

**RESENHA: OTAKU – OS FILHOS DO VIRTUAL  
(BARRAL, ETIENNE, 2000)**

*REVIEW: OTAKU – THE CHILDREN OF THE VIRTUAL  
(BARRAL, ETIENNE, 2000)*

*RESEÑA: OTAKU – LOS HIJOS DE LO VIRTUAL  
(BARRAL, ETIENNE, 2000)*

*Original recebido em: 03 de junho de 2024*

*Aceito para publicação em: 02 de setembro de 2024*

*Publicado em: 30 de dezembro de 2024*

Francisco Alves Silva

A lista completa com informações do autor está no final do artigo •

Em 1999, o jornalista francês Étienne Barral lançou *Otaku: Les enfants du virtuel*, explorando a cultura japonesa e os *otaku*, subcultura que, segundo ele, revela contradições sociais profundas. Para Barral, os *otaku* não são apenas fãs de mangás e de *figures*, mas sintomas de um mal-estar com potencial para impactar significativamente a sociedade. A edição brasileira, *Otaku: os filhos do virtual*, traduzida por Maria Teresa Van Acker e publicada pela editora Senac, oferece essa análise ao público brasileiro. A narrativa, fluida e acessível, utiliza um estilo jornalístico provocativo. Embora pertinente, é importante considerar que a obra foi escrita há mais de duas décadas e algumas reflexões podem estar desatualizadas. A versão brasileira inclui uma nota do editor destacando a relação do *otaku* com o digital e um prefácio de Jean-Jacques Beinex, que introduzem Barral e seus argumentos principais.

No capítulo inaugural, “Na sociedade dos *otaku*”, o mais extenso dos três, Watanabe Koji descreve um sonho peculiar onde estabelece uma relação íntima com seu computador Macintosh Quadra 950. Para Barral, o avanço tecnológico cria o *Homo virtuens*, um novo perfil humano que busca no virtual um refúgio do mundo tangível. Barral afirma que “o *Homo virtuens* vive por procuração, reivindica o direito de sonhar acordado” (p. 21), ideia recorrente na obra. Ele analisa a juventude japonesa pós-anos 1960, que, sem as experiências diretas da Segunda Guerra e suas privações, vive numa sociedade aparentemente próspera, mas sem um novo ideal, resultando em desorientação. Akai Takami, co-fundador do estúdio Gainax, resume: “Crescemos em uma paródia de sociedade, uma fachada sem consistência” (p. 36).

Barral analisa a relação dos *otaku* com bonecas, destacada pelo colecionador Kawamorita Yu, que vê nelas uma pureza ausente nas relações humanas. Barral enfatiza: “A representação imaginária toma o lugar do real. A realidade não é como deveria ser, ela trai a pureza ideal” (p. 47). Os *otaku*, enfrentando dificuldades nos relacionamentos humanos, tornam as bonecas significativas, uma tendência que o mercado percebeu. Inicialmente, as bonecas comuns, como Barbies, eram encontradas nas seções de brinquedos. Depois vieram os *garage kits*, modelos para montagem e customização. A evolução incluiu figuras humanas reais, começando por *idols* e adolescentes comuns. Finalmente, surgiram as bonecas virtuais, como no jogo *Princess maker* da Gainax, onde o jogador cria e influencia uma figura feminina dos dez anos até a idade adulta.

Explorando o universo das *idols*, originado na cultura televisiva e visto como mais acessível que o cinema, Harajuku se destaca como o centro comercial desses produtos. Barral, conversando com o gerente de uma dessas lojas, descobre que ali se negociam sonhos. O gerente reflete: “Seria preciso não ter a faculdade de sonhar seus próprios sonhos para cair nessa armadilha dos comerciantes de talento” (p. 96), ecoando a falta de ideais e a busca por experiências vicárias na população. Contudo, os *otaku* não são totalmente passivos. Barral analisa os *camera kozo*, que capturam imagens íntimas das *idols*, e observa: “são os anunciantes – o sistema comercial – que jogam, sem pudor, com a sexualidade para vender seus produtos. Ao desviar a imagem dos ídolos com suas fotos obsessivas, os *camera kozo* demonstraram, talvez inconscientemente, que não são vítimas do sistema comercial” (p. 116). Nas últimas seções do capítulo, o foco recai sobre o mangá, cujos conteúdos eróticos e violentos geram debates na sociedade japonesa. Barral cita o psiquiatra Fukushima Akira, que nega influências negativas do mangá nos leitores, mas reconhece que o erotismo reflete uma sexualidade reprimida devido à rotina intensa entre escola e cursinho, deixando pouco espaço para experiências românticas. Barral também aborda o *yaoi*, contraparte feminina do mangá erótico, evidenciando a ligação entre indivíduo e sociedade. As mulheres usam o *yaoi* para expressar insatisfações com maternidade, vida de casal e modelos tradicionais de relacionamento. Ele conclui: “Como é frequente na sociedade japonesa, há uma maneira indireta e inofensiva de exprimir as frustrações diante dessa sociedade” (p. 147).

