

# *O being e o becoming otaku: trajetórias e carreiras de fãs de animê e de mangá<sup>1</sup>*

Recebido em 06-01-2014

Aceito para publicação em 28-05-2014

Vlad Schüler-Costa<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo tem por objetivo delinear os processos de “tornar-se” e “ser” um *otaku* (um aficionado por cultura *pop* japonesa). Para tal, foram utilizados dados etnográficos coletados na região de Vitória (ES) ao longo de 2010 e 2011, assim como quatro entrevistas em profundidade feitas em 2011 e 2012. A partir destas, foram identificadas quatro etapas na trajetória de “tornar-se” um *otaku* (“familiarização”, “iniciação”, “conversão” e “legitimação”), e três “carreiras” típicas da vivência *otaku* (“*entrepreneur*”, “*promoter*” e “*performer*”). Porém, além de uma tentativa de elaborar tipologias do universo *otaku*, há também um esforço de, através dos casos estudados, adicionar à discussão dos conceitos de “carreira” e “trajetória”.

**Palavras-chave:** antropologia urbana; carreiras e trajetórias; cultura *pop* japonesa; *otaku*.

---

<sup>1</sup> O presente trabalho, baseado em minha monografia de graduação, foi realizado com apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil. Versões anteriores foram apresentadas na disciplina “Carreiras e Trajetórias Urbanas no Brasil Contemporâneo – desigualdades e conflitos”, do PPGAS/MN, e na XIV Jornada do PPGSA - IFCS. Agradeço, portanto, aos comentários dos professores Luiz Fernando Dias Duarte e Waleska de Araújo Aureliano, assim como dos participantes da mesa “Estudos Urbanos e Violência”. Por fim, agradeço também a Lucas Freire e Guilherme Fians pelos comentários, correções e sugestões na versão final.

<sup>2</sup> Mestrando em Antropologia Social no Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: [vladschuler@ufri.br](mailto:vladschuler@ufri.br)

## 1. Introdução

*Otakus*, pode-se dizer, é o nome dado àquelas pessoas altamente interessadas na cultura de massas (também chamada de “cultura pop”) japonesa – cujos aspectos mais visíveis são animês (desenhos animados) e mangás (quadrinhos). Embora a categoria e sua definição sejam altamente discutidas tanto entre acadêmicos quanto entre os próprios *otakus*<sup>3</sup>, é aceito que exista uma rede social que se organiza ao redor da apreciação e consumo de tais produtos da cultura pop japonesa, e que tem manifestações sociais características, como, por exemplo, “eventos de animê”.<sup>4</sup>

Embora consideravelmente em voga atualmente (especialmente com a presença de produtos culturais japoneses na mídia de massas brasileira), o fenômeno do *otakismo* pode ter suas raízes traçadas no pós-guerra japonês. Uma das principais teorias ao redor de seu surgimento é o que poderia ser chamado de “vácuo moral” enfrentado pela juventude japonesa na década de 1980. Resumidamente, tal vácuo seria a falta de perspectiva que os jovens japoneses – tendo sido criados com muita severidade para que dedicassem toda a sua energia ao esforço de reerguer e reconstruir o Japão – enfrentou ao chegar a sua vida adulta tendo o seu país como uma das maiores potências econômicas do mundo. Ao ver que o objetivo ao qual eles pretendiam dedicar suas energias já havia sido cumprido, tudo que restou a esses jovens adultos, recém-saídos de prestigiosos colégios e universidades, era o consumo – algo que, ainda por cima, era altamente valorizado pelo governo, que fazia campanhas direcionadas a aumentar o padrão de consumo da população japonesa (cf., por exemplo, Sakurai, 2007, p.205-34).

Enquanto grande parte da população procurava imitar o *american way of life*, comprando produtos como casas, carros, joias ou eletrodomésticos, uma pequena parcela desses jovens preferiu dedicar-se a satisfazer suas “vontades infantis”<sup>5</sup> – ou seja, aqueles seus interesses

---

<sup>3</sup> Para uma melhor discussão, confira Schüler-Costa, 2012, p.19-21.

<sup>4</sup> Também conhecidos como “convenções de animê” ou “animencontros”, entre outros, são eventos dedicados à apreciação e divulgação da cultura pop japonesa.

