

Busca por uma metodologia da influência dos animês em jovens brasileiros – uma perspectiva pós-junguiana

Seeking a methodology for the analysis of the influence of anime on brazilian youth – a post-jungian approach

■ GUSTAVO PEREIRA PORTES*

EDWARD HAIG**

RESUMO

Esta pesquisa busca, por uma nova metodologia, entender como animês influenciam os jovens por meio de processos narrativos e realiza análises de envolvimento com textos da TV e identificação com personagens da mídia, por meio de entrevistas com quatro fãs do animê *Naruto*. Esses jovens demonstraram, em histórias narradas por eles mesmos, encarnarem arquétipos representados por imagens em animês. Arquétipos de ruptura e quebra de paradigmas, de inovação e transgressão, como o arquétipo do *Herói*, são referências para a maioria deles, mas personagens caracterizados pela busca da manutenção do *status quo*, por exemplo, também surgem como uma possível mudança de postura encontrada na juventude atual.

Palavras-chave: animê, influência, arquétipo, identificação, identidade

ABSTRACT

This research aims to develop a new methodology for understanding how anime influences young people. Using the anime *Naruto* as object, case studies were conducted with four young people. Through an analysis of the stories narrated by them about both their lives and *Naruto*, it was demonstrated that their main life patterns were grounded in archetypes represented by images in this anime. Although these young people referred to archetypes related to rupture and the breaking of paradigms, innovation and transgression, such as those of the Hero, other characters such as those related to the maintenance of the status quo were also prominent in their narratives, suggesting a possible change in the posture of young people today.

Keywords: anime, archetype, influence, identification, identity

* Doutorando em Media - Screen & Sound pela La Trobe University, Austrália. Mestre em Media and Culture pelo Department of Media Professional Studies pela Nagoya University, ex-bolsista do programa Monbusho. Pesquisador pelo Centro de Pesquisas em Cultura Japonesa de Goiás (CPCJ-GO) e pelo Otaku Culture Research Group, Japão. E-mail: orneans@gmail.com.

** Professor do Department of Media Professional Studies da Nagoya University, Japão. E-mail: haig@lang.nagoya-u.ac.jp

A PSICOLOGIA ANALÍTICA E O animê, apesar de aparentemente tão distantes, partilham uma semelhança: o descrédito que ambos sofreram antes de se tornarem populares. Representantes, respectivamente, de uma vertente científica e outra cultural, eles foram rejeitados ou mal interpretados, destinados a se manterem como elementos de uma suposta contracultura. Na década de 1960, membros desse movimento passaram a se referir aos postulados junguianos e a ganhar notoriedade no início dos anos 1970, quando as vozes abafadas dos jovens começaram a ter mais valor sociopolítico.

Em 1972, Marie-Louise von Franz predestinou:

Hoje, o interesse por Jung está crescendo ano a ano, especialmente entre a nova geração. Desta forma, o crescimento de sua influência ainda está nos seus primeiros estágios; mas daqui trinta anos, muito provavelmente, nós seremos capazes de discutir seu trabalho em termos muito diferentes do que fazemos atualmente (Von Franz apud Hauke, 2000: 26¹).

1. Todas as traduções são dos autores do artigo

Ela não estava errada. De fato, a obra de Carl G. Jung se tornou referência em várias áreas do conhecimento, como na física quântica, cuja principal referência está nos diálogos entre Jung e o físico Wolfgang Pauli (Gieser, 2005); na sociologia (Singer, 2000); nos estudos da mitologia comparada (Campbell, 2008); e também na comunicação social (Hauke; Alister, 2001; Waddell, 2009; Vogler, 1992), para não citar outros. Porém, ainda hoje, a psicologia analítica é julgada por alguns como esotérica e Jung como gnóstico, dentre outras coisas, como mencionado por Hollis (2005: 23).

O animê, por sua vez, ficou por muitos anos às margens da *cultura*, como um produto ou demasiadamente infantil, ou extremamente violento e pornográfico, o que afastava os canais abertos brasileiros de transmiti-los. Na década de 1960 os primeiros animês chegaram ao Brasil, mas foi apenas em 1994 que houve o verdadeiro *boom* do animê, graças principalmente ao *Cavaleiros do Zodíaco* (transmitido pela primeira vez pela TV Manchete). Junto com *Dragon Ball*, tornaram-se os principais responsáveis pela popularização do animê no Brasil (Sato, 2005).