No segundo capítulo, “Os *otaku* na sociedade”, Barral explora como alguém se torna um *otaku*. Ele discute a divisão de responsabilidades na família japonesa, onde a mãe cuida das crianças e o pai é o provedor ausente. Nesse contexto, a criança aprende a importância da vida comunitária. Barral menciona uma anedota onde uma criança malcomportada é punida ficando

fora de casa, contrastando com a prática ocidental de restringir a saída. No ambiente escolar japonês, além de socialização, há forte ênfase na homogeneização e competitividade. As escolas são classificadas pelo sucesso nos exames, como o *hensashi*, que avalia nacionalmente os alunos e intensifica a competição. Os *juku*, ou cursinhos, são essenciais para acompanhar o ritmo escolar e garantir a entrada na universidade.

No ambiente homogêneo e competitivo das escolas japonesas, surge o *ijime*, similar ao *bullying*. Um ditado japonês reflete essa mentalidade: “o prego que se destaca é martelado primeiro”. Através do ostracismo e hostilidade aos diferentes, busca-se reforçar a coesão do grupo. Barral destaca: “O início do problema dos bodes expiatórios nas escolas japonesas coincide com o acirramento da competição escolar” (p. 182). O *ijime* é visto como um rito de passagem crucial para a formação psicológica dos alunos. Sem recursos para buscar ajuda, muitas vítimas optam pelo suicídio ou se isolam; anualmente, um em cada sessenta alunos se recusa a retornar à escola devido ao temor do *ijime*. Alguns encontram refúgio na fantasia, tornando-se *otaku*. Mesmo fora da escola, esses indivíduos replicam a lógica escolar ao acumular informações sobre seus interesses, como mangás e *tokusatsu* (filmes e séries de super-heróis, com muitos efeitos especiais), priorizando a memorização acrítica. Barral vê nesse esforço uma forma de rebeldia, onde o *otaku* “põe em ridículo a sociedade produtivista na qual nasceram, pervertendo grosseiramente os objetos e os símbolos dessa sociedade” (p. 192).

Neste ponto da obra, que aborda o trinômio educação, informação e consumo, Barral já explorou dois componentes. O primeiro capítulo pode ser compreendido como uma análise dos hábitos de consumo do *otaku*, enquanto, até este momento, o segundo se dedicou a explicar a importância da escola em sua formação. Resta, assim, apenas um elemento. Introduz-se a *masukomi* (meios de comunicação de massa).

Barral argumenta que a onipresença das mídias no Japão é difícil de compreender sem estar presente no país. Um exemplo é quando a Dentsu, maior empresa de comunicação publicitária, obteve os direitos de promoção dos Jogos Olímpicos de Barcelona e da Exposição Universal de Sevilha de 1992. Nas semanas anteriores aos eventos, a mídia focou intensamente na Espanha, criando uma “onda espanhola”. Barral observa: “nas semanas que precedem ou seguem um evento tido como importante nacionalmente, é comum encontrar 25, 30, até 50 títulos recentes publicados sobre o assunto nas vitrines das livrarias” (p. 203). Isso reflete a maneira como os japoneses encaram a informação, seguindo a lógica escolar de decorar sem criticar. Não estar bem informado é motivo de vergonha.

Em 1991, a *idol* Miyazawa Rie lançou um álbum de nus, um movimento arriscado que a mídia rapidamente cobriu extensivamente. O impacto foi notável: uma pesquisa da revista *Spa!* revelou que 41% das 100 colegiais entrevistadas desejavam publicar um álbum de nus. Barral comenta: “Através de um jogo de prestidigitação, as mídias conseguiram impor às garotas a ideia de que o fato de posar nua era, para elas, um meio de afirmar sua identidade, de se valorizar” (p. 215).

