

**CULTURA JUVENIL CONTEMPORÂNEA, PRÁTICAS CULTURAIS E
CIBERESPAÇO: CONTORNOS GEOGRÁFICOS DA CULTURA JUVENIL OTAKU
NO BRASIL**

***CULTURA JUVENIL CONTEMPORÂNEA, PRÁCTICAS CULTURALES Y
CIBERESPACIO: CONTORNOS GEOGRÁFICOS DE LA CULTURA JUVENIL OTAKU
EN BRASIL***

***CONTEMPORARY YOUTH CULTURE, CULTURAL PRACTICES AND CYBERSPACE:
GEOGRAPHIC CONTOURS OF OTAKU YOUTH CULTURE IN BRAZIL***



Hugo de Almeida ALVES¹
e-mail: hugo.alves@unesp.br

Como referenciar este artigo:

ALVES, Hugo de Almeida. Cultura juvenil contemporânea, práticas culturais e ciberespaço: Contornos geográficos da cultura juvenil otaku no Brasil. **Revista Geografia em Atos**, Presidente Prudente, v. 7, n. 1, e023011. e-ISSN: 1984-1647. DOI: <https://doi.org/10.35416/2023.8831>



| Submetido em: 14/07/2021
| Revisões requeridas em: 16/02/2022
| Aprovado em: 15/06/2023
| Publicado em: 18/07/2023

Editoras: Eda Maria Góes
Karina Malachias Domingos dos Santos
Roberta Oliveira da Fonseca

¹ Universidade Estadual Paulista (UNESP), Presidente Prudente – SP – Brasil. Mestrando em Geografia.

RESUMO: O presente artigo, tem por objetivo a apreensão das determinações e influências que os diferentes contextos geográficos exercem no processo de construção das “referências” e da identidade juvenil otaku. A cultura otaku nasce no Japão pós II Guerra Mundial. Apesar do intenso processo de imigração japonesa para o Brasil, ocorrido no século XX, é por conta da globalização e do desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação que, no final de 1980 e início de 1990, dado universo cultural encontra a base material ideal para se estabelecer enquanto uma possibilidade de experienciar a juventude entre os brasileiros. Deste modo, participantes de uma “cultura híbrida”, por situarem suas referências globais, a cena otaku se produz e reproduz via espaços concretos (online) e virtuais (offline), uma vez que, o ciberespaço, nada mais é do que uma extensão do próprio Espaço, que funda espacialidades e territorialidades, permitindo a apreensão dos processos constitutivos das Culturas e dos Espaços contemporâneos.

PALAVRAS-CHAVE: Culturas Juvenis. Cultura Otaku. Ciberespaço. Espaço Geográfico. Práticas Culturais.

RESUMEN: *El presente artículo pretende comprender las determinaciones e influencias que los diferentes contextos geográficos ejercen sobre el proceso de construcción de los "referentes" y la identidad juvenil otaku. La cultura otaku nació en Japón después de la Segunda Guerra Mundial. A pesar del intenso proceso de inmigración japonesa a Brasil, que tuvo lugar en el siglo XX, es debido a la globalización y al desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación que, a finales de la década de 1980 y principios de la de 1990, este universo cultural encontró la base material ideal para establecerse como una posibilidad de experimentar la juventud entre los brasileños. De este modo, participantes de una "cultura híbrida", por situar sus referencias globales, la escena otaku se produce y reproduce a través de espacios concretos (online) y virtuales (offline), ya que el ciberespacio no es más que una extensión del propio Espacio, que funda espacialidades y territorialidades, permitiendo la aprehensión de los procesos constitutivos de las Culturas y Espacios contemporáneos.*

PALABRAS CLAVE: Culturas Juveniles. Cultura Otaku. Ciberespacio. Espacio Geográfico. Prácticas Culturales.

ABSTRACT: *The objective of this article is to understand the determinations and influences that the different geographic contexts exert on the construction process of "references" and the otaku youth identity. The otaku culture was born in Japan after World War II. Despite the intense process of Japanese immigration to Brazil, which took place in the 20th century, it is because of globalization and the development of Information and Communication Technologies that, in the late 1980s and early 1990s, this cultural universe found the ideal material base to establish itself as a possibility to experience youth among Brazilians. In this way, participants of a "hybrid culture", for placing their global references, the otaku scene is produced and reproduced via concrete (online) and virtual (offline) spaces, since cyberspace is nothing more than an extension of Space itself, which founds spatialities and territorialities, allowing the apprehension of the constitutive processes of contemporary Cultures and Spaces.*

KEYWORDS: Youth Cultures. Otaku Culture. Cyberspace. Geographic Space. Cultural Practices.

Introdução

Este artigo é desdobramento da monografia intitulada *Difusão Cultural e Práticas Juvenis Online: um estudo sobre os Otakus de Presidente Prudente, SP* - que defendemos na FCT-Unesp no ano de 2019. Neste trabalho, através de autores indispensáveis como, Massey (2000; 2004), Giddens (2002), Burke (2003), Harvey (2007), Turra Neto (2008), Simões (2010) entre outros, analisamos o movimento de difusão das culturas juvenis e o processo de constituição das Culturas e das identidades juvenis contemporâneas. Assim, desenvolvemos um percurso histórico e conceitual através das bibliografias elencadas para esboçar os contornos geográficos e histórico do fenômeno *otaku*, que, se estabelecem enquanto uma cultura híbrida por consumirem referências globais e serem situados, constantemente, em seus contextos particulares de sociabilidade. Desta maneira, discutindo a temática da cultura *otaku*, buscamos a partir da Geografia, determinações que nos evidencie as unidades diversas que compõem as juventudes modernas. Logo, baseando-se nos resultados já obtidos no trabalho de conclusão de curso (via metodologias qualitativas, como, entrevistas, etnografia, netnografia e etnografia multi-situada, já que falamos de comunicação também), notamos que os jovens *otakus* são sujeitos aficionados pelo ciberespaço, isto é, se fazem no trânsito cotidiano entre o *online* e *offline*, que qualifica ainda mais os processos de hibridismo cultural, já que, a sociedade atual se encontra dinamizada pelos fluxos de informações globais que fomenta a profusão de “novas” identidades culturais juvenis.

A ideia de juventude como uma categoria social específica na sociedade moderna, com seu próprio universo cultural e suas próprias práticas sociais e espaciais, difunde-se após os anos de 1950 e 1960 para o mundo e para o Brasil. E mesmo a juventude sendo uma condição social vivida de forma desigual, conforme Turra Neto (2008) argumenta, o final do século XX é marcado pela multiplicidade de culturas juvenis, constituindo um mosaico extenso e diverso de estilos e práticas culturais, que podem ser identificados nas ruas, nas escolas, no ciberespaço, no trabalho, entre outros lugares. Dessa maneira, podemos afirmar que os jovens, vivendo esta fase de vida, são afetados pelas inúmeras possibilidades de constituição de estilos juvenis que circulam por canais cada vez mais diversificados, se vendo impelidos a fazerem escolhas de agrupamentos coletivos com os quais se identificam. Claro que as escolhas estão longe de serem livres dos constrangimentos dos contextos socioespaciais concretos a que estes jovens pertencem. São nessas conjunturas que vão encontrar os amigos, os canais de acesso às informações que circulam, bem como as referências juvenis hegemônicas, que também fazem seus apelos aos sujeitos ali situados.