<sup>5</sup> O termo “vontades infantis” aqui não é uma tradução exata do conceito japonês de *amae*, que pode ser traduzido como “doce” ou “mimo”. A ideia, contudo, é que esses *otakus* consideravam-se intitulados a uma série de caprichos que haviam sido negados a eles durante sua infância e adolescência. Para mais, confira Doi, 1992.

que haviam sido podados por uma criação inflexível, com foco exclusivo nos estudos (Barral, 2000). Esses interesses, obviamente, variavam de acordo com o indivíduo em questão: havia indivíduos interessados nos mais diversos assuntos, como história medieval, equipamentos militares, músicas, miniaturas, seriados, quadrinhos ou desenhos animados. E, assim como havia nichos diferentes de interesse, havia níveis variados de *commitment*<sup>6</sup> dentro de cada nicho – desde o indivíduo cujo interesse era “casual” (e, portanto, que não tinha muito investimento em seu interesse e interação com outros interessados, e cujo comportamento não era muito relacionado com seu interesse) até o indivíduo mais “fanático” – cujo comportamento e padrão interacional era extremamente relacionado ao assunto alvo de seus investimentos pessoais. Esse último indivíduo ficou conhecido, no início dos anos 80, como *otaku*.<sup>7</sup>

O processo pelo qual o termo *otaku* foi importado para o ocidente é cercado de controvérsias. Uma das teorias mais aceitas é que o principal ator nesse processo é a animação *Otaku no Video*, do estúdio Gainax – que não só é considerado por alguns como uma das obras-primas desse estúdio (que é um dos mais importantes estúdios de animação japonesa), como também foi uma das primeiras animações japonesas a serem lançadas nos Estados Unidos da América (EUA) pela AnimEigo, a primeira empresa americana especializada em licenciamento e legendagem de animês. De qualquer forma, é mais ou menos certo que, pelo menos a partir da segunda metade da década de 1990, alguns fãs ocidentais de animê e mangá já chamavam a si mesmos de *otakus* – tanto nos EUA como no Brasil, que durante muito tempo dependeu de fitas VHS importadas do Japão e dos EUA para abastecer o pequeno mercado interno de animês e mangás (Lourenço, 2009).

Pulando para o início da década de 2010, vemos uma situação diferente. O mercado brasileiro de animês e mangás já está a pleno vapor, com um número cada vez maior de obras ao alcance de seus fãs – seja por meios oficiais ou por meios “alternativos” (especialmente via internet, que possibilita o consumo quase instantâneo e virtualmente

---

<sup>6</sup> *Commitment* pode ser entendido como o mecanismo pelo qual comportamento constante é produzido devido a constrangimentos ou restrições resultantes de investimentos pessoais anteriores (Becker, 1960). Ou seja, à medida que o indivíduo “investe” em um comportamento, ele tende a investir cada vez mais nesse comportamento, porque não fazê-lo ser-lhe-ia mais custoso.

<sup>7</sup> O principal responsável pela popularização desse termo foi o jornalista Nakamori Akio, que fez uma célebre série de reportagens chamadas “*Otaku no Kenkyu*” (“Estudos de Otakus”). Vide Nakamori, 1983a, 1983b.

gratuito<sup>8</sup> de uma imensa variedade de obras).

Graças a esta maior quantidade de material disponível, assim como a maior facilidade de comunicação devida à popularização de celulares e do acesso à internet, ficou muito mais fácil para o interessado em animês e mangás se comunicar e interagir com outras pessoas que compartilham o seu interesse. Esses indivíduos, inseridos em novos padrões interacionais ao redor de um interesse em comum – algo que Gans (1999) chamaria de *taste cultures* –, constituem, portanto, um grupo social.

Minha aproximação com esse grupo se deu, de forma intermitente, desde o ano de 2006, quando fui ao meu primeiro evento de animê. O campo no qual este trabalho se baseia foi feito ao longo dos anos de 2010 e 2011, na região metropolitana da cidade de Vitória (ES). A partir de visitas a eventos de animê, e baseado em conversas informais com vários *otakus*, dentro e fora destes eventos, acabei entrando em contato com alguns indivíduos considerados “importantes” (como lojistas, organizadores de eventos e de atrações, cosplayers<sup>9</sup>, “jogadores competitivos”<sup>10</sup>, entre outros) pela comunidade – quatro dos quais me concederam entrevistas, realizadas em 2011 e 2012 (dois lojistas/organizadores de evento, uma lojista/organizadora de atrações e uma cosplayer/organizadora de atrações). Este trabalho é, portanto, baseado no conteúdo dessas entrevistas, sendo complementado por dados obtidos durante conversas informais com outros *otakus*.

## 2. O “*becoming*”: tornando-se um *otaku*

A participação nesse grupo, como em quase qualquer outro, é determinada por uma quantidade de variáveis – que incluem o interesse próprio, a aceitação por outros membros, e seu *commitment* para com o grupo, entre outros – e, especialmente, depende de uma série de passos (ou etapas) a serem tomados por seus participantes, no que poderia ser entendido como uma sequência (ou, se usarmos uma definição especialmente abrangente do termo,

---

<sup>8</sup> Embora não seja realmente gratuito, já que pressupõe uma série de bens materiais e cooperações (diretas ou indiretas) com outros *otakus*. Para uma análise mais detalhada, confira Schüler-Costa, 2012, p.26-9.

<sup>9</sup> *Cosplayer* é como é conhecido o praticante do *cosplay* – que pode ser definido, grosso modo, como o ato de fantasiar-se e imitar o comportamento de algum personagem.

<sup>10</sup> Jogadores de videogame que se dedicam a participar de campeonatos em eventos.

um ritual) de instituição (Bourdieu, 1996a).

Porém, um aspecto importante é que, via de regra, essas etapas só são entendidas como tal posteriormente, quando o indivíduo passa por esse “ritual”, e torna-se importante para ele constituir um mito individual de origem<sup>11</sup> e ter esse mito avaliado e validado por seus pares. Ou seja, o indivíduo, a partir de sua própria biografia, reconstitui uma trajetória marcada por eventos significativos – em uma tentativa de estabelecer uma conexão lógica entre seu passado e seu presente. Em outras palavras:

O conceito de “trajetória” doravante empregado pode ser entendido como a totalidade (normalmente entendida sequencialmente) de acontecimentos significativos ocorridos durante a vida de uma pessoa. Por “acontecimentos significativos”, entendo aquelas situações que o indivíduo identifica como tendo alguma contribuição (algum sentido) em relação a algo. Esse sentido dado à situação é altamente subjetivo, e suas conexões podem não ser facilmente perceptíveis a terceiros – o que não diminui sua importância simbólica para o indivíduo (Schüler-Costa, 2012, p.43-4).

Embora a trajetória individual possa estar pontuada de tais acontecimentos significativos (por exemplo, um *cosplayer* pode afirmar que desde muito novo gostava de fantasiar-se, ou um quadrinista pode relatar que passou boa parte de sua infância desenhando em seus cadernos), no geral, existem quatro acontecimentos cuja importância é generalizada dentre os *otakus* – que constituem o que pode ser chamado de uma trajetória típica. Embora tais eventos costumem seguir uma ordem cronológica sequencial, essa ordem não é obrigatória – e, na verdade, chega a ser teoricamente possível (embora extremamente improvável) que um determinado indivíduo seja considerado um *otaku* sem ter passado por todos os quatro. Eles são:

- A exposição a material audiovisual japonês veiculado no Brasil (etapa que denomino “familiarização”);
- A leitura de quadrinhos japoneses publicados no Brasil (“iniciação”);
- A apreciação de material audiovisual japonês por meios alternativos (“conversão”);

---

<sup>11</sup> Aproprio-me aqui das ideias levantadas por Duarte, 2011.

- E a leitura de quadrinhos japoneses por meios alternativos (“legitimação”).

Um conhecedor do universo dos animês e mangás no Brasil perceberia, a partir dessas quatro etapas, que elas tendem a ir do meio mais acessível (cujo pré-requisito é basicamente o acesso a um aparelho televisor funcional) ao menos acessível (que costuma necessitar um computador com conexão à internet, um domínio básico de informática e, às vezes, uma fluência razoável em um idioma estrangeiro). Isso faz com que, efetivamente, o processo de consagração do indivíduo em um *otaku* “propriamente dito” seja um processo de afunilamento – já que é necessário um nível cada vez maior de *commitment* para passar por tais etapas.

É importante reiterar que: esse processo, ainda que seja baseado em acontecimentos reais das biografias individuais, é retroativo – um “*otaku* em potencial”, ao ler seu primeiro mangá, não está procurando inserir-se em um novo grupo social (ou, caso esteja, não em uma *taste culture*, e sim em um microcosmo social específico); além disso, como reconstrução do que é, essa trajetória está sujeita às mais diversas formas de reestruturação; e, por fim, todo esse “ritual de iniciação” não é algo institucionalizado, explícito ou mesmo consciente. Na verdade, é um processo extremamente sutil, mas concreto – é provável que todo *otaku* tenha em algum momento exposto parte de sua trajetória a outro *otaku* como forma de validação ou legitimação, e mais provável ainda que cada *otaku* tenha internalizado sua trajetória, estando apto a passar por tais situações a qualquer momento.

Porém, essas etapas, ainda que gerais, são sempre permeadas de detalhes específicos que podem ou não ser utilizados pelos *otakus* durante suas interações – mais importante que o fato de, por exemplo, um determinado indivíduo ter assistido a um animê por meios alternativos, é o contexto que circunda essa situação: qual animê foi assistido, quando, com qual idade, aonde, com quem, em qual mídia, qual foi a forma de acesso a essa determinada obra, etc. Isso se dá porque, ainda que todos os *otakus* tenham passado pelas mesmas etapas (sendo portanto algo trivial e lugar-comum), os detalhes dessas etapas são sujeitos a valoração, valorização e avaliação. Por que, mais do que igualitário, o *otakismo* é altamente hierarquizado.

### 3. O “being”: sendo um *Otaku*

Essa hierarquia – ou, talvez, essa rede de status – é organicamente definida, construída e reconstruída durante a vivência de um indivíduo com outros *otakus*. Sua estrutura em redes se deve principalmente ao fato de que, enquanto “comunidade”, o *otakismo* é altamente disperso e descentralizado, e, portanto, é comum que o indivíduo interaja, em sua vivência, com diferentes grupos de *otakus* (e seus respectivos subgrupos) – de forma que ele pode ter padrões de interações e posições sociais diferentes em tais grupos e subgrupos. Da mesma forma, grupos diferentes têm “sistemas de posicionamento social” diferentes, variando desde grupos altamente igualitários (como um grupo de amigos íntimos de longa data) até grupos altamente hierarquizados (como um grupo de *fansub*<sup>12</sup>), e grupos diferentes têm “sistemas de posicionamento social” diferentes: o que é digno de orgulho para um grupo pode ser motivo de escárnio para outro.

Porém, apesar das possíveis discrepâncias, existem muito mais semelhanças internas nas redes de *status* – inclusive porque, embora o comportamento individual possa mudar de um grupo para o outro, essas mudanças sempre conservam traços constantes do indivíduo, o que contribui para o fato de que a participação em grupos consistentes entre si seja muito prezada. Uma característica muito comum em todo o *otakismo* é a valorização de uma suposta (ainda que velada) meritocracia: o indivíduo teoricamente só goza do prestígio conquistado por si próprio, e esse prestígio propriamente adquirido é sempre legítimo. Essa, com raras exceções, é a ideologia dominante em todo o *otakismo* – mesmo que ela possa, não poucas vezes, ser contradita ou disputada.

Um bom exemplo disso é a existência daqueles que Eng (2002) caracteriza como sendo:

Elites de informação que se debruçam sobre quantidades vastas de informação detalhada e aparentemente trivial a respeito de coisas menos que sérias, armazenando tal informação na memória e usando-a como capital para suas trocas secretas [underground trades] – online ou pessoalmente (Eng, 2002, p.10. Tradução nossa).

---

<sup>12</sup>*Fansub* é o ato de traduzir e legendar uma obra audiovisual que se encontra em outra língua, e distribuí-la para outros fãs (idealmente de graça). É muito comum que *fansubbers* se organizem em grupos com uma divisão do trabalho bem definida – e alguns *fansubs* julgam que a melhor forma de trabalhar é fazer com que essa divisão seja posta em prática graças a uma rígida hierarquia.

É interessante chamar atenção para o fato de que a utilização de conhecimento como fonte de poder simbólico é algo relativamente comum no *otakismo*. Discussões bilaterais ou *speeches*<sup>13</sup> unilaterais, tanto *online* quanto face-a-face são ocorrências comuns e até rotineiras em alguns grupos. E, como ocorrer, essas situações conversacionais são utilizadas, mesmo que não intencionalmente, pelos indivíduos como oportunidades para aumentar seu prestígio para com sua audiência – que inclui, obviamente, seu(s) interlocutor(es).

Em tais situações conversacionais, portanto, em que o participante está envolvido não somente na conversa por si só, mas também no jogo de *status* que corre paralelo a esta, o indivíduo pode buscar estratégias para maximizar seu prestígio. De fato, mesmo que ele não se utilize, por exemplo, dos famosos estratagemas da dialética erística (Schopenhauer, 2003), pelo simples fato de o indivíduo se envolver em uma discussão ele concorda implicitamente com a premissa de que aquele com melhor oratória está “mais certo”. Então, o que seria um “underground trade” acaba sendo, na verdade, uma troca de argumentos pública (e é bom que o seja) em que, mesmo que inconscientemente, a posse de conhecimento é menos valorizada do que a articulação desse conhecimento perante uma audiência – que, ainda que presenciando a *performance* do(s) participante(s), “faz-de-conta” que o que está em jogo é puramente o assunto da discussão.<sup>14</sup>

Além de tais elites de informação, porém, existem outros grupos que se utilizam de outros padrões de interação e comportamento como sinais de *status* – e estes grupos inclusive costumam ter maior visibilidade no que é possivelmente a situação mais pública existente no *otakismo*: o “evento de animê”.

Tais eventos, sendo permeados por lógicas diferentes das interações cotidianas dos *otakus*, acabam priorizando (ou facilitando a presença/visibilidade de) “tipos” (na acepção weberiana do termo) diferentes de indivíduos. Porém, diferentemente do “tipo ideal” de *otaku* sobre o qual me debrucei até agora, os indivíduos pertencentes a esses “tipos” não

---

<sup>13</sup> Tal categoria, nesse caso, refere-se a discursos enquanto exposição oratória perante uma audiência (Goffman, 1981).

<sup>14</sup> Essa situação não é muito diferente da “Lecture” como entendida por Goffman (1981, p.160-96), especialmente no que se refere ao “foco de interesse” da audiência.

costumam ter *trajetórias* particularmente parecidas. Contudo, ainda assim, existe algo que os une, os define enquanto tal – e entendo que esse algo são suas carreiras morais.

#### 4. Carreiras morais, estilos de vida e visões de mundo

O conceito de *carreira moral*, tal como estabelecido por Goffman (2001), é o seguinte: “a sequência regular de mudanças que a carreira provoca no eu da pessoa e em seu esquema de imagens para julgar a si mesma e aos outros”.<sup>15</sup> Ou seja: as experiências vividas por uma pessoa durante sua vida influenciam gradualmente a forma como ela compreende o mundo e a si mesma. À medida que essa compreensão (chamada por Gilberto Velho de “visão de mundo”<sup>16</sup>) vai sendo mudada, há a tendência de que o indivíduo continue a modificá-la ainda mais no mesmo sentido<sup>17</sup>. Após uma longa série de pequenas mudanças, portanto, o indivíduo pode possuir uma visão de mundo completamente diferente de sua visão de mundo inicial – e, conseqüentemente, possuir um “estilo de vida”<sup>18</sup> condizente com sua nova visão de mundo.

Aplicado ao universo *otaku*, isso quer dizer que é possível que o comportamento parecido de certos tipos de *otaku* deva-se ao fato de que a maneira que eles compreendem o mundo também é parecida – e, por sua vez, essa visão de mundo é resultado de uma série de acontecimentos que vão, pouco a pouco, moldando o indivíduo.

E, se é possível falar de uma trajetória típica no processo de virar um *otaku*, também é possível falar de três carreiras morais típicas no que concerne os “indivíduos de destaque”<sup>19</sup> dos eventos de animê: a carreira de *entrepreneur*, a carreira de *promoter*, e a carreira de *performer*.

O *entrepreneur* é o indivíduo que busca conciliar sua vivência como *otaku* com sua carreira profissional – ou, no caso, transformar seu *otakismo* em uma fonte de renda. Em eventos, o

---

<sup>15</sup> Goffman, 2001, p.112.

<sup>16</sup> Velho, 2008.

<sup>17</sup> Algo ligeiramente parecido com o efeito de “*cumulative advantage*” como relatado por Watts, 2011.

<sup>18</sup> Velho, 2008.

<sup>19</sup> Ou “criadores-orientadores” (Gans, 1999).

caso típico é o do “dono de estande” – alguém que provê produtos ou serviços para o consumo dos frequentadores dos eventos. Por causa disso, suas relações com seus “clientes” costuma ser cheia de contradições: enquanto o *entrepreneur* é visto como uma das únicas possibilidades de se ter acesso a uma série de produtos e serviços (sendo, portanto, uma figura digna de respeito), o fato de que o *entrepreneur* precisa ter uma margem de lucro em suas vendas costuma ser problematizada pelos clientes. Além disso, como o *entrepreneur* precisa ter boas relações com praticamente todos seus potenciais clientes, ele ao mesmo tempo precisa se manter “afastado” deles – tendo, por exemplo, poucas (ou nenhuma) amizades entre seus clientes, preferindo manter relações de simples cordialidade. Relacionado a isso, há o fato de que o *entrepreneur* costuma ver-se como sendo parte de uma “categoria” diferente (embora não necessariamente “superior”) de seus clientes – muitas vezes aludindo a uma espécie de não-entendimento mútuo entre ambas as “categorias”, ainda que o relacionamento seja pautado pelo respeito e cordialidade.

O *promoter*, por sua vez, engloba o que costuma ser chamado de “organizador” e/ou “staff” de eventos. É o *otaku* que promove ou participa da promoção de eventos e/ou de suas atrações<sup>20</sup> (que é parte importante dos eventos). Diferentemente do *entrepreneur*, o *promoter* não precisa estar profissionalmente envolvido com sua carreira moral – afinal, é relativamente comum que eventos (especialmente de pequeno porte) deem pouco ou nenhum lucro para seus organizadores. Na verdade, o que costuma mover o *promoter* é sua vontade de fazer com que eventos aconteçam com frequência. Porém, ainda mais do que com o *entrepreneur*, a relação entre frequentador e *promoter* é cheia de tensões: enquanto os frequentadores regularmente reclamam da organização (em aspectos como qualidade da locação, das atrações, dos convidados, do preço etc.) – muitas vezes chegando a acusações de incompetência ou até mau-caratismo –, o *promoter* defende-se dizendo que a posição do frequentador o impede de enxergar as dificuldades relativas à organização de um evento – às vezes convidando, sarcasticamente, a “quem sabe fazer melhor que faça”. Apesar disso, o *promoter* não costuma distanciar-se tanto do frequentador como o faz o *entrepreneur* (inclusive porque ele pode ser um frequentador em um evento organizado por outro promoter).

---

<sup>20</sup> Tais como estandes de “animekê” (*karaokê* com músicas de animê), gincanas, quizzes, apresentações teatrais, shows de bandas, etc.

Já o *performer* é aquele *otaku* que se destaca em uma atividade prezada pelos outros *otakus*, e costuma participar de atrações que envolvam exposições dessa atividade – notadamente *cosplay*, mas existem *performers* músicos, desenhistas, jogadores de videogame, entre outros. O importante, para o *performer*, é sua capacidade de entreter a seus espectadores – independente da forma de entretenimento. Das três carreiras morais analisadas, a de *performer* é a que menos costuma se cruzar com a carreira profissional do indivíduo. De fato, é muito comum que o *performer* tenha gastos significativos e encare sua atividade como um *hobby* e não como profissão. Talvez por esse motivo, ligado ao fato de que o *performer* de uma atividade é espectador de outra, é muito raro que um *performer* enxergue um distanciamento significativo entre si mesmo e seus espectadores (embora alguns *performers* com maior *commitment* supostamente adquiram uma “arrogância” e vejam a si mesmos como superiores àqueles menos envolvidos). Na verdade, muitos *performers*, mesmo os mais “famosos”, costumam ser simpáticos e abertos a questões de pessoas realmente interessadas em sua atividade – ainda que possam ser cruelmente honestos em apontar a “falta de talento” de algum interessado.

É importante notar que essas carreiras morais não são mutuamente excludentes – nada impede que um indivíduo tenha sua visão de mundo moldada por mais de uma delas. De fato, um organizador de eventos profissional, por exemplo, poderia ser ao mesmo tempo um *entrepreneur* e um *promoter*. Um *cosplayer* que organizasse uma atração teatral talvez fosse um *performer* e um *promoter*. E um jogador de *videogame* que vivesse da renda adquirida em campeonatos poderia ser considerado, além de *performer*, também um *entrepreneur*. O que me interessa, no momento, é mostrar como o indivíduo é profundamente transformado pelas situações pelas quais ele passa – e que os resultados de tais transformações, por mais únicos que possam ser, ainda assim podem ser comparados entre indivíduos diferentes.

## 5. Conclusão

Meus esforços, até o momento, estenderam-se em duas direções: entender o discurso de como o “não-*otaku*” se transforma em *otaku* e, a partir disso, entender as formas de diferenciação entre os vários tipos de *otakus*; e estabelecer as ferramentas teóricas para tal

empreitada. Torna-se importante, portanto, reforçar os conceitos de “trajetória” e “carreira moral”, da forma como os entendo aqui.

“Trajetória”, como já foi dito, é um processo invariavelmente *a posteriori*. O indivíduo remete à sua biografia de forma a destacar acontecimentos que ele considera significativos ou relevantes para explicar ou justificar seu comportamento, interesses e crenças atuais. Embora não necessariamente uma reconstrução do passado, há uma forte possibilidade de que o indivíduo priorize alguns eventos e esconda outros de forma a manter a coesão interna e a continuidade da história contada – e é bem possível que, em outra situação, o indivíduo recontasse sua biografia de outro ângulo. É essa narrativa em retrospectiva, que normalmente é constituída de “grandes acontecimentos”, que entendo por “trajetória”.<sup>21</sup>

“Carreira moral”, por sua vez, sendo um conceito apropriado de Goffman, corresponde aqui ao processo no qual a visão de mundo de um indivíduo é lenta e gradualmente transformada por uma série de acontecimentos – sendo, portanto, um processo diacrônico, com uma temporalidade progressiva. Diferentemente da trajetória, que é uma narrativa efetuada pelo informante, a carreira moral é um tipo ideal construído pelo pesquisador com base nos dados a que ele tem acesso (especialmente dados comportamentais e discursivos, resultantes de entrevistas e observações participantes) como forma de “classificar” os diferentes “tipos” de informantes com os quais ele se depara – procurando abstrair suas visões de mundo a partir de seus estilos de vida.

Por fim, é importante frisar que ambos os processos, embora notadamente supra individuais, não são homogêneos ou estáticos, sendo efetivamente comparados e negociados durante a vivência *otaku* - como diz Lourenço (2010, p.74), “o japop<sup>22</sup> constitui uma referência que permite diversos graus de envolvimento”.

São esses vários graus – e vários tipos – que podem ser estudados ao falar-se de uma “cultura *otaku*”. E, enfim, são esses graus e tipos que definem o que são os processos de “tornar-se” e “ser” um *otaku*.

---

<sup>21</sup> Uma clara aproximação pode ser feita com a noção de “ilusão biográfica”, de Bourdieu, 1996b.

<sup>22</sup> Termo utilizado pelo autor para se referir à cultura pop japonesa.