O capítulo encerra com reflexões de Toshio Okada, autoproclamado rei dos *otaku* e um dos fundadores da Gainax. Entre 1994 e 1997, Okada lecionou um curso de *otakulogia* na Universidade de Tóquio, mas desistiu ao perceber que seus alunos, embora aprendendo a analisar obras de vários ângulos, não aplicavam essa crítica ao próprio curso. Ele concluiu que o ensino japonês é unilateral e acrítico.

O capítulo final, “O otakauismo”, aborda o atentado terrorista no metrô de Tóquio em 1995 pela seita Aum Shinrikyo. Barral justifica essa escolha destacando semelhanças entre os motivos que levam alguém a se juntar a uma seita como a Aum e a se tornar um *otaku*. Ele contextualiza a seita no ocultismo dos anos 1980, observando que “O dogma produtivista do alto conhecimento a qualquer preço, do consumo exagerado e da ‘rainha’ economia não encontra mais eco entre os jovens que se interrogam sobre seu futuro, apontam a destruição ambiental, as humilhações escolares e as mortes por excesso de trabalho” (p. 240).

Muitos membros da seita e executores do atentado são jovens de prestigiadas universidades, desiludidos com a sociedade e o mercado de trabalho que não valoriza seus talentos. Asahara Shoko, fundador da Aum, manipula esses jovens, oferecendo respostas simplificadas para suas inquietações e lhes concedendo posições de destaque dentro da seita. Vindo de um sistema educacional que falha em promover o pensamento crítico, esses jovens estão desprotegidos contra suas manipulações. A Aum Shinrikyo, inicialmente uma seita budista, incorpora referências *otaku*, como o termo *armagedon* e armas biológicas inspiradas em mangás, como o *cosmo cleaner* do anime *Uchuu senkan Yamato (Patrulha estrelar, no Brasil)*. A mídia condena a Aum, mas isso resulta na moda Aum, onde emergem os *Aumer*, *otaku* que aderem à ideologia da seita. Barral comenta: “O que começa frequentemente como um jogo inocente de adolescente com tendência *otakista*, em busca de emoção para seu cotidiano, desemboca na adesão à ideologia da seita, apesar de sua reputação” (p. 263). Os *otaku* tendem a subverter normas sociais, mas isso pode ser perigoso.

Barral sugere que o atentado ao metrô de Tóquio, ocorrido cinquenta anos após o fim da Segunda Guerra, pode ser um sintoma do Japão ainda não ter digerido sua derrota naquele

conflito. Ele conclui: “Em vez de seguir a massa embrutecida pelas mídias e cega pelas miragens da sociedade de consumo, os *otaku* mostram com desdém que o rei está nu, enquanto os adeptos da seita Aum tentam, desastrosamente, desestabilizar o sistema” (p. 268). A obra termina com Barral refletindo sobre a difusão global da cultura *otaku*, ironicamente observando sua consolidação robusta, e proclama: “Viva os pregos que se diferenciam!” (p. 271).

Ao comparar as análises apresentadas na obra com o cenário atual, é evidente o impacto duradouro da cultura *otaku* no panorama cultural global. No entanto, escrita há mais de duas décadas, a obra pode não abranger completamente a complexidade das transformações ocorridas desde então. A rápida globalização, o avanço tecnológico e as mudanças nas dinâmicas sociais introduziram novos elementos ao universo *otaku*. A ascensão das redes sociais, por exemplo, criou uma comunidade global mais interconectada, dando voz aos fãs de maneiras inéditas. No entanto, é fundamental examinar criticamente como essa expansão afetou a autenticidade e a essência da cultura *otaku*, especialmente diante de comercializações massivas e apropriações culturais. Apesar disso, a obra oferece uma base sólida para compreender a evolução da cultura *otaku* e sua importância contínua, incentivando uma análise crítica das interações entre subculturas e a sociedade em constante mudança.

## REFERÊNCIAS

BARRAL, Étienne. **Otaku**: os filhos do virtual. Editora Senac-SP: São Paulo, 2000.

*Francisco Alves Silva*

Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB).  
Desenvolve pesquisas nas áreas de Comunicação Visual e Cultura Pop Japonesa com ênfase nos animes e seus processos criativos.



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-Não-Comercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional