação no público brasileiro; seu sucesso como ponto de partida para se estudar como se dá a relação entre as culturas japonesa e brasileira.

Identidade e processos identificatórios

Pensar no papel e na força de séries e animes japoneses junto aos expectadores/consumidores brasileiros requer, de maneira fundamental, que se aborde a questão da *identidade*, pois é aí que se pode melhor conhecer e discutir a relação entre culturas diferentes. Cada cultura funciona como um polo, um modelo a partir do qual o indivíduo, grupo formata sua “identidade”, e a relação entre elas resultando em sua (re) significação e numa nova formatação cultural.

O que seria, afinal, “identidade”? Numa primeira leitura, superficial, ela pode ser entendida como um *padrão de ser*, um modelo fixo que, na rede heterogênea de modos de ser das pessoas e dos grupos, marca território na forma de *ser*. Hall (2002), analisando a identidade cultural na pós-modernidade, parte justamente da transformação da ideia de identidade como *padrão ou essência*, vigente há séculos no Ocidente, para abordá-la em sua nova significação, a partir de sua reelaboração constante, fruto de transformações vividas pelo homem.

Segundo o autor, o enfoque acerca de como o homem era visto em sua “essência”, em sua “funcionalidade”, seu modo de ser, trazendo uma visão do homem “como um indivíduo totalmente centrado (p. 10)”, deu lugar à ideia do homem visto como um sujeito que se forma e modifica “num diálogo contínuo com os mundos culturais ‘exteriores’ e as identificações que esses mundos oferecem” (p. 11). Assim, na contemporaneidade, a identidade se vê formada num contexto de transformações, onde os contextos geradores de sentidos e os próprios sentidos ganham uma mobilidade que fazem a identidade passar a ser vista como “processo”, e não como um produto pronto, acabado.

[...] a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através dos processos inconscientes, e não algo inato, inexistente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” (...) em vez de falar em identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar em *identificação*, e vê-la como um processo em andamento [...] (HALL, 2002, p. 38 - 39)

A formação do indivíduo, os sentidos que percebe e constrói, o que acabará por desembocar na expressão de quem se é, vai depender não só de sua própria capacidade de percepção e “processamento interno”, mas também do que lhe é oferecido por outrem, e, para uma significação enriquecedora, mais que uma relação de junção *do que se é* mais *o que outro me coloca*, uma relação de conversação de formas de ser, interação e (re) construção de sentidos.

Essa perspectiva é corroborada por Bakhtin (1997, p. 86-87), ao discutir a construção dos sentidos pelo dialogismo, a conversação entre vozes e os sentidos de que são porta-vozes:

A idéia não vive na consciência individual isolada de um homem: mantendo-se apenas nessa consciência, ela degenera e morre. Somente quando contrai relações dialógicas essenciais com as idéias dos outros é que a idéia começa a ter vida, isto é, a formar-se, desenvolver-se, a encontrar e renovar sua expressão verbal, a gerar novas idéias. O pensamento humano só se torna pensamento autêntico, isto é, idéia, sob as condições de um contato vivo com o pensamento dos outros, materializado na voz dos outros, ou seja, na consciência dos outros expressa na palavra. É no ponto desse contato entre vozes-consciências que nasce viva a idéia.

Tem-se, pois, que os elementos que participam do *processo* de identificação, como ingredientes, portanto, e não como “produto”, devem ser vistos sob a ótica de *modelos identificatórios*. Tais modelos, por sua vez, são expressos e postos em relação catalisados por diferentes formas, os *processos identificatórios*.

Um importante ponto de chegada, e de partida: cultura de massa na veiculação e intercâmbio de modelos identificatórios

Nesse contexto da identidade como processo polifônico, dialógico, a cultura de massas emerge como força que catalisa, de forma intensa, rápida e global, a expressão e relação de sentidos.

Motivada pelo desenvolvimento industrial, alimentada pelo aprimoramento da tecnologia, e se fazendo com os conteúdos do homem em suas diferentes temáticas, ao longo dos tempos e pelos mais diferentes lugares pelo globo, a cultura de massas é, para Morin (2011, p. 14), “produzida segundo as normas maciças de fabricação industrial”.