Perante o exposto e com foco nos *otakus*, buscamos apreender o processo de difusão desse estilo juvenil, bem como os contornos aparentes e não aparentes da cultura juvenil *otaku* no cenário brasileiro.

Difusão Cultural, hibridismo cultural e ciberespaço

Não há de fato um único uso para o que chamamos de *Otaku* (おたく). Na realidade, essa expressão tem origem japonesa e até se tornar um termo para designar um modo específico de experienciar juventude, vai passar por diversos usos e transformações. No cotidiano japonês, o termo *otaku* possui três usos habituais. Segundo Gushiken e Hirata (2014), pode ser usado como uma maneira gentil de se referir à casa de alguma pessoa ou pode ser usado para enfatizar de modo formal, na segunda pessoa, que não pretende ter intimidade com o sujeito ao conversar com ele. Também pode ser utilizado para intitular uma pessoa que é fanática por algum produto específico (como carros em miniaturas, bonés, tampinhas de cerveja etc.) ou até mesmo, um fanático por futebol ou fã de uma banda de *rock*. O “fanatismo” pode ser por muitas e quaisquer coisas. Em geral, no sentido que entendemos, o termo *otaku* designava as pessoas que faziam de um *hobby* sua razão de ser e existir e seu lazer. No Japão, podemos dizer que o *otaku* foi visto de forma pejorativa durante muito tempo, associado a pessoas estranhas, anti sociais e até mesmo, perigosas².

É na década de 1980 que a expressão *otaku* começa a ser usada para se referir a um agrupamento específico de jovens japoneses e japonesas em torno dos produtos culturais conhecidos por *mangás*³ e *animês*⁴. Em conformidade com Cecília Saito (2012), Tatiane Hirata e Yuji Gushiken (2014), podemos dizer que estes jovens *otakus* são frutos de uma combinação de três condições particulares, sendo elas, o progresso econômico japonês, após a segunda guerra mundial; uma intensa valorização da relação entre consumo e tecnologias de informação

² De acordo com Cabral (2017), o termo foi utilizado em 1989 pela grande mídia, na investigação policial sobre o caso Miyazaki de 27 anos. O jovem foi responsável pelo assassinato de quatro meninas entre 4 e 7 anos e no processo de investigação da vida do rapaz, se tem a descoberta que ele era um *otaku*. De acordo com os policiais, em seu quarto havia quase 6 mil fitas de vídeo e as revistas de mangá encontradas revelavam os gostos do jovem por *mangás* de conteúdo adulto, mais especificamente, *mangás* sobre sexo e fantasias (<https://www.fatosdesconhecidos.com.br/tsutomu-miyazaki-o-assassino-otaku/>).

³ O *mangá* (漫画) é equivalente japonês das “histórias em quadrinhos” aqui no Brasil (<https://editorajbc.com.br/mangas/inf/o-que-e-manga/>).

⁴ O *animê* (アニメ) é equivalente japonês dos “desenhos animados” aqui no Brasil. Os *animês* são muito variados e podem receber diversas classificações. Temos *animês* voltados para crianças, para mulheres jovens, para quem gosta de histórias de terror ou até mesmo produções eróticas voltadas para o público adulto (<https://www.meon.com.br/meonjovem/alunos/o-que-e-anime-quando-foi-lancada-a-primeira-obra-e-como-fazer-um-anime>).

e comunicação; e difusão do imaginário estético dos *mangás* e *animês* na sociedade japonesa, sobretudo entre jovens, que passaram a incorporá-los na constituição de estilos culturais juvenis. Aliás, por questões de tradução e sentido, podemos associar também o vocábulo *otaku* ao que conhecemos no ocidente por *nerd*⁵ e *geek*⁶, que vem do inglês (Gushiken e Hirata, 2014).

Nesse novo contexto, o termo *otaku* passou a ser apropriado e usado por jovens de todo o globo - qualificando a expressão com novas determinações, e assim no Japão, se passou a enxergar esta cultura juvenil de forma positiva e benéfica para o país. Desta maneira, aos poucos, os *otakus* saem de uma condição periférica e, em muitos casos, principalmente para a indústria cultural, ganham uma posição de centralidade quando o assunto é cultura *pop* japonesa. Pela primeira vez, um estilo cultural oriundo do Japão é alçado à condição de uma cultura juvenil global. Até então, Estados Unidos e Inglaterra gozavam da condição de pólos quase exclusivos de produção e difusão de culturas. A lista é enorme: *hippie*, *punk*, *hip hop*, *skate*, *heavy metal* etc. (ABRAMO, 1994). Apesar disso, quando nós falamos em *Otaku* no Brasil, devemos frisar que o *mangá*, um dos produtos culturais fundantes desta cultura juvenil, já se encontrava em circulação em nosso país há mais de 100 anos, chegando com os primeiros fluxos de imigrantes do Japão, no início do século XX. Tal processo migratório acabou por estruturar e fortalecer uma comunidade de descendentes grande e solidária em terras brasileiras, conhecida por *nikkei*⁷, sendo a maior do mundo até hoje. Os imigrantes japoneses trouxeram um conjunto de produtos culturais, com a intenção de servir como aporte para que seus filhos não perdessem ligação com a cultura japonesa. Dessarte, buscavam evitar que seus filhos tivessem dificuldades ao se (re)inserirem na sociedade nipônica, prevenindo um possível retorno para a terra natal. Entre os artigos culturais que viajaram com as famílias estavam os *mangás*.

Os quadrinhos japoneses foram uma das principais portas de entrada para o universo dos *otakus* aqui no Brasil. Mas antes disso, é importante salientar que um costume muito forte nas famílias descendentes aqui em nosso território, foi o de que “[...] As crianças *nikkei*, cujos pais obrigavam-nas a aprenderem língua japonesa, também estimulavam a leitura de *mangás*,

⁵ O *nerd* é uma figura muito conhecida das produções culturais norte-americanas que tendem à estereotipação deste sujeito. Contudo, os *nerds* são jovens que são aficionados por histórias em quadrinhos (geralmente de heróis, apesar de existir um gênero muito grande deste tipo de produto cultural) e cultura pop em geral, como os *games*, séries, filmes etc (<https://canaltech.com.br/curiosidades/diferencas-entre-nerd-e-geek-46381/>).

⁶ De forma breve, o termo *geek* se refere aos sujeitos que são muito ligados às tecnologias em geral, estando sempre à frente quando o assunto é o mundo virtual e aparelhos eletrônicos (<https://canaltech.com.br/curiosidades/diferencas-entre-nerd-e-geek-46381/>).

⁷ *Nikkei* (日系) é o termo utilizado para nos referirmos à comunidade de japoneses que nascem fora do Japão, isto é, aos descendentes de japoneses (<http://www.discovernikkei.org/pt/about/what-is-nikkei>).

para um aprendizado lúdico” (CABRAL, 2017, p. 143). Conforme Santos (2018, p. 49), essa relação com os *mangás*:

[...] era uma forma de manter viva as ligações com sua cultura, uma vez que a difusão de informações sobre o Japão não era tão rápida quanto hoje em dia. Nota-se que eram produtos em idioma japonês, o que restringiam (*sic*) o público aos que dominavam a língua.

No Japão, os *mangás* tinham a função de entretenimento, em meio aos dias exaustivos de trabalho e estudos, como forma de alívio das tensões, no quadro de uma sociedade em rápida transformação. No pós segunda guerra mundial, a fase monopolista do sistema capitalista tomava conta e se desenvolvia em território nipônico. Desse modo, a lógica mercadológica passava a operacionalizar e atravessar todas as dimensões da vida do povo japonês. Além de prático, pois poderia se ler em qualquer lugar, o *mangá* era também uma forma de entretenimento barato e de fácil acesso. Com poucos ienes⁸ poderia se comprar um volume com bastante conteúdo, até mesmo com várias histórias. A comunidade *nikkei* no Brasil, concentrada majoritariamente no estado de São Paulo (e em outras regiões do país), tanto na capital quanto nas cidades do interior, buscou maneiras de manter-se atualizada com o que acontecia em sua terra natal. Portanto, Cabral (2017, p. 21) sublinha, que:

Dessa forma, eles importavam materiais periodicamente. O bairro da Liberdade, em São Paulo, se tornou um centro de distribuição de produtos japoneses. Essas distribuidoras ficavam localizadas no bairro e eram elas que enviavam os mangás para comunidades *nikkei* mais afastadas no interior. Com o passar dos anos e com a popularização do audiovisual, também passaram a consumir *animes* [...]. Dentro do bairro da Liberdade, havia o Cine Niterói, que exibia esses *animes*. Os *animes* também aparecem na TV brasileira em 1970, onde os desenhos como *Ultraman* e *Jaspion* foram se tornando conhecidos do grande público, principalmente dos mais jovens.

Apesar de, como apontado por Cabral (2017), os *animês* e *tokusatus*⁹ estarem na televisão brasileira desde a década de 1960 e 1970, apenas no final da década de 80 e meados da década de 90 que os *animês* vão conhecer uma explosão na TV aberta, com diversos produtos, conquistando o imaginário de jovens no Brasil para além da comunidade *nikkei*. De acordo com Santos (2018), na década de 90 na emissora Rede Manchete (que não existe mais)

⁸ *Iene* (円) ou em japonês, *en*, é a moeda japonesa (<https://uxcomex.com.br/2020/08/historia-do-iene-e-a-economia-do-japao/>).

⁹ *Tokusatsu* (特撮) é um gênero de séries e filmes japoneses que usam atores reais e efeitos especiais. A palavra surge da abreviação de *tokushu kouka satsuei* (特殊効果撮影) que significa “filmes de efeitos especiais”. Para mais informações, tem um artigo no *diretodojapao.info* no link: <https://www.diretodojapao.info/post/tokusatsu-que-tal-olhar-outra-vez>

foi lançado um *animê*, Os Cavaleiros do Zodíaco, de Masami Kurumada¹⁰, que se converteu rapidamente numa febre. Um número grande de fãs brasileiros passou a consumir tudo que tinha ligação com essa produção e a querer mais e mais produtos similares, sendo que então, como mostra Santos (2018, p. 50):

[...] a presença dos *animês* na televisão brasileira se tornou frequente, tanto na televisão aberta quanto por assinatura. Ao longo da década de 1990 e nos anos 2000, emissoras como Manchete, SBT, Globo, Band e Rede Record lançaram inúmeros títulos, como Shurato (Tenku Senki Shurato, 1989), Dragon Ball Z (1989), Sailor Moon (Bishoujo Senshi Sailor Moon, 1992), Pokémon (1997), Sakura Card Captor (Cardcaptor Sakura, 1998), Digimon (Digimon Adventure, 1999), Naruto (2002), entre outros.

Como se pode ver, muitos nomes começam a fazer sucesso no Brasil, inclusive Santos (2017) ressalta que, somado a esse *boom* dos *animês* na televisão aberta, muitas editoras brasileiras começaram a trazer (já traduzido) nomes de sucesso do *mangá*. Além de que, com a popularização da *internet*, ela se tornou um terreno fértil para o consumo, produção e reprodução da cultura *otaku*, se mostrando imprescindível para a compreensão de suas espacialidades e territorialidades. De conformidade com Santos (2018, p. 51), a partir da:

[...] popularização da rede banda larga ao longo da primeira década dos anos 2000, as práticas de “fã para fã” tornaram-se cada vez mais comuns. Falo tanto do fansubbing - a legenda realizada por fãs, que no caso japonês traduzem as falas dos *animês* para o português - quanto do scanlation - traduções dos *mangás* realizadas também por admiradores da cultura pop japonesa.

Além de tudo, os *fansubbers* do Brasil tinham (e têm) uma ampla rede de contatos *online*, se comunicando com *fansubbers* de todo o mundo pelo espaço “virtual”, ajudando, inclusive, no sentido da tradução, uma vez que poderiam em alguns casos traduzir direto do inglês ou francês, facilitando muito a produção de “fã para fã”, ampliando o conjunto de produtos culturais *otakus* para acesso dos aficionados brasileiros via *internet* (CABRAL, 2017). Depois da massificação dos *mangás* pelas editoras, dos *animês* (todos dublados para nosso português) na televisão aberta e pelo trabalho dos *otakus* através do *scanlation* e *fansubbing* na *internet*, vamos ter no Brasil os primeiros “eventos de *animê*”, que podiam acontecer em qualquer lugar, em uma escola, em um centro cultural, entre outros lugares na cidade. Esta celebração *otaku* em formato de “encontro”, foi um grande passo para que essa cultura juvenil pudesse se afirmar e expandir suas redes de relações.

¹⁰ Masami Kurumada (nascido na cidade Tóquio, em 1953) foi um *mangáka* (desenhista de *mangá*) famoso por criar Os Cavaleiros do Zodíaco, *Fuma no Kojiro* e *Ring ni Kakero* (https://saintseiya.fandom.com/pt-br/wiki/Masami_Kurumada).

Na ocasião dos eventos de *animê*, existe toda uma lógica própria de organização para experienciar aquele momento entre seus pares. Temos *cosplay*¹¹, bandas que tocam música *pop* japonesa, apresentação de danças, etc., temos um leque grande de práticas culturais e espaços voltados para a realização da cultura *otaku*. Assim, diante do que foi apresentado até aqui, temos elementos suficientes para evidenciar que a cultura *otaku* é uma realidade juvenil no Brasil. Tal difusão cultural se dá via consumo, apropriações e ressignificações de produtos culturais japoneses. Temos um diálogo entre o local e o global definindo as “fronteiras” deste universo cultural. Logo, elucidando isto, Santos (2017) chama tal processo de hibridismo cultural¹², sendo um processo ativo de interpretação e tradução de uma realidade híbrida, uma vez que as referências são globais e seu consumo é local. É uma incorporação seletiva de informações culturais de outras partes do mundo, dado que o processo de hibridismo não compartilha o teor de neutralidade. As interpretações do que é global disputam e são disputadas constantemente por sujeitos locais.