Em ambos os casos, a Psicologia Analítica e o animê ganharam visibilidade por parte da sociedade e também da ciência como resultado, entre outras, da necessidade de certos grupos, principalmente jovens, de poder demonstrar suas perspectivas críticas em relação aos modelos científico e culturais então adotados e voz perante a sociedade. Alguns exemplos simbólicos podem ser citados, como a escolha para o uso da imagem do rosto de Jung, entre outros de pessoas consideradas influentes, na capa do álbum *Sgt. Pepper*, dos Beatles de 1967 (Hauke, 2000: 26); ou, o pôster com a imagem de Tetsuo, personagem

do animê pós-apocalíptico *Akira*, dizendo *That's begun!*, na parede das ruínas de uma casa durante a guerra de Sarajevo (Napier, 2005: 4-5).

Apesar dessas semelhanças, ainda são poucas as pesquisas que associam os postulados junguianos aos estudos do animê. No campo das teorias do meio, já existem estudos que relacionam as histórias dos animês com referências arquetípicas e mitológicas (Okabayashi, 2007; Drazen, 2003). No entanto, ainda falta uma metodologia para a análise do receptor do animê através da psicologia analítica ou, ainda, uma verificação subjetiva da influência dos animês sobre os jovens através de imagens e padrões arquetípicos.

Partindo da premissa de que o público do animê é composto em sua grande maioria por jovens (Nakamura; Onouchi, 2006), essa metodologia busca compreender a influência do animê na formação da identidade de quatro participantes que fazem parte deste segmento através de processos importantes para que esta influência ocorra, tais como: envolvimento com os textos midiáticos, identificação com os personagens e a busca pelo público por padrões arquetípicos que carreguem um apelo simbólico para eles. Para um completo entendimento desta pesquisa, primeiro é necessário detalhar a metodologia aplicada. Então, os entrevistados serão apresentados juntamente com seus prováveis padrões arquetípicos encontrados em suas narrativas pessoais. Em seguida, os processos de envolvimento e identificação serão devidamente explicados.

METODOLOGIA

A metodologia desta pesquisa foi baseada em dois ramos distintos da psicologia qualitativa: a psicologia narrativa e a análise fenomenológica interpretativa² (que será abreviado por AFI). Estes métodos guiaram a realização das entrevistas e também suas análises. As razões para a escolha destes métodos, o que são e como foram aplicados serão explicados nos próximos tópicos. Primeiramente, detalharemos os aspectos técnicos das entrevistas.

Todas as entrevistas foram realizadas com alunos de uma escola de língua Japonesa em Goiânia - GO. Após acordado com a diretora da instituição, um questionário simples foi aplicado em todas as turmas e respondido por todos os alunos presentes. Este questionário, composto de algumas perguntas básicas sobre a vida dos alunos, foi desenvolvido para a escolha dos entrevistados, que deveriam se encaixar principalmente em dois requisitos básicos: primeiramente, eles deveriam ser jovens, numa faixa estipulada entre 12 e 21 anos, que corresponde às fases do início da pré-adolescência ao fim da adolescência tardia ou início da fase adulta. Segundo, eles deveriam gostar de animê, dentre eles e principalmente *Naruto*, e afirmassem ter contato com os desenhos com certa frequência.

2. Originalmente, *Narrative Psychology and Interpretative Phenomenological Approach*.

Foi pedido a eles que escrevessem o nome dos animês que mais gostavam em ordem crescente de preferência. Além disso, eles também indicaram quantas horas por dia assistiam a animês e a outros tipos de programas (como novelas, filmes e jornais) numa escala de zero a cinco, em que o zero representava menos de uma hora; e, cinco, mais de cinco horas diárias. A partir dessas informações, quatro jovens que se encaixaram nos critérios estabelecidos foram selecionados e, após, cederam as entrevistas.