A compreensão da relação entre as culturas japonesa e brasileira se dá no âmbito da cultura de massas, com produções veiculadas no âmbito comercial. Tal condição, no entanto, não esvazia seu poder de se referir a sentimentos, valores humanos, antes, se valem destes para a construção de narrativas, discursos verbais, imagéticos, simbólicos, relacionando passado, presente, futuro, o local e o transnacional. Os conteúdos de séries e animes objetos deste estudo caracterizam-se por se constituir da tessitura temática da vida humana – dores, lutas, sonhos –, por ter heróis com valores tradicionais samurais ao passo que usam armaduras, raios laser, equipamentos e robôs altamente tecnológicos; que alia a língua japonesa com o inglês em músicas e termos.

Com essa dinâmica possibilidade de produção e vivência de significações, há de se falar em modelos identificatórios, em vez de identidade como produto acabado, conforme sugere Hall (2002), modelos esses que consistem em formas de o indivíduo ou um grupo exteriorizar e vivenciar valores, experiências

em seu olhar sobre o mundo ou algo mais específico, como a percepção do que seja um herói.

A discussão acerca da cultura de massas cumpre aqui dois importantes papéis: abordá-la como ponto de contextualização para melhor compreendermos os processos identificatórios no âmbito midiático comercial e considerar a vivência de um outro momento de organização das práticas culturais, que não acabaram com a cultura de massa, são herdeiras da mesma, mas, ao mesmo tempo, se distanciam dela, porque produzem fluxos informativos e processos identificatórios *em e para* grupos particulares, através de macro e micro redes.

Materiais e métodos

O presente artigo se assenta na revisão de literatura, consultando autores como Sato (2007), Lobato (2013), Hall (2002), Morin (2011), onde se aborda a questão da identidade – e, aí, processos identificatórios –, a cultura pop japonesa em sua natureza e caracterização, o processo de identificação no público brasileiro consumidor de produtos midiáticos japoneses.

A pesquisa é do tipo exploratória, que, segundo Brasileiro (2013, p. 44), “visa tornar determinado fenômeno mais familiar e ajudar o pesquisador a construir hipóteses (...)”, considerando que o objeto de estudo não tem extensa produção bibliográfica, o que se vê com sobretudo no caso em específico, o evento Anime Soul. Configura também como pesquisa de campo e de inspiração descritiva e participativa, acerca da qual Gil (2010, p. 43) citando Le Boterf (1984) coloca: “(...) tem como propósito ‘auxiliar a população envol-

vida a identificar por si mesma os seus problemas, a realizar a análise crítica destes e a buscar as soluções adequadas”.

Procede-se à observação direta do evento Anime Soul - 2018, com observação *in loco* de comportamentos e diálogos, contando com aplicação de questionário com questões abertas junto a participantes do evento, numa abordagem qualitativa, que, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 70), visa a “interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados”, de forma que se possa melhor compreender o objeto de estudo em sua ocorrência, vivência. Por se ater à observação de uma modalidade cultural, a pesquisa também se dá na perspectiva etnográfica, que, de acordo com Gil (2010, p. 40), serve à “(...) descrição dos elementos de uma cultura específica, tais como comportamentos, crenças e valores, baseada em informações coletadas mediante trabalho de campo (...)”.

Resultados

O Anime Soul é um evento que reúne fãs da cultura pop japonesa, em produções de desenhos, séries, ao que se associam suas músicas e consumo de produtos correlatos, como camisetas e adereços. De acordo com informação na página oficial do evento¹, sua primeira edição aconteceu dia 26 de setembro de 2010, das 08:00h às 18:00h, superando a previsão de cerca de 500 pessoas, com um público de 946 pagantes. Nele havia salas de jogos, exposições de animes, filmes de efeitos especiais (*tokusatsu*) e séries, distribuição de brindes, show de uma banda tocando aberturas de animes e J-Rock (rock japonês), stands de lojas e ateliês

comercializando seus produtos referentes à temática.

A pesquisa que se apresenta veiculada neste artigo se deu no Anime Soul – Edição Kaioken, realizada nos dias 09 e 10 de junho de 2018, em Teresina (PI). Dia 10 de junho, deu-se a coleta de dados, com observação *in loco* mais aplicação de questionário junto a participantes do evento. Pedia-se que se falasse sobre como e quando começou sua relação com a cultura pop japonesa, como a cultura pop japonesa se faz presente na sua vida, como se revela no que a pessoa faz e gosta, não somente no Anime Soul; outra questão queria saber a importância da cultura pop japonesa para a pesquisa, enquanto outra indagava como tomou conhecimento do Anime Soul, para analisar a relação indivíduo-grupo na vivência, consumo dessa cultura; o último ponto, desdobrando-se em três perguntas, pedia para descrever o que era participar do Anime Soul, qual o significado do evento para a vida do indivíduo e o que o evento tinha que fazia o pesquisado dar sua resposta. Os resultados passam a ser apresentados.

O espaço do evento é marcado por stands de venda de diferentes produtos e adereços (bótons, livros, camisetas, por exemplo), com forte visitação pelos presentes, evidenciando o consumo de produtos correlatos à cultura pop japonesa como elementos de identificação.

Num ambiente que lhes é propício, *cosplayers* (pessoas utilizando fantasias de personagens) andam naturalmente, sem contar com olhar de indiferença, de desdém, antes,

¹ Disponível em https://www.facebook.com/pg/Dmn-Johnmasters/about/?ref=page_internal. Acesso em 08 de março de 2019.

até mesmo de valorização pelos presentes. Isso mostra que o evento constitui um espaço onde se pode ser, por um momento, sem receio de preconceito, a personagem de que se gosta, com o qual se identifica, numa quebra de rotina. Nessa perspectiva, cabe citar Pereira (2013), que aborda, a partir de pesquisa de campo em evento que congrega consumidores brasileiros da cultura pop, a relação de cosplay com a construção de identidades e subjetividades.

Interessante pontuar a relação entre continuidade e descontinuidade a partir do uso do *cosplay*: a continuidade se dá porque o uso da fantasia só acontece porque o consumo da cultura que o contextualiza faz parte da vida do indivíduo em seu cotidiano, ao longo do tempo; tem-se a descontinuidade no fato de, embora se goste da personagem como ato permanente, somente em determinadas ocasiões, como o Anime Soul, de fato veste-se e age como a personagem.

Ainda na esteira da identificação manifesta, destaque-se o número considerável de pessoas usando blusas e adereços remetendo a produções da cultura pop (símbolos, personagens), e não só japonesa. Some-se a isso o fato de muitos dos participantes andarem em grupo, permitindo que se constate o quanto a cultura pop faz parte de identificação nos âmbitos individual e social, que, aliás, se relacionam diretamente.

No âmbito da cultura pop como ponto de partida, para além de seus produtos (seus produtos não sendo fins em si mesmos), destaca-se a apresentação de karatê, ao vivo, atraindo a atenção do público presente, que inclusive fazia registro em filmagem, como que servindo por revelar movimentos que se veem em animes, mangás (histórias em

quadrinhos japoneses, um dos pilares da influência cultural japonesa em nível global), séries, e um espaço *gamer*, para seus visitantes poderem jogar, num exercício de desafio, superação, conquista, sobretudo num contexto de celebração festiva de vivência da cultura pop.

O evento também conta com uma sala de dança, Sala K-Pop (*K-Pop* alude à *pop coreana*, música da cultura pop coreana, que, na esteira do sucesso da cultura pop japonesa, tem seu espaço no evento). Interessante o quanto longe a implicação da cultura pop japonesa se dá, indo dos quadrinhos à produção fílmica, passando por desenhos animados e a experiência da dança, que é mais subjetiva que material. Um dos momentos altos do evento foi o Anime Song, com apresentação de músicas de animes, *tokusatus*, ocasião muito significativa: todos compondo uma grande plateia, acompanhando entusiasticamente músicas em japonês de suas produções preferidas, numa mostra da participação da cultura pop no processo de identificação dos indivíduos.

Seguiu-se com a presença, muito aguardada, do dublador de Bob Esponja, Wendel Bezerra. Destaque-se aqui o papel do dublador como elo entre o público nacional e a produção estrangeira. São bem-vindos estudos que se proponham a analisar até que ponto a língua nacional, personificada no dublador, revela encontros, tensões com produções de outros países, participando da relação *expectador/fã/consumidor – produções midiáticas – processo de identificação*. O Concurso Cosplay, competição da melhor fantasia, é um momento marcante, ressaltando o esforço e criatividade individuais, oportunizando aos fãs presentes um verdadeiro deleite em ver seus personagens ali representados.

A seguir, o que foi coletado em questionário junto a participantes do evento, durante a realização do evento.

- *A cultura pop japonesa como propiciada pela mídia de massa, e como meio de identificação para seu público*

Quando questionados sobre quando e como começou sua relação com a cultura pop japonesa, todos responderam que se deu através da exibição de animes. Nas respostas, resalta-se que, por iniciativa própria ou indicação por outrem (como na resposta “por meio da influência de meu irmão, expectador de animes” e “desde criança, através da família assistindo a anime”), uma vez estabelecido o contato com animes, indicados em totalidade como produção inicial de contato, passa-se ao interesse contínuo pelo gênero e, por ele, para a cultura japonesa em maior extensão, o que se vê na resposta “através de animes, evidenciou-se interesse por trilhas sonoras, passando a pesquisar sobre bandas e músicas da cultura japonesa”. Não ficou claro se o meio de contato predominante foi a TV aberta ou a internet. É digno de nota, nesse sentido, que a TV aberta teve participação ativa na oferta de produções japonesas de enorme sucesso no Brasil, como Dragon Ball, Yu-G-Oh!, Naruto, Jaspion, Cavaleiros do Zodíaco, destacando-se aí o extinto programa televisivo TV Globinho (Rede Globo); a internet cumpre, atualmente, papel de grande força no acesso a essas produções e outras do gênero.

- *A cultura pop japonesa manifesta na vida de seu público*

O ponto seguinte pedia que se comentasse sobre como a cultura pop japonesa faz parte da vida do pesquisado, no que faz,

no que gosta (como roupa, acessórios, música), não somente no Anime Soul. Seu propósito era analisar a força da cultura pop na vida prática do pesquisado, evidenciando sua importância para além do momento do evento.

Evidencia-se a implicação da cultura pop na vida dos pesquisados, permitindo que se considere sua força e, aí, a necessidade de seu melhor estudo, análise, reflexão. Foram apontados comidas, acessórios, músicas, roupas, vídeos e até mesmo na fala, no “jeito de falar”, conforme colocado. O uso cotidiano dos quatro primeiros itens se justifica, na fala dos pesquisados, como meios pelos quais se têm ensinamentos, lazer, meio de realização pessoal. A resposta “(...) as músicas e vídeos me fazem relaxar e sentir bem”, dada por um dos pesquisados, reflete essa perspectiva, bem como o que respondeu outra pessoa na pesquisa: “o modo como encaro os problemas se identifica com as atitudes de personagens de animes frente a situações difíceis, sempre dizendo ‘faça seu melhor’, trazendo alegria”. A esta resposta se associa a de outro pesquisado: “É meu único modo de me salvar desse mundo cheio de brigas. É o modo com o qual me divirto”. Também foi objeto de resposta o fato da cultura pop servir ao melhor conhecimento da cultura japonesa e mesmo asiática.

A relação com a cultura pop, embora em muito pautada pelas experiências sentimentais por ela veiculadas, tem potencial de levar a uma dimensão maior, tanto nas áreas diferentes a que pode levar, com as quais pode manter conexão, quanto na intensidade de manifestação na vida prática, o que reforça a necessidade de se atentar para a cultura pop japonesa em sua vivência e implicações. Evidentemente, isso implica a assumpção de al-

guns modelos de identidade consubstanciados nos produtos veiculados e nos personagens dos mesmos.

- *A relação com o evento Anime Soul a partir das experiências individual e coletiva*

Cumprido destacar o papel da internet como força difusora na veiculação e intercâmbio de modelos identificatórios, ao passo que se coloca como preponderante o papel do *grupo* no processo de identificação. Todos os pesquisados indicaram a internet e o convite por seus amigos como meio de conhecimento do Anime Soul. Considerando que todos os pesquisados já tinham uma vivência com a cultura pop japonesa, há anos, cabe falar acerca da relação *presença no Anime Soul – aptidão pessoal – convite por um grupo* (grupo de amigos ou grupo virtual - a internet): há de se considerar que essas duas forças se retroalimentam, com vigoroso poder de implicação na configuração de um lidar com a cultura de massas ora como herdeiros da mesma, ora como vanguardas de fluxos informativos e processos identificatórios, conforme já se colocou neste trabalho. Pollak (1992, p. 2), discutindo a relação entre memória e identidade social, coloca:

A priori, a memória parece ser um fenômeno individual, algo relativamente íntimo, próprio da pessoa. Mas Maurice Halbwachs, nos anos 20-30, já havia sublinhado que a memória deve ser entendida também, ou sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes.

Quando se evoca “flutuações, transformações, mudanças constantes”, pode-se

fazer direta associação com a cultura de massas, em que se encontra a cultura pop japonesa, que, segundo Morin (2011), intercambia formas, passado e presente, o clássico e o popular. Da mesma forma, pode-se compreender a ressonância de produções japonesas que, em alguns casos, já têm décadas de lançamento, como produto em consumo na atualidade, chegando mesmo a conseguir manter e conquistar fãs. O discurso de dramas humanos, sonhos, lutas, esperança como denominador comum de diferentes formas de expressão, que se materializam nas diferentes produções.

O significado do Anime Soul como palco para as experiências individuais e coletivas a partir da cultura pop japonesa, dada sua força nesse processo, é um dos fundamentos dessa pesquisa. O evento reúne pessoas que têm *experiências individuais* com animes e outros aspectos da cultura pop japonesa, mas, uma vez reunindo tais pessoas, torna-se um *grupo*, que não apenas congrega, mas fortalece e difunde a experiência de espectador/fã dessa cultura. De fato, o evento é um espaço propício para que memórias individuais e coletivas se coadunem na produção de identidades baseadas nos modelos difundidos pelos produtos massificados da cultura japonesa.

Quais são, portanto, os elementos constitutivos da memória, individual ou coletiva? Em primeiro lugar, são os acontecimentos vividos pessoalmente. Em segundo lugar, são os acontecimentos que eu chamaria de “vividos por tabela”, ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não [...] (POLLAK, 1992, p. 2).

Corroboram as respostas dadas pelos pesquisados quando indagados sobre o que é participar do Anime Soul, qual o significado do evento para suas vidas: “O evento é muito importante para mim, porque no Anime Soul eu conheço outras pessoas com gostos similares aos meus, tem diversos produtos que só são encontrados no evento. Todas as vezes que o evento ocorre, eu me sinto muito feliz, porque conheço pessoas e podemos trocar várias ideias e conhecimentos da cultura japonesa”. Outra resposta que ilustra a relação *experiência individual - coletiva*: “O Anime Soul é como um lugar em que você pode ser você mesmo, se vestir como quiser, cantar alto, é simplesmente incrível. O fato de você poder se expressar é fantástico”. Todas as respostas indicam o Anime Soul em sua significação a partir do universo de sensações, experiências e socialização com outros fãs da cultura pop japonesa. Ressalte-se a necessidade de se ter um ambiente que não apenas permita a livre expressão como fã/consumidor da cultura pop japonesa, mas até mesmo sua valorização. O evento serve como indicativo de que a expressividade ganha força num contexto em que possa ser alimentada e estimulada, bem como compartilhada com outros do mesmo grupo de preferência/vivência identitária, o que se dá, respectivamente, na *oferta de sensações* e na *socialização*.

Considerações finais

A cultura pop japonesa exerce uma força de considerável importância na configuração cultural brasileira, aliando crianças, adolescentes e adultos enquanto expectadores/consumidores, mas não meramente como tais: sujeitos de diferentes lugares e culturas têm na cultura pop japonesa a experimentação dos processos identificatórios que lhes são ofertados como oportunidade de se verem

contemplados, imersos num mesmo espaço de identificação e projeção, onde os sentidos, em suas mais diferentes possibilidades, conversam, se combinam, ampliando a sua capacidade de se sentir existente no mundo – aprendendo e produzindo sentidos.