Podemos compreender que a cultura juvenil *otaku*, assim como outras culturas juvenis que nascem na modernidade, possuem uma coerência relativa, por conta de uma fronteira porosa diante da globalização e mundialização que contextualiza sua estrutura. Mesmo Simões (2010, p. 30) afirma que “[...] A mercantilização do que é “exótico” revela-se, pois, menos linear do que se poderia supor”. Dessa forma, o processo de difusão de produtos culturais globais pelo capital também é desigual e seletivo, afetando os arranjos culturais. Essas culturas juvenis, dotadas de referências híbridas, que geram essas fronteiras desarranjadas, é o caldo formativo de identidades diversas que se somam e formam agrupamentos mais ou menos coesos. Como Simões ressalta (2010, p. 30), é no apoderamento “[...] de vários produtos culturais com proveniências diversas, produzindo uma mistura eclética e aparentemente desconexa”, que iremos constituir a base para uma identidade individual e coletiva de um agrupamento juvenil específico no século XXI. Pelo exposto, podemos entender que a cultura juvenil *otaku* no Brasil é uma tradução da juventude *otaku* japonesa, que viajou pelos inúmeros canais de difusão cultural, inicialmente, pelos *mangás*, depois *animês* e por fim a explosão de canais de comunicação pela *internet*. Note que usamos o termo “tradução” quando falamos de

¹¹ *Cosplay* (ou no japonês コスプレ - *kosupure*) é a arte lúdica de se vestir de personagens de *animês* e *mangás*. Existem muitas competições de *cosplay* nos eventos de *animê*, onde os *otakus*, além de se vestirem como um personagem específico, também encenam (imitando os personagens), com direito a efeitos especiais práticos e cenas extensas. Um verdadeiro teatro.

¹² Aqui o autor entende por hibridismo cultural o ato de se misturar diversos elementos culturais (práticas; linguagens; costumes; etc.) de duas culturas diferentes ou mais, gerando um *universo cultural* específico, que não é um e nem outro, se configurando enquanto uma cultura híbrida.

uma cultura juvenil *otaku* que nasce desse processo relacional, onde ocorre a incorporação de referências globais para sustentar determinadas experiências juvenis locais. Para nós, essa expressão está para além das áreas científicas da linguística. A “tradução” não se limita ao procedimento de interpretação do sentido de um texto (como de uma informação, de um discurso, de uma linguagem corporal, de uma paisagem etc.), mas também, neste processo, se gera um “novo texto”, dentro de uma linguagem que produza um sentido correspondente, porém, não igual (SIMÕES, 2010; CABRAL, 2017; SANTOS, 2017).

O *Otaku* brasileiro ao consumir os produtos culturais japoneses criam outros sentidos, mesmo que no início o intuito possa ser experienciar uma juventude semelhante àquela que acontece no Japão. Não podemos esquecer que somos geógrafos e geógrafas e para além de historicizar nosso objeto, também espacializamos ele. Desse modo, o local incorpora ao objeto global uma nova roupagem. O dia a dia desses sujeitos, a cidade e o bairro em que ele mora, as ruas e praças por onde passa, sua escola, seu trabalho, seu poder de consumo, a política de estado e de cultura do país, o modo como o mercado imobiliário produz o espaço urbano ali, enfim, o contexto geográfico da experiência juvenil em foco, determina o sentido que o produto cultural assume no processo de construção de identidade, situados em contextos socioespaciais específicos. Por isso que a cultura *otaku* brasileira é uma cultura juvenil traduzida, uma vez que, ganha novas características dependendo do território e do espaço da qual se realiza enquanto juventude (CARRANO, 2002; DAYRELL, 2005; TURRA NETO, 2011; TURRA NETO, 2008 e SANTOS, 2017). Dando prosseguimento, Santos (2017) efetua uma leitura desse processo de hibridismo cultural e identifica que essa assimilação criadora pode ser tanto fruto do acaso, como do planejamento no intercâmbio entre os “diferentes”. Não obstante, o autor adverte que esse processo demanda um poder de criatividade substancial, tanto coletivo quanto individual do grupo, visto que, há graus diferenciados de dificuldades que podem obscurecer a tradução ao se incorporar elementos globais no local. Por conta disso, Santos (2017, p. 63) afirma que no hibridismo:

[...] encontrada na cultura contemporânea, há a coexistência entre o velho e o novo, as novas tecnologias e as velhas práticas, somando-se umas às outras, sem manter um eixo ou uma linha que delimita os elementos entre si. Constitui-se em um esquema de possibilidades abertas em partes que se combinam e recombinaem sem restrições. Existem manifestações em que ocorre o cruzamento entre linguagens tradicionais e novas tecnologias, bem como há expressões que se utilizam de apenas uma linguagem, aplicada de maneira nova sobre outros meios. Assim, há a possibilidade de inúmeros sentidos e significações que se alteram tanto quanto há possibilidades de combinações entre os elementos.

Nesse caso, conforme Simões (2010, p. 30), no processo de hibridismo de:

[...] Certos produtos, mesmo que localmente adaptados, continuam a preservar as suas características “diferenciadoras” e, como tal, identificáveis como pertencendo a outro universo cultural; do mesmo modo que outros produtos, em virtude da própria generalização e naturalização, podem ser encarados como autóctones, mesmo que na realidade o não sejam (SIMÕES, 2010, p. 30).

Por isso é um esforço definir os contornos culturais híbridos e conturbados da cultura juvenil *otaku*. Poderíamos até falar que há um processo de desordenação de seu centro conforme acompanhamos seu movimento no espaço geográfico e no tempo. A despeito da diversidade enquanto um dado constitutivo das culturas híbridas que nascem dessa relação entre o consumo localizado do produto global, Simões (2010, p. 30 e 31) reforça que

[...] Todos os produtos globalizados estão sempre sujeitos aos contextos onde são apropriados, que inevitavelmente os localizam. As formas de sincretismo cultural e os produtos híbridos que daí resultam traduzem precisamente a possibilidade de contornar o que seria um efeito homogeneizador da globalização.

Os *otakus* no Brasil são tão filhos da modernidade quanto os *otakus* japoneses, contudo, aqui em nosso território nacional temos a qualidade desta cultura se dar através de uma cultura híbrida. Desse jeito, a experiência é dada apoiada em formas simbólicas cruzadas, misturando imaginários e procedendo práticas culturais *otakus* distintas das que vemos ocorrer no Japão. Turra Neto (2008, p. 406), baseando-se em Carrano (2002), afirma que há uma relação estreita entre as referências de produtos culturais¹³ globais e as redes de sociabilidade juvenis tramadas localmente, uma vez que estes são os portadores das referências em torno das quais os agrupamentos vão se constituir. Deste modo:

Estes bens culturais tornam-se referências comuns para jovens de diferentes pontos da cidade e, por isso, possibilitam o encontro, a comunicação e o estabelecimento de grupos de sociabilidade. Ainda que as referências sejam globais, a sociabilidade tramada a partir delas articula-se no local, envolve a criatividade dos sujeitos e se contextualiza no espaço-tempo da cidade. É, portanto, na dialética entre a identificação com referências globais e as possibilidades criativas do lugar [...], que os jovens tecem suas redes de sociabilidade [...]. É o lugar que oferece as possibilidades de territorialização destas redes.

¹³ Conforme Turra Neto (2008), os produtos mercadológicos são culturais, pois, dentro do sistema capitalista as mercadorias passam a conectar com os universos simbólicos que geram os grupos culturais juvenis.

Nessa linha, tal como o autor identificou para os casos das culturas juvenis *punk* e *hip hop*, a cultura *otaku* também pode ser compreendida como uma “cultura transterritorial” (TURRA NETO, 2008), na medida em que, apesar de terem uma origem que possa ser situada em um país, cidade, localização específica, seus processos de difusão fazem com que se territorializem nos mais diversos contextos, em amálgamas inusitadas com referências já disponíveis nos lugares. Dessa maneira, Turra Neto (2008, p. 463) comenta que, há dentro de processo de difusão cultural uma territorialização do que ele chama de “estilo” e isso pode significar “[...] um processo de particularização da referência “transterritorial”, pois as redes de sociabilidade que são tramadas em torno dele são contingencialmente situadas [...]”. Em vista disso, Turra Neto (2008) nos enfatiza que para a apreensão das culturas juvenis contemporâneas, são necessários o entendimento de dois termos explicativos importantes, sendo a cena e o circuito, já que, a cena se configura enquanto o “encontro” no lugar, são localizações situadas pela cidade. A cena acaba articulando-se num circuito que determina o circuito, dado que, o circuito só existe de forma qualificada. São os terminais de conexão das redes de sociabilidade elaboradas em torno de um estilo que dão sentido à cena, sendo que, “[...] até mesmo no espaço virtual, há os pontos de encontro” (p. 457), isto é, há terminais de conexão.

Certamente, o autor em foco ainda não estava considerando todas as possibilidades conectivas que estavam se popularizando na sociedade brasileira, como a ascensão de diversas redes sociais e da *internet* móvel no celular, o que embaralha algumas lógicas entre o global e o local que estavam dadas quando o autor realizou suas pesquisas. Por conseguinte, no momento atual, esta relação não é somente unidirecional, visto que, localmente é possível a produção de muito conteúdo que pode saltar à escala global, quando inserido nos canais *online* de troca de informações. E isto é particularmente verdadeiro para a cultura juvenil *otaku* que, como já apresentado, detém uma ligação estreita com o ciberespaço. Diria mais, não só estreita, mas o ciberespaço, conforme os estudos de Santos (2013), se mostrou uma dimensão fulcral para o seu processo de difusão e reafirmação. Temos uma cena *otaku* tanto no *offline* quanto no *online*.

Para Silva (2013), as TIC’s (Tecnologias de Informação e Comunicação) possibilitam uma ampla extensão (mesmo que desigual) de fenômenos globais que afetam os imaginários cotidianos, influenciando não só nas formas e nas escalas da produção econômica, mas os processos mais íntimos de construção de identidade (GIDDENS, 2002). Nesse âmbito, que é também o âmbito do cotidiano vivido, as TICs têm afetado os processos de instituição de espacialidades e territorialidades dos sujeitos que agora se fazem em combinação com estes espaços “virtuais” (SILVA, 2013). Consequentemente, o ciberespaço se tornou um espaço

possível da realização do consumo de produtos culturais, que antes era dificultado pela distância material. Contudo, não podemos pensá-lo como um espaço à parte, e sim como uma extensão implicada do próprio espaço concreto nos processos e práticas culturais e espaciais cotidianas. Como argumenta Silva (2013, p. 38):

[...] as tecnologias que determinam o ciberespaço não são tecnologias avessas às condições sociais, culturais, econômicas e políticas que a realidade de fora das redes informáticas proporcionam; elas são, como toda tecnologia, frutos dessa realidade e logo, produzem e reproduzem as mesmas condições em si.

Ainda assim, conforme Santos (2013) aponta, o ciberespaço possui suas próprias categorias, escalas, conflitos, dinâmica, desdobramentos etc., sem deixar de ser parte do todo espaço geográfico. Além do mais, o “[...] ciberespaço tornou-se um terreno fértil não apenas para a coleta, mas também para armazenagem, produção, circulação e manipulação de informações pelos *Otakus*” (GUSHIKEN e HIRATA, 2014, p. 140). Para Santos (2017, p. 99 e 100):

Verifica-se que nos espaços de comunicação por redes de computação, as dinâmicas de sociabilidade são semelhantes àquelas vividas nas ruas. Os membros das comunidades otakus trocam informações sobre músicas, quadrinhos, moda, games, entre outras coisas. Organizam festas, paqueram e combinam os encontros nas praças. As comunidades virtuais funcionam como extensões das ruas ao manter os frequentadores interconectados independente da localização geográfica.

Os *otakus* são sujeitos que transitam nos dois mundos, tanto no virtual, quanto no concreto. De mais a mais, o ciberespaço dispõe de características que dão formas singulares para as práticas de sociabilização destes sujeitos. Aprender o universo *online*¹⁴ e sua relação com o *offline*¹⁵ torna-se fundamental para determinar contornos não só da cultura *otaku*, mas de diversas outras culturas juvenis que existem. Os *otakus* nos mostram que há uma cultura *otaku online*, com práticas virtuais que podem se dar de forma independente do cotidiano material, sendo então, as práticas juvenis *otaku* expressões de múltiplas dimensões (virtual-concreta). Os momentos de encontro no espaço *offline*, como já salientado, são reservados de modo geral aos festivais de cultura japonesa e eventos de *animê* (não exclusivamente), onde a *internet* se mostra enquanto a principal articuladora das conexões *otakus* que se realizam nos espaços concretos.

¹⁴ *Online* é a dimensão das práticas e do universo simbólico do ciberespaço, isto é, das coisas que acontecem no “virtual” (SIMÕES, 2010).

¹⁵ *Offline* é a dimensão das práticas e do universo simbólico do mundo material, do cotidiano, das ruas e das cidades (SIMÕES, 2010).

O ciberespaço providencia uma facilidade em acessar um número exorbitante de *animês* e *mangás* "gratuitos", lançados e traduzidos semanalmente, redefinindo as fronteiras dos limites do consumo. O concreto e o abstrato se interpenetram conforme as práticas culturais exigem. Por exemplo, hoje em dia, os eventos de *animê* locais são construídos quase que exclusivamente no espaço virtual, para além de serem um meio lúdico de comunicação entre estes jovens. A juventude *otaku* se encontra nas mais diversas redes sociais e plataformas, como no *Youtube*, *Twitter*, *Instagram*, *Pinterest*, *Facebook*, sites de *fansubbers*, fóruns de discussão, *Whatsapp*, *Discord*, *Tik Tok*, etc., tudo vai depender do tipo de comunicação que buscam. Porém, destaco aqui o papel das comunidades fechadas no *facebook*, por conta da rede social se configurar enquanto uma das mais dinâmicas e completas em termos de diversidade de ferramentas, trazendo diversos recursos para a interação e compartilhamento entre os sujeitos, priorizando através de algoritmos complexos o bombardeamento de informações relacionados às preferências de cada perfil que tem uma conta em sua rede social. É o que passamos a analisar no estudo de caso empreendido a partir da cultura *otaku* de Presidente Prudente, SP.

Práticas culturais de sociabilidade otaku no ciberespaço

No ano de 2019, realizamos um estudo acerca das práticas *online* dos jovens *otakus* em Presidente Prudente - SP, com recorte na rede social *facebook*¹⁶. Em nossa etnografia multi-situada, identificamos dentro das comunidades fechadas um conjunto de tipologias de práticas culturais de sociabilidade difundidas pelos *otakus* entre seus pares, que nomeamos de práticas comunicacionais conforme o Quadro 1. Destacando, que, quando falamos em etnografia multi-situada, estamos dizendo que as fronteiras do universo cultural *offline* dos *otakus* e sua correspondência no ciberespaço, num primeiro momento, podem nos parecer confusas do ponto de vista espacial, contudo, Santos (2012, p. 795) sustenta que:

Mesmo quando consideramos objetos que não se encontram circunscritos necessariamente a um determinado contexto geográfico, é sempre possível delimitar, mesmo que temporariamente, um referente territorial concreto. Vários objetos contemporâneos, associados à mobilidade e ao fluxo, inserem-se nesta categoria; porém, apesar de intermitente, a relação com o espaço mantém-se, mesmo que em movimento. A etnografia "multi-situada" (Hannerz, 2003; Marcus, 1995) há algum tempo que procura dar conta desta possível dispersão dos locais de observação, do mesmo modo que os estudos contemporâneos centrados na mobilidade se têm debruçado sobre objetos

¹⁶ Alves (2019), "Difusão Cultural e Práticas Juvenis On-line - um estudo sobre os *otakus* de Presidente Prudente, SP".

impermanentes ou cuja definição depende diretamente do movimento ou fluxo constantes (Carmo e Simões, 2009).

Qualquer referência construída no ciberespaço é reflexo do *otaku* que produziu, com dispositivos e recursos ali disponíveis, situado em um determinado contexto geográfico, quer dizer, não há separabilidade entre os meios e contextos em que a referência (produto cultural) foi gerado do próprio conteúdo e constrangimentos espaciais concretos.

Quadro 1 – Tipologia das práticas comunicacionais dos otakus na rede Facebook

produção e/ou compartilhamento de memes
produção e/ou compartilhamento frases de efeito de protagonistas, co-protagonistas, antagonistas e coadjuvantes
imagens que alimenta a interação entre os otakus na comunidade fechada, sobretudo as “imagens de opinião”
Paródias
publicação de fotos de cosplayers, de pessoas aleatórias ou conhecidas
publicação de promoção do próprio trabalho de cosplay, os que praticam enquanto hobby e os que praticam profissionalmente
compartilhamento de notícias sobre o cotidiano do universo Otaku
publicações onde os otakus buscam opiniões da sua rede quanto a certos produtos culturais
publicação das aberturas e encerramentos de animês
exaltação de trechos de animês
compartilhamento das coleções pessoais de produtos culturais otakus
resenha crítica de animês e mangás
guerra de wallpaper

Fonte: Alves (2019)

Assim como vemos no Quadro 1, a “produção e/ou compartilhamento de memes” são representações de informações humorísticas que viralizaram rapidamente pelas redes sociais, sendo incorporadas a um arsenal extenso de expressões de linguagem que brotam nas interações *online*. Atualmente, temos um leque colossal de *memes* que circulam pelos sistemas de informação e comunicação. Os *memes* hoje em dia, acabam institucionalizando um modo de se comunicar dentro da *internet*. Já a “produção e/ou compartilhamento de frases de efeito de protagonistas, co-protagonista, antagonista e coadjuvante”, consiste em organizar uma imagem de um personagem de *animê* e/ou *mangá* e uma frase de efeito deste mesmo personagem. Geralmente, as frases e as imagens fazem referência a momentos memoráveis da história. Também chamadas pelo autor de “imagens motivacionais”, dado que a intenção de sua criação é inspirar quem lê. No que tange as “imagens que alimentam a interação entre os otakus na

comunidade fechada, sobretudo as imagens de opinião”, são práticas difundidas, em especial, pelos administradores e moderadores das comunidades *otakus* fechadas no *facebook*, não sendo uma regra. Nesta tipologia é de se notar que o foco dessas imagens é fomentar uma comunicação através da solicitação de opiniões, que são diversificadas pelos diferentes tipos de *like* que a rede social permite dar nas publicações, como o *like* tradicional do “joinha”, da “carinha feliz”, da “carinha chorando”, da “carinha raivosa”, enfim, geralmente, é um quadro de pelo menos quatro imagens organizadas em um quadro maior, onde cada uma é representada por um *like* desses citados. Por exemplo: “se você gosta mais do Goku dê um ‘joinha’ nos comentários, agora, se você prefere o Naruto, mande sua ‘carinha feliz’ pra gente saber” e coisas do tipo.

As “paródias”, nada mais são do que uma releitura cômica de passagens dos *animês* e *mangás* ou até mesmo das próprias práticas *otakus* cotidianas. Produzidas de forma amadora pelos jovens *otakus*, seja por uma câmera digital ou pela câmera de um celular, estas produções são muito compartilhadas entre os sujeitos das comunidades. Geralmente, são exageradas e escassas de recursos, porém, muito divertidas para a cultura em foco. Assim como temos a “publicação de fotos de cosplayers, de pessoas aleatórias ou conhecidas”. Pela questão do *cosplay* ser uma prática rotineira na vida de muitos *otakus*, tais manifestações começam a aparecer nas redes sociais também. Assim, temos um compartilhamento massivo de fotos de *cosplayers*, podendo ser aleatórios de *otakus* comuns que deixam suas fotos em *sites* para que pessoas possam ver e compartilhar se quiserem ou de *otakus* profissionais da arte do *cosplay* que fazem o mesmo. Para os profissionais, servem até mesmo para a divulgação de seu trabalho artístico por segundos e terceiros. No caso dos *otakus* profissionais, também podemos enquadrar a tipologia de “publicação de promoção do próprio trabalho de *cosplay*, os que praticam enquanto hobby e os que praticam profissionalmente”. Só que aqui, diferente da tipologia anterior, são os próprios *otakus* profissionais que compartilham suas fotos na rede social. Do mesmo modo que aqui, os que praticam a arte do *cosplay* enquanto *hobby* também são os que compartilham sua própria imagem. Geralmente, é um importante espaço para *feedbacks* de suas performances ao se fantasiarem.

A próxima prática, “o compartilhamento de notícias sobre o cotidiano do universo Otaku”, não tem muito segredo. Hoje em dia, existe uma rede extensa de grupos e pessoas que atuam na produção e divulgação de notícias acerca do universo *otaku* em páginas, canais no *youtube*, *blogs*, enfim, temos uma interação muito grande de *otakus* em torno deste tipo de conteúdo. Há sempre um filme novo de algum *animê* para ser lançado ou a polêmica de algum personagem de *mangá* que afetou a produção da obra. Iremos ter sempre alguma informação

nova sendo produzida e compartilhada entre eles. Já na busca por críticas e resenhas de determinadas obras, Alves (2019) indica que os *otakus* optam pelas “publicações onde os otakus buscam por opiniões quanto a certos produtos culturais”. Cria-se a postagem no grupo perguntando para os membros as opiniões sobre determinada obra, assim, muito frequentemente vemos *otakus* compartilhando sua leitura e opinião sobre um *animê* ou *mangá*, determinando longas discussões sobre as obras, gerando conflitos e novas amizades. Estas publicações que são criadas por alguns *otakus* buscam resenhas críticas antes de começar a consumir certos *animês* e *mangás*. Principalmente aqueles que buscam por obras específicas. Também não podemos esquecer da “publicação das aberturas e encerramentos” de *animês* que incendeiam as comunidades, uma vez que, envolvendo música, sempre há a possibilidade do contágio massivo. As aberturas e encerramentos são momentos muito esperados ao se assistir a um episódio de *animê*, marcando a obra, ao ponto que, dificilmente, os *otakus* vão ouvir a música de sua obra favorita e não cantar e se emocionar.

De forma semelhante, temos a tipologia de “exaltação de trechos de animês”. Trata-se da difusão de cortes de cenas dos *animês* ou sequência de páginas de um *mangá* que destaca um acontecimento específico e marcante da obra. Podendo ser o momento que o herói luta contra um inimigo muito poderoso ou o momento em que a protagonista finalmente revela seu amor pela melhor amiga dos tempos de escola. Tudo vai depender do gênero da obra que os *otakus* mais consomem ali na comunidade fechada. Também temos o “compartilhamento das coleções pessoais de produtos culturais otakus”, promovendo até mesmo um comércio entre seus pares, de forma mais direta em alguns casos. Quando há este tipo de prática, vemos a conexão de sujeitos com gostos bem específicos. No que se refere à “resenha crítica de animês e mangás”, representa aquilo que alguns *otakus* buscam e que já foi citado. Contudo, aqui temos *otakus* que após finalizarem algumas obras, resolvem compartilhar suas opiniões críticas sobre o *animê* ou *mangá* através de postagens longas. Ao invés de buscarem a opinião, eles produzem a opinião. Falam sobre o enredo, a construção dos personagens, ambientação histórica ou ficcional, desenvolvimento da história, qualidade dos desenhos, enfim, temos um conjunto de elementos que podem se destacar nestas resenhas de acordo com o ponto de vista do *otaku* que postou. E, por último, temos a “guerra de *Wallpaper*”, onde algum *otaku* começa com uma postagem aleatória de um plano de fundo relacionado ao universo cultural e escreve “guerra de *wallpaper*”. Daí por diante, uma enxurrada de *wallpapers*¹⁷ de personagens de *animês* e *mangás*

¹⁷ São imagens que você pode utilizar para plano de fundo de celulares e computadores. Disponível em: <https://duvidas.terra.com.br/duvidas/1163/o-que-sao-wallpapers>.

são postadas nos comentários abaixo, promovendo uma discussão humorada sobre qual é o melhor e também servindo de espaço de troca de planos de fundo.

Mesmo que partindo exclusivamente das comunidades fechadas, conseguimos ver a diversidade de práticas culturais exercidas pelos jovens *otakus*, demonstrando a multiplicidade das formas de socialização que o ciberespaço proporciona. Trazendo dinâmicas para os processos de construção de laços que antes eram restritos aos encontros pessoais. As TICs oferecem para os *otakus* vários meios para a produção e difusão de sua cultura que não se restringem aos espaços concretos cotidianos. O estudo da cultura *otaku* em sua relação com o *online* e *offline*, com foco na juventude e o movimento de sua difusão até chegar no Brasil nos possibilitou compreender os desafios que a mundialização e globalização nos coloca enquanto cientistas do espaço. Quais são as novas determinantes que estes processos globais e desenvolvimento das TIC's desencadeiam no processo de construção das identidades contemporâneas de jovens lá onde eles vivem? Desta maneira, olhando para a distribuição dos *otakus* no atual fluxo global de informações, há um processo que podemos chamar de hibridismo cultural (Lopes, 2019). Sendo assim, abordar a cultura *otaku* enquanto uma cultura híbrida, nos permite trazer para nossa compreensão a ideia de cultura aberta, conforme definiu Simões (2010) ao estudar a *hip hop online* em Portugal. A cultura é um sistema de interpretação poroso e, atualmente, diante do avanço tecnológico dos sistemas de informação e comunicação modernos, propicia os hibridismos através do consumo de produtos culturais estrangeiro. Ao se falar em espaço *online*, não podemos esquecer que ele não representa algo que está além da compreensão humana. Ele não é algo além da natureza, como diz Silva (2013, p. 46 e 47), ele:

[...] constitui na verdade, uma dimensão da realidade complexa que as sociedades humanas contemporâneas construíram a partir de sua relação com a natureza [...] de todo modo, ainda paira sob o ciberespaço uma área de intangibilidade, fruto provável da reificação das tecnológicas enquanto além humano, enquanto superação do humano [...] É por isso que o ciberespaço se coloca como um elemento de difícil apreensão em termos científicos, porque ele foi dessubstanciado de sua dimensão humana, projetado enquanto uma medida super-humana. Mas, basta algumas horas atentamente dentro de uma rede social eletrônica para se observar que o humano é o contorno do ciberespaço, tanto física quanto relacionalmente.

O ciberespaço não dá origem a uma nova realidade, pelo contrário, ele expande o que já existe em termos de troca e interação, otimiza nossas relações de sociabilidade e de consumo. Neste sentido, Silva (2013, p. 48) ratifica que “O ciberespaço não destrói a dimensão geográfica, ele amplia sua percepção e, talvez, altere alguns de seus sentidos, mas nunca uma

transformação no patamar de um aniquilamento”. Sem falar que, a *internet* não é o único meio de se acessar o espaço virtual, aliás:

[...] é certo que existe um potencial muito grande para que a internet seja a grande forma definidora de conexão dentro do ciberespaço, mas as telecomunicações “tradicionais”, bem como a propagação de ondas de rádio e televisão ou mesmo o complexo de dados trafegados por meio de satélites que possibilitam o fenômeno das tevês por assinatura, ainda perfazem um grande percentual do ciberespaço. Isso tudo porque, eles trafegam informações e conectam pessoas e lugares, especialmente em tempos de interatividade entre espectadores e mídias [...] Quando ocorre a junção de todos os meios em uma única plataforma cuja conexão entre os diversos usuários independe necessariamente de escolhas editoriais, políticas de acesso à informação, dentre outros, um novo universo de experiências (espaços) e expectativas (horizontes) é lançado a todo potencial usuário das redes telemáticas (SILVA, 2013, p. 49-50).

Esta singularidade do ciberespaço apresentada é resultado de um leque extenso de formas de conectividade e sociabilidade, totalmente desdobramento das que ocorrem no espaço *offline*. Sua base material é determinada e altera as roupagens dos processos de troca social. Silva (2013, p. 51) mesmo, compreende que as “[...] particularidades materiais do ciberespaço, tentando entendê-las em sua estrutura de objetos técnicos, é interessante fazer uma volta em busca não dá materialidade dos objetos técnicos em si, mas sim, de sua essência”. Vemos o mesmo sentido nas discussões realizadas pelo geógrafo Milton Santos (2002), quando defende que a relação fundamental entre o humano e o meio que cria o espaço geográfico é a técnica. E desta forma, Silva (2013, p. 53 e 54), afirma que:

[...] deve-se inserir as análises acerca do ciberespaço, não como um elemento técnico a parte do meio geográfico, nem tampouco como uma nova realidade espacial apenas. Ele é um meio que, em essência, desabriga o espaço enquanto tal, dando-lhe um novo sentido, estruturado através de objetos técnicos em rede, ampliando o espaço; ele é o próprio meio técnico e um meio geográfico.

Apesar de, em concordância com Silva (2013), sabemos que “[...] o controle da produção e distribuição de objetos técnicos e da arquitetura das redes de conexão, que hoje possibilitam o acesso de pessoas ao ciberespaço, é condicionado, em regra, por interesses estritamente comerciais ou governamentais” (SILVA, 2013, p. 60). Todavia, as redes devem ser destacadas e operacionalizadas ao buscarmos o movimento real do fenômeno *otaku*, uma vez que, para se acessar a *internet*, necessita-se de um suporte concreto e técnico. Aliás, o ciberespaço só tem existência a partir de seu suporte de objetos técnicos, sendo assim, os fluxos informacionais trocados diariamente, também possuem sua dimensão material. Assim como no espaço material, o espaço “virtual” estruturado em redes possibilita a extensão das relações

sociais estabelecidas no cotidiano. Por esse motivo que o ciberespaço é realçado em nossas observações, dado que, esta categoria se mostra basilar para apreender os processos constituídos dos próprios espaços concretos na modernidade, captando as transformações nos processos de sociabilidade e construção das identidades coletivas e individuais dentro das culturas juvenis. É na relação entre o global e o local que as culturas juvenis contemporâneas se expressam em seus contextos, articulando referências para produzir e reproduzir as redes de amizade que se encontram em torno de estilos e produtos culturais específicos.

Considerações finais

É na dialética existente nas práticas juvenis entre o *online* e o *offline* que devemos conceber uma análise para assimilar o movimento real das práticas sociais e processos de sociabilidade das juventudes contemporâneas, em especial, da juventude *otaku*. O ciberespaço que se destaca na análise destes jovens nos coloca “novas” problemáticas para pensar as espacialidades, territorialidades, processos constitutivos do Espaço, enfim, agrega e desenvolve as práticas culturais nas cidades. Complexificam as relações e nos obriga a pensar o tipo de espaço que estamos falando quando focamos nas relações que acontecem na sociedade e nos processos constitutivos das identidades modernas. As culturas juvenis atuais são múltiplas e essa diversidade faz com que seus contornos e limites sejam relativamente indefinidos. Desse jeito, somando a variável do *online* nesse contexto, as coisas podem ficar ainda mais difíceis de captar. Justamente por conta disso, Simões (2010), diante da dialética que há entre *online* e o *offline*, se questiona em como interpelar a visibilidade do que se expressa no *online*, dado que, seu delineamento *offline* é relativamente indeterminado? Isso acontece, pois, de um lado, temos uma abertura e maleabilidade do universo cultural específico em questão, por outro lado, temos um conjunto de manifestações diversificadas, sujeitos e práticas culturais que integra, levando a uma coesão relativa, uma vez que, cada *otaku* contribui da sua maneira. A cultura *otaku*, assim como outras culturas (como o *hip hop* ou o *punk*) também pode ser apreendida enquanto uma cultura transterritorial (TURRA NETO, 2008), pois, mesmo suas origens sendo situadas em contextos geográficos distintos, acabam por serem difundidas para todos os cantos do mundo pelas tics, formando um quadro extenso de possibilidades distintas de “ser jovem”. Há um processamento singularizado de referências “transterritoriais”, já que, as redes de sociabilidade que se constroem nas redes destes sujeitos, se encontram sempre situadas.

Estes produtos culturais se tornam a âncora de *otakus* de diferentes lugares da cidade, do estado, do país e do mundo, permitindo a edificação de redes de sociabilidade complexas, encontros, práticas culturais e comunicacionais, etc. O lugar estabelece elementos para a territorialização e espacialização destes produtos culturais globais, envolvendo a criatividade dos *otakus* que contextualizam a referência para que assim possam viver uma juventude *otaku* possível. No cotidiano, os jovens adeptos da cultura *otaku*, cuja preferência pode se externalizar no “visual”, acabam se conhecendo e reconhecendo nas escolas, ruas, eventos de *animê*, bancas de revistas, na rede social, no avatar do fórum de debate na *internet*. Vão criando outras tantas conexões *online* e *offline*, que fortalecem seu envolvimento com o universo em questão e a própria sedimentação da cultura *otaku* como mais um dos estilos culturais juvenis que fazem apelos a jovens situados em contextos socioespaciais concretos no Brasil. Contudo, também levantamos a hipótese de que esta interação *online* e *offline* é mais presente em contexto metropolitanos e de cidades grandes do que em cidades médias, como é o caso Presidente Prudente (SP), em que a experiência e a prática da cultura *otaku* ainda é grandemente vivida de forma *online*. Mas enfim, este é assunto para as pesquisas que ainda virão na pós-graduação.

REFERÊNCIAS

- ALVES, H de A. **Difusão Cultural e Práticas Juvenis On-line**: um estudo sobre os *otakus* de Presidente Prudente, SP. 2019. 115 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, SP, 2019.
- BURKE, P. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2003. 116 p. (Coleção Aldus, 18)
- CABRAL, V. M. **O SER OTAKU**: um estudo do comportamento online e offline em Porto Alegre. 2017. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- CARRANO, P. C. R. Os jovens e a cidade: identidades e práticas culturais em Angra de tantos reis e rainhas. Rio de Janeiro: Relume Damurá/FAPERJ, 2002. 233 p.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- DAYRELL, J. **A música entra em cena**: o rap e o funk na socialização da juventude. Belo Horizonte: Humanitas, 2005.
- GIDDENS, S. A. **A identidade Cultural na Pós-modernidade**. 5. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GUSHIKEN, Y.; HIRATA, T. Processos de Consumo Cultural e Midiático: imagem dos ‘Otakus’, do Japão ao mundo. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 133-152, jul./dez. 2014. DOI: 10.1590/1809-5844 20146.

HARVEY, D. **Condição Pós-moderna**: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural. 16. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

LOPES, L. R. B. **Monogatari virtual**: Cultura otaku, narrativas e discursos online. 2019. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais) – Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2019.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MASSEY, D. Um sentido global do lugar. *In*: ARANTES, A. A. (org.). **O espaço da diferença**. Campinas, SP: Papirus, 2000. p. 176-185.

MASSEY, D. Filosofia e política da espacialidade: algumas considerações. **GEographia**, Rio de Janeiro, ano 6, n. 12, p. 7-23, 2004.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 1987. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987. 244 p.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo, SP: Edusp, 2002.

SANTOS, F. M. dos. Etnografia virtual na prática: análise dos procedimentos metodológicos observados em estudos empíricos em cibercultura. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 7., 2013. **Anais [...]**. Curitiba: [s. n.], 2013.

SANTOS, A. N. **A Cultura Otaku no Brasil**: da obsessão à criação de um Japão Imaginado. 2017. 223 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

SANTOS, P. H.C. **“O MEU JEITO DE SER É O QUE ASSISTO”**: um estudo sobre consumo e identidade entre fãs de cultura pop japonesa em eventos de animê no Brasil. 2018. 139 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2018.

SAITO, C. N. I. Cultura Pop japonesa e as Novas Referências Midiáticas: o fenômeno otaku e hikikomori. 2012. 12f. Artigo. **REU - Revista de Estudos Universitários**, Sorocaba, SP, v. 38, n. 2, 2012.

SILVA, G. C. **O Ciberespaço Como Categoria Geográfica**. 2013. 179 f. Dissertação de (Mestrado) – Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

SIMÕES, A. S. **Entre a Rua e a Internet**: um estudo sobre o Hip-hop Português. Lisboa, Portugal: Imprensa de Ciências Sociais, 2010.

SIMÕES, A. S. Investigando a rua através da internet (e vice-versa): considerações teórico-metodológicas sobre um itinerário etnográfico. **Análise Social**, Lisboa, 205, XLVII (4.º), 2012.

SIMMEL, G. Sociabilidade: um exemplo de Sociologia Pura ou Formal. *In*: MORAES FILHO, E. de (org.). **Sociologia**. São Paulo: Coleção Grandes Cientistas Sociais - Ática, 1983. p. 165-181.

TURRA NETO, N. **Múltiplas Trajetórias Juvenis em Guarapuava**: territórios e redes de sociabilidade. 2008. 526 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, 2008.

TURRA NETO, N. Metodologias de Pesquisa para o Estudo Geográfico da Sociabilidade Juvenil. **RA'E GA**, Curitiba, v. 23, p. 340-375, 2011.

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.
Formatação e normalização.