Como dito anteriormente, o nível de exposição dos jovens ao animê foi um dos critérios mais determinantes para a escolha dos entrevistados. Como postula a teoria do processo de cultivação,

quanto maior a exposição à televisão [o que também se aplica ao animê visto pela internet], maior a probabilidade de que a percepção do público sobre o mundo real seja influenciada pelas mensagens mais comuns e recorrentes do mundo da televisão (Morgan et al., 2009: 34; 45-47).

Por esta razão, o foco desta pesquisa se manteve sobre os que afirmaram ter mais contato com o meio, pois o entendimento da interpretação do espectador em relação ao mundo real é crucial para encontrar a provável influência que o animê possa ter sobre seu público.

Outro aspecto relevante desta análise foi não desmerecer as outras fontes de influência, principalmente aquelas relacionadas ao meio social onde o jovem está inserido, como amigos e família; e também os personagens de outras mídias, como filmes, novelas ou seriados (Erikson, 1968: 87). Portanto, para delimitar (mas não excluir) o máximo possível a influência dessas outras fontes, foi dada prioridade àqueles que afirmaram ter o menor contato com outros tipos de mídia. Quanto menor o contato do público com um determinado personagem, menor a probabilidade de identificação, ao passo que, quanto maior a exposição a um mesmo personagem maior a chance de que o espectador se sinta como aquele personagem e possa ser influenciado (Rubin; McHugh apud Cohen, 2001: 259).

Após o recolhimento dos dados, foram iniciadas as entrevistas. Aspectos da psicologia narrativa e da análise interpretativa fenomenológica foram usados para a execução dessas entrevistas e suas análises. Esses dois métodos serão detalhados a seguir e, depois, os entrevistados serão apresentados e analisados através desses métodos.

PSICOLOGIA NARRATIVA

Uma das características fundamentais da narrativa é colocar eventos em uma sequência e nela se encontram três componentes básicos: um início, um meio e um fim (Barthes, 2008). No entanto, as narrativas também tem um papel

importante ao ordenar e dar significado às vidas das pessoas. Como Murray observa, “a narrativa também fornece uma estrutura para a nossa compreensão de quem realmente somos. Nós contamos histórias sobre nós para nós mesmos e para os outros. Desta forma, nós criamos uma identidade narrativa (Murray, 2003: 115-116)”. Através da narrativa, alguém pode não apenas entender quem se é, mas, principalmente, se definir em relação aos outros. Ou seja, a narrativa mostra como o mundo vê e interpreta o indivíduo.

A narrativa, ao lidar com o entendimento de alguém sobre si próprio e sobre como os outros o interpretam, se aproxima dos estudos de identidade, no que se categoriza como a teoria da identidade narrativa. Através dela, a identidade é associada a um “senso de coerência onde experiências divergentes formam um todo interconectado, e que fornece um significado às experiências e à vida de alguém como um todo” (Roesler, 2006: 575). No entanto, essas experiências, responsáveis pela construção das narrativas pessoais, não são providas apenas pela consciência, ou pelo uso dos sentidos. Como afirma Whitmont, “o consciente subjetivo, centrado no ego, é uma manifestação *parcial* da psique em vez de ser uma manifestação completa” (Whitmont, 2004: 38). À totalidade da psique, Jung denominou como a psique objetiva “que gera conceitos e símbolos imagéticos autônomos” (Ibid.: 38-39). Em outras palavras, o inconsciente também tem um importante papel na percepção da realidade como um fornecedor de imagens que devem ser vivenciadas simbolicamente.

A essas imagens dá-se o nome de endógenas (que se originam dentro do organismo e se referem aos aspectos espirituais), e elas são tão importantes quanto as exógenas (que se originam fora e se referem ao mundo material real das coisas externas). Ambas se refletem no comportamento, por exemplo, na manifestação de emoções e impulsos. Kawai (1991: 36) ilustra essa teoria ao contar o caso de um jovem estudante japonês que via em sua mãe a imagem de uma ditadora, sempre impondo e dando ordens. Porém, ao conversar com a mulher, Kawai viu o oposto daquela pessoa descrita por seu filho: ela era doce e tranquila. Ou seja, o garoto interpretava sua mãe através de imagens simbólicas criadas por substratos de ordem arquetípica provenientes de seu inconsciente.

Os arquétipos também dão significado às experiências do indivíduo através de padrões universais, que podem aparecer em determinadas situações, ou mesmo talvez serem ativados por imagens exógenas (como as de um animê), e determinar parte ou mesmo a totalidade da vida de alguém. Como sugere Roesler, “a biografia inteira de uma pessoa, a construção de sua identidade narrativa podem ser governadas por padrões arquetípicos” (2006: 579).

Como *Naruto* é uma história para jovens, principalmente do sexo masculino, algumas de suas imagens podem despertar padrões arquetípicos latentes em

seu público-alvo. Como afirmam Mark; Pearson, “muitos potenciais dormentes podem não ser vividos até que uma imagem externa os desperte” (2001: 32). E é exatamente para este propósito que este método foi escolhido para esta pesquisa. Ou seja, analisar as narrativas pessoais dos entrevistados em busca de padrões arquetípicos que possam ter sido despertados pelas imagens simbólicas do animê.

Em pesquisas anteriores de cunho clínico, como a de Roesler (2006), o objetivo era encontrar esses padrões arquetípicos nas narrativas autobiográficas de pacientes e compará-los com padrões típicos existentes, principalmente na mitologia. A semelhança entre o padrão arquetípico do mito e a narrativa pessoal do pesquisado se devia à natureza universal do arquétipo. Ou seja, aquele padrão simbolizado em imagens no mito, por fazer parte do inconsciente coletivo, estava também presente na narrativa do entrevistado, logo existia a repetição do tema. Por exemplo, muito simplificada, encontrar de forma expressiva, ou seja, carregada de emoção, o tema do fraco que vence o forte na narrativa de um paciente e associar ao mito de Davi e Golias significa detectar o principal padrão arquetípico do paciente. No entanto, o propósito deste trabalho é não apenas identificar os padrões arquetípicos dos jovens, mas também, mostrar que esses padrões podem ser despertados através de imagens presentes nos animês. Para isso, as entrevistas foram realizadas como Murray (2008: 120) sugere. Primeiramente, as entrevistas foram divididas em duas fases: uma descritiva e outra interpretativa. Na fase descritiva, os diálogos foram resumidos em forma de pequenas narrativas com início, meio e fim, descritas baseando-se no que os entrevistados disseram. Na fase interpretativa, as narrativas pessoais foram consideradas no intuito de, como explicado anteriormente, identificar os principais padrões arquetípicos de cada entrevistado e associá-los aos padrões que eles mesmos identificaram em *Naruto*, como explicado anteriormente. Além disso, também desejamos saber como os jovens compreendem os padrões existentes em *Naruto*, através de um processo de *interpretação* da interpretação que os entrevistados fazem do animê, o que leva à segunda metodologia aplicada nesta pesquisa: a análise fenomenológica interpretativa.

ANÁLISE FENOMENOLÓGICA INTERPRETATIVA

O objetivo desta pesquisa não se limita apenas a fazer perguntas sobre a vida pessoal dos entrevistados como forma de apontar os padrões arquetípicos de suas vidas através de comparações com padrões encontrados em textos mitológicos, por exemplo. Além das indagações sobre as vidas dos jovens, também foi inquerido deles suas interpretações sobre os personagens e a história de *Naruto*. Desta forma, identificar a origem das influências dos animês sobre os jovens se faz valer, uma vez que eles mesmos apontam as imagens arquetípicas existentes

na história que mais os marcam, como Von Franz (2002: 20) sugere ao dizer que apenas os temas arquetípicos importantes para um povo ou indivíduo deverão ser lembrados quando os mesmos forem narrados por eles.

Os entrevistados ao falarem de seus personagens e passagens favoritas indicaram como eles “interpretam seus mundos sociais e pessoais, e os significados que eles dão a eventos e experiências pessoais” (Smith; Osborn, 2003: 51), ou também, como eles interpretam e são afetados pela ficção. Neste caso, um processo de dois estágios de interpretação ocorre, ou uma dupla hermenêutica.

O participante está tentando compreender seu mundo e o pesquisador está tentando entender como o participante tenta entender seu mundo. AFI está então intelectualmente conectado à hermenêutica e teorias da interpretação (Ibid.: 54-55).

Resumindo as explicações sobre a metodologia aqui aplicada, os quatro jovens foram questionados sobre detalhes de suas vidas pessoais. A partir dessas informações, um texto no formato de uma pequena narrativa foi produzido através de um processo interpretativo. Então, foi inquerido aos jovens que falassem, através de seus pontos de vista, sobre os personagens e a história de seus animês preferidos, principalmente *Naruto*. Por fim, foram traçados paralelos entre os padrões arquetípicos encontrados em suas narrativas pessoais e aqueles que foram mais lembrados enquanto narravam e debatiam sobre as histórias e seus personagens favoritos. Através dessas comparações, indicou-se quais são as imagens (ou padrões) responsáveis por uma provável influência dos animês na formação da identidade desses jovens, que serão, junto com a análise dos dados, detalhados a seguir.

ANÁLISE DOS DADOS

Ao se trabalhar com certos grupos de indivíduos, determinadas imagens arquetípicas deverão estar mais em evidência que outras. Pessoas de diferentes idades, por exemplo, provavelmente viverão também sob diferentes imagens ou padrões. No caso de jovens, essa imagem provavelmente será a do *Herói*. Mark; Pearson apontam que,

Alguns arquétipos surgem pois nós estamos em certas fases da vida que os invocam: A criança se torna um jovem e, de repente, experiencia a necessidade do Explorador de ser diferente – de se separar dos pais e aprender sobre o mundo que há fora de casa (2001: 32).

Partindo desta perspectiva mostrada pelas autoras, e também em outras obras (Campbell, 2008; Hollis, 2005; Vogler, 1992) a hipótese central dessa pesquisa previa uma forte influência da imagem arquetípica do Herói (ou

Explorador) nas narrativas dos jovens entrevistados. De fato, essa imagem se fez presente, mas em uma proporção menor do que a esperada. Outra questão é que mais de um padrão pode ser encontrado e deve ser explicado. A tabela abaixo relaciona os jovens (nomes fictícios) aos prováveis padrões mais fortes de suas vidas e uma breve descrição, ou resumo, de suas narrativas:

TABELA 1 – NOMES DOS ENTREVISTADOS (FICTÍCIOS), SEUS PADRÕES ARQUETÍPICOS E DESCRIÇÕES

NOME	PADRÃO ARQUETÍPICO	DESCRIÇÃO
Pedro (14 anos)	O Herói/O Comum	Pedro é um garoto muito realista, que sonha com um futuro próspero, porém comum, dentro de sua realidade. Ele é a Criança-Herói, fortemente conectado à sua família e que se sente responsável por seus irmãos mais novos.
Paulo (16 anos)	O Herói	Paulo sonha com um futuro ambicioso, contradizendo o que parte de sua família espera dele, já que acham que ele deve se contentar com o que tem. Paulo quer provar sua força para sua família e si mesmo.
Jorge (20 anos)	O Ator (Persona)	Jorge vive atrás de duas máscaras. Fora de casa ele é o Herói que ajuda o próximo sem esperar nada em troca. Dentro de casa, prefere o silêncio e o isolamento.
Maria (16 anos)	A Princesa/Amazona	Maria espera, passivamente, por um príncipe que a tire de seu casulo. Mas, ao mesmo tempo, ela tem dentro de si uma personalidade latente forte e guerreira.

Para detalhar o uso da metodologia, abordada no tópico anterior, será exemplificado o caso de Pedro, o primeiro entrevistado. Para utilizar a psicologia narrativa nos termos desta pesquisa, ou seja, com respaldo nas teorias da psicologia analítica, deve-se, antes de mais nada, encontrar os padrões arquetípicos nas narrativas dos entrevistados e associá-los a padrões típicos que são, de forma generalizada, usados na cultura do entrevistado (Roesler, 2006: 576).

O primeiro padrão encontrado na narrativa de Pedro foi o do *Herói*, e, principalmente, o da *Criança-Herói*. Dentre os diálogos de Pedro, pôde-se observar sua preocupação em se mostrar maduro, tanto em relação a ele mesmo, como com seus amigos e família. Em determinado momento, ele afirma:

Eu sei o que eu tenho que fazer. Por exemplo, eu tenho que ir pra escola todos os dias. Alguns anos atrás eu não gostava, mas agora eu não ligo. O problema é que eu tô numa nova escola, não conheço ninguém, então é como uma vida nova. Mas o tempo passa e a situação melhora. Mas agora, eu consigo ver a realidade, está mais claro pra mim. Eu tenho minhas obrigações, quando a gente cresce a gente percebe isso, então tudo muda.

Esse padrão é bastante usado em mitos e frequentemente encontrado na mídia atual. Jovens, que desde cedo tem que provar sua força, dedicação e responsabilidade para consigo mesmos e os próximos, é um tema mitológico constante (Henderson, 1988: 110). Talvez o mito ocidental mais relevante nesse caso seja o do *Rei Artur* que, enquanto criança, conseguiu retirar a espada Excalibur que se encontrava presa em uma rocha, feito que nenhum adulto conseguira até então.

O segundo padrão identificado foi o do *Comum*³ ou aquele que está feliz com a realidade em que se encontra. Um exemplo deste padrão é associado ao conformismo, como o entrevistado demonstra em outra parte da entrevista, quando diz, “eu gosto das coisas do jeito que estão. Eu não quero que nada mude. Eu tenho uma boa família, apesar das brigas, eu estou bem do jeito que estou. Eu gosto dos meus amigos. Meus amigos são como meus irmãos”.

Pedro demonstra certa insegurança quando se mostra dividido entre a vontade de seguir seus planos e de continuar como está. Esse padrão pode ser visto como aquele da “recusa ao chamado,” descrita por Campbell (2008: 54), e exemplificada com a imagem do profeta hebreu Jonas ao se negar a cumprir as ordens de Deus, o que fez com que ele fosse engolido por uma baleia. Este padrão também é bastante utilizado pela mídia atual e geralmente é encontrado em personagens que tem um grande apego às suas famílias, amigos ou aos lugares onde vivem, como é o caso do próprio *Naruto* ao enfrentar seu primeiro inimigo real, ou *Luke Skywalker* ao se negar a largar sua família em *Star Wars*.

Conclui-se, nesta primeira parte da análise, que um conhecimento prévio de histórias de natureza arquetípica, tais como mitos, lendas, contos de fada ou esotéricos (Jung, 2000: 17), bem como um entendimento dos padrões utilizados pela cultura e mídia às quais o entrevistado tem contato, são necessários para que os padrões arquetípicos possam ser corretamente apontados e associados às suas narrativas. No entanto, a metodologia não se limita apenas a perguntas sobre as vidas pessoais dos entrevistados. Para uma análise completa da influência do animê sobre um determinado público, propõe-se identificar as fontes desta influência através das respostas dos entrevistados em relação à mídia analisada, e então a busca por semelhanças entre os padrões encontrados em suas narrativas e aqueles identificados por eles nas histórias. Ou seja, analisar processos que envolvam emoção por meio do transporte pela história e identificação com os personagens (Cohen; Talor, 2010). Respectivamente, é preciso: (1) determinar qual o tipo de envolvimento que o público tem com animê e como interpretam o texto; e (2) indicar se o público se identifica com algum personagem da história, o que deve ter um efeito a longo prazo sobre quem consome aquela mídia (Cohen, 2001: 249). Para isso, será usada a teoria da análise fenomenológica interpretativa.

3. Originalmente, *The Regular Guy* (Mark; Pearson, 2001).

ENVOLVIMENTO COM O TEXTO DA TV

Uma das funções da AFI é a de compreender através de processos de interpretação, como o entrevistado interpreta e vê seu mundo. A forma como eles interpretam aqueles produtos midiáticos que consomem pode auxiliar o pesquisador a entender melhor quem é o entrevistado e como ele compreende o meio analisado. Para isso, será utilizada a classificação de Liebes (1996), que apontou quatro possíveis tipos de envolvimento com os (ou leituras dos) textos da TV, como demonstrados na tabela a seguir:

TABELA 2 – QUATRO TIPOS DE ENVOLVIMENTO COM TEXTOS TELEVISIVOS DE ACORDO COM LIEBES

	REFERENCIAL	CONSTRUCIONAL
Fechado	Real Hegemônico/Confrontacional	Ideológico Diagnóstico/Oposicional
Aberto	Lúdico Subjuntivo	Estético Analítico/Crítico

Liebes explica cada um desses tipos baseado em outras teorias como as do modelo de codificação/decodificação de Hall (1980). Segundo Liebes (1996),

1. O ‘real’ prevalece quando personagens e situações são incorporados de forma não crítica à vida dos telespectadores e vice-versa.
2. O ‘lúdico’ é uma forma mais aberta de se ler, onde os telespectadores “praticam” diferentes opções para a reescrita do programa e de suas vidas, se relacionando aos personagens de forma subjuntiva e descompromissada.
3. O ‘ideológico’ permeia através das mensagens dos produtores (assumindo uma mensagem oculta de um metatexto).
4. A ‘estética’, que também é uma forma mais aberta, é onde os telespectadores discernem os blocos construcionais estéticos dos quais a narrativa é composta e mostram suas habilidades para construir alternativas.

Embora existam quatro tipos de leituras ou leitores, não se pode dizer que cada indivíduo pertença apenas a um grupo. Na verdade, todos os quatro tipos coexistem em uma mesma pessoa. No entanto, alguns tipos de leitura devem ser mais evidentes que outros. Para ilustrar as duas dimensões principais propostas por Liebes, no caso a *referencial* e a *construcional*, compararemos os casos de Pedro e Jorge. Pedro demonstra ser um leitor mais construcional, ao contrário de Jorge, que demonstra ser mais referencial. Os entrevistados ao falarem sobre a história de *Naruto*, demonstraram interpretar ou ler a mesma história sob

diferentes perspectivas. Pedro, como Maria, lembrou-se principalmente das características estruturais e lógicas da narrativa, colocando as ações em uma estrutura de início, meio e fim. Segundo ele,

No início tinha uma escola com crianças estudando para virarem ninjas. Aqueles alunos foram separados em sete grupos, três deles em cada grupo, e o Naruto ficou no sétimo grupo. Tinham fases, como exames, onde eles tinham que passar pra virarem ninjas. Eles passaram na primeira prova e na segunda, mas na terceira um cara chamado Orochimaru apareceu, tentando sequestrar o Sasuke que estava no grupo do Naruto, porque o Sasuke tinha umas habilidades que o Orochimaru queria pra ele [...]

Ao contrário de Pedro, Jorge se demonstrou mais emotivo ao se lembrar, principalmente, dos elementos da trama que mais o tocaram. Ao falar sobre a história de *Naruto*, Jorge disse:

Naruto é sobre a forma de conhecer coisas que você jamais imaginaria que pudesse aprender apenas assistindo um animê. Não é apenas aprender sobre ninjas, mas a história nos ensina sobre como passar pelos momentos ruins, como se comportar em lugares onde você não é bem vindo, como transformar os obstáculos em coisas que te façam mais forte [...]

Assim como Jorge, Paulo também demonstrou uma leitura mais emotiva e referencial. Leitores desse tipo tendem a ter mais facilidade a brincar com os aspectos da narrativa e fazer uma interação entre a ficção e suas realidades individuais (Liebes, 1996: 39). Frases como “aquela história é muito parecida com a minha,” ou “aquele personagem é exatamente como eu” são ditas frequentemente. A influência das histórias fictícias em suas vidas é mais facilmente encontrada, pois os próprios entrevistados fazem as correspondências entre o que veem na ficção e como agem na realidade. Jorge, por exemplo, diz que uma parte que o marcou em *One Piece* (outro animê) foi quando o personagem principal preferiu ficar preso em uma ilha para sempre para poder ajudar seus amigos.⁴ Em outra parte da entrevista ele lembrou um caso pessoal:

Uma vez eu estava em um parque e vi uns garotos mexendo com um outro lá, menor que eles e eu fui ajudar [...] Eu sabia que não tinha chance contra eles todos, mas virei pro cara que tava sendo agredido e falei: ‘Que bom que te encontrei, eu, o montanha e o monstro tava te esperando. Vamo atrás deles.’ Daí fomos embora. [...] Eu me senti tão bem, e eu acho que ele também nunca vai esquecer disso.