## Referências

- BARRAL, Étienne (2000). *Otaku: os filhos do virtual*. São Paulo: Senac.
- BECKER, Howard S (1960). *Notes on the concept of commitment*. In: American Journal of Sociology, vol.66, n.1.
- BOURDIEU, Pierre (1996a). *A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer*. São Paulo, EdUSP.
- \_\_\_\_\_. (1996b). "A ilusão biográfica". In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de M. (Orgs.). *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro: FGV.
- DOI, Takeo (1992). *On the concept of amae*. Infant Mental Health Journal. vol.13, n.1.
- DUARTE, Luiz Fernando Dias (2011). *Geração, fratria e gênero: um estudo do mandato transgeracional e subjetivação*. In: Trivium: Estudos interdisciplinares. vol.3, n.1.
- ENG, Lawrence (2002). *Otak-who? Technoculture, youth, consumption, and resistance. American representations of a Japanese youth subculture*. Nova York. Disponível em: <<http://www.cjas.org/~leng/otaku.pdf>> - Acesso em: 16 jan. 2014.
- GANS, Herbert J (1999). *Popular culture and high culture: an analysis and evaluation of taste*. New York: Basic Books.
- GOFFMAN, Erving (1981). *Forms of talk*. Philadelphia: Penn Press.
- \_\_\_\_\_. (2001). *Manicômios, prisões e conventos*. São Paulo: Perspectiva.
- LOURENÇO, André Luiz Correia (2009). *Otakus: construção e representação de si entre aficionados de cultura pop nipônica*. Rio de Janeiro: UFRJ – Museu Nacional (tese de doutorado em Antropologia Social)
- \_\_\_\_\_. (2010). "Otakus: jovens brasileiros e cultura pop nipônica". In: Gilberto Velho; Luiz Fernando Dias Duarte (Orgs.). *Juventude contemporânea: culturas, gostos e carreiras*. Rio de Janeiro: 7Letras.

NAKAMORI, Akio (1983a). *This city is full of otaku*. In: Manga Burikko. Tradução de Matt Alt. Disponível em: <<http://neojaponisme.com/2008/04/02/what-kind-of-otaku-are-you/>> - Acesso em: 16 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. (1983b). *Can otaku love like normal people?* In: Manga Burikko. Tradução de Matt Alt. Disponível em: <<http://neojaponisme.com/2008/04/07/can-otaku-love-like-normal-people/>> - Acesso em: 16 jan. 2014.

SAKURAI, Célia (2007). *Os japoneses*. São Paulo: Contexto.

SCHOPENHAUER, Arthur (2003). *Como vencer um debate sem precisar ter razão – em 38 estratagemas* (Dialética Erística). Rio de Janeiro: TopBooks.

SCHÜLER-COSTA, Vlad (2012). *Geração sentimental: trajetórias e carreiras entre os otakus*. 106f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas e Naturais, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória.

VELHO, Gilberto (2008). *Nobres e anjos. Um estudo de tóxicos e hierarquia*. Rio de Janeiro: FGV.

WATTS, Duncan J (2011). *Everything Is obvious*. Once You Know The Answer (How Common Sense Fails Us). New York: Crown Business.

**Abstract:** This article intends to delineate the process of "becoming" and "being" an otaku (a Japanese pop culture enthusiast). To this end, I used ethnographic data collected in Vitoria (ES) between 2010 and 2011, as well as four in-depth interviews done in 2011 and 2012. From these, I identified four steps on the trajectory of "becoming" an otaku ("familiarization", "initiation", "conversion" and "legitimation"), and three "careers" typical of the otaku experience ("entrepreneur", "promoter" and "performer"). However, apart from an attempt to elaborate typologies about the otaku universe, there's also an effort to, through the studied cases, add to the discussion about the concepts of "career" and "trajectory".

**Resumen:** En este artículo se pretende esbozar el proceso de "llegar a" y "ser" un otaku (un aficionado de cultura pop japonesa). Para esto, utilizaran-se dados etnográficos colectados en Vitoria (ES) a lo largo de los años de 2010 y 2011, así como cuatro entrevistas en profundidad hechas en 2011 y 2012. A partir de estas, fueran identificadas cuatro etapas na trayectoria de "llegar a" ser otaku ("familiarización", "iniciación", "conversión" y "legitimación"), y tres "carreras" típicas da vivencia otaku ("entrepreneur", "promoter" y "performer"). No obstante, aparte de un intento de elaborar tipologías del universo otaku, también hay un esfuerzo de, por parte de los casos estudiados, agregar a la discusión sobre los conceptos de "carrera" y "trayectoria".