Os conteúdos de séries e animes japoneses veiculados no Brasil e que permitiram construir a força do gênero no país, guardam um potencial para o enriquecimento da significação humana nos valores e possibilidades de sentido positivos que veiculam e permitem construir, como a amizade, luta contra o mal, defesa da justiça, crença nas capacidades humanas de ser forte, vitorioso, por um mundo melhor, combinando tradição e inovação, integrando espaços e tempos.

Daí se depreende que não apenas a experiência individual é importante, mas sua socialização.

O evento pesquisado, Anime Soul, em Teresina (PI), constitui-se ambiente importante para seus participantes, admiradores e consumidores da cultura pop japonesa, ofertando processos identificatórios que lhes permitem um espaço de identificação, expressão valorativa, nos âmbitos individual e coletivo, daquilo que se é, que se sente na relação com a cultura pop japonesa, socialização de experiências. Venda de produtos, sala de dança, momento *gamer*, apresentação de karatê, show com repertório das músicas de produções do gênero, concurso *cosplay*, encontro com personalidades no segmento, dubladores de personagens, o intercâmbio de subjetividades, valores, experiências são componentes do universo que o configuram como centralizador e catalisador no processo não unidirecional, mas dinâmico que é o de identificação a

partir da cultura pop japonesa em seu consumo e de sua vivência no Brasil.

Os dados trazidos evidenciam a cultura pop japonesa como força que transcende a missão primeira de lazer, tendo mesmo implicações em diferentes esferas na vida cotidiana de seus fãs/consumidores, revelando-se, por exemplo, na vestimenta e na vivência cotidiana de valores imbuídos nas narrativas, como a amizade e superação de dificuldades. Também relevante observar o dado trazido na pesquisa que mostrou a cultura pop como ponte para o aprofundamento, enriquecimento do conhecimento enciclopédico, servindo a que melhor se conheça a Ásia/O Oriente em suas características.

É imprescindível que seja reconhecida a validade desses espaços como oportunidades em que se pode melhor compreender o processo de identificação do homem em seus condicionantes, processos e implicações, e, a partir daí, levantar reflexões que possam contribuir para que sejamos melhores expectadores, ouvintes, protagonistas na comunicação, com criticidade, mas também sem perder a capacidade de potencializar os sentidos com os quais lidamos, que vivenciamos.

De fato, não se encerra a análise e discussão, antes, tem-se um caminho a percorrer, de possibilidades variadas e importantes que devem ser melhor conhecidas, caminho que, por sua dimensão, tão bem ilustra a distância entre Japão e Brasil. O Japão?! Ora, é bem aqui!

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dotoievski**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária (1ª edição 1929/1963), 1997.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. Tradução da introdução: Gênese Andrade. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós – modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 7 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

LOBATO, João. **Changeman, Jaspion, Jiraya & Cia: A Aventura das séries japonesas na TV brasileira**. São Paulo: Matrix, 2013.

MACHADO JÚNIOR, Cláudio Sá. **Do banal ao afetivo, os tokusatus na televisão brasileira: narrativas introspectivas e nostálgicas compartilhadas em ciberespaços**. Disponível em <http://gthistoriacultural.com.br/VIsimposio/anais/Claudio%20de%20Sa%20Machado%20Junior.pdf>. Acesso em: 30 dez. 2015.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Trad. Maura Ribeiro Sardinha. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

PEREIRA, Ilíada Damasceno. **Hibridismos e mesclas culturais na construção de identidades e subjetividades em campeonatos de cosplay**. Goiânia: UFG, 2013. XV, 132

f.: il. Dissertação (Mestrado em Arte e Cultura Visual) – Programa de Pós – Graduação em Arte e Cultura Visual, Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013. Disponível em https://culturavisual.fav.ufg.br/up/459/o/2013_Iliada_Damasceno_Pereira.pdf. Acesso em: 24 mar. 2019.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, p. 200-212. Disponível em <http://www.pgedf.ufpr.br/memoria%20e%20identidadesocial%20A%20ca-praro%202.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2019.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. *Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SATO, Cristiane A. *Japop: o poder da cultura pop japonesa*. São Paulo: NSP – Hakkosha, 2007.