O padrão que Jorge apresenta fora do núcleo familiar está fortemente ligado a esse do companheirismo, ou necessidade de sociabilização que é

4. As referências à importância da amizade são comuns entre os fãs de animê por ser um dos temas principais de quase todas as histórias dos quadrinhos (mangás) e animações japoneses voltadas para os jovens (ou *shounen*) (Schodt, 1996: 90).

uma das marcas mais representativas do animê e que se associa ao arquétipo da ânima (Whitmont, 2004: 168), e possivelmente, esse padrão o tenha influenciado. Já os leitores que tendem a leituras construcionistas geralmente fazem conexões mais subjetivas entre a ficção e a realidade. Por exemplo, Pedro afirmou por algumas vezes que sua vida é repleta de altos e baixos e o quanto ele luta para vencer seus problemas. Quando falava sobre o animê *Bleach*, ele disse:

Eu gosto das cenas de lutas. Elas me inspiram. Bem, o fato é que numa luta ou você perde ou ganha, certo? Então, o que me inspira é que uma luta te ensina de várias formas, lutas não são apenas violência. Bem, eu não sei explicar direito, mas elas realmente me inspiram.

Pedro, por outras vezes, referiu-se a si mesmo como um estrategista, e que gostava de comentar com seus amigos de forma crítica as lutas que via nos animês. Aparentemente, para ele, as lutas são o mais importante dos animês e, principalmente, a forma como elas são conduzidas. O padrão da *Criança-Herói* se mantém, pois parte de seus problemas se concentra em sua necessidade de ajudar seus irmãos mais novos, o que para ele é uma *luta* diária. Pedro também se refere a isso quando fala de seus personagens preferidos, o que conduz ao processo de identificação com personagens midiáticos, que será explicado a seguir.

IDENTIFICAÇÃO COM PERSONAGENS MIDIÁTICOS

Segundo Cohen, o processo de identificação entre o público e o personagem é “um mecanismo através do qual os membros da audiência experienciam a recepção e a interpretação do texto como se os eventos estivessem ocorrendo com eles” (2001: 245). Cohen faz uma longa descrição do que é identificação e alerta para que esse mecanismo não seja confundido com outros, como os de imitação ou afinidade. No entanto, como a influência do animê supostamente modifica as atitudes e comportamento do público a um longo prazo, a teoria da identificação se faz importante em um primeiro estágio por depender da emoção.

O que se afirma aqui é que para que haja uma influência na identidade do indivíduo, primeiramente deve-se haver uma identificação com o personagem através de uma imagem, seja ela real ou imaginada, e desta forma o “membro da audiência terá empatia com o personagem e adotará a identidade daquele personagem” (Cohen, 2001: 252). E é exatamente através da imagem que o arquétipo se faz consciente, e a imagem que o carrega se torna um símbolo para quem com ela se identifica.

[Essa] é a maneira pela qual os arquétipos aparecem na experiência prática: são a um tempo imagem e emoção. E só podemos nos referir a arquétipos quando estes dois aspectos se apresentam simultaneamente. Quando existe apenas a imagem, ela equivale a uma descrição de pouca consequência. Mas quando carregada de emoção a imagem ganha numinosidade (ou energia psíquica) e torna-se dinâmica, acarretando consequências várias (Jung, 1996: 96).

Os personagens do animê podem se tornar símbolos para algumas pessoas, e nos animês existem tantos diferentes tipos de personagens que se torna fácil se identificar com um deles (Okuhara, 2009: 201). Para ilustrar a forma como essa teoria foi aplicada nesta pesquisa, citaremos novamente o caso de Pedro. O jovem se lembrou principalmente de três personagens, dois do animê *Bleach*, e um de *Naruto*, seus animês favoritos. Todos esses personagens refletem de alguma forma os padrões arquetípicos de sua vida, que foram extraídos de sua narrativa.

O personagem de *Naruto* a quem ele se refere é Shikamaru, um jovem muito tranquilo, que aparentemente não tem grandes ambições a não ser defender seus amigos e sua vila, mas que também é reconhecido por sua rapidez em criar estratégias. Segundo Pedro, Shikamaru “é muito calmo, relaxado e pensa muito. Tem muita gente que pensa muito como ele, eu gosto desse tipo de pessoa que cria estratégias”.

O segundo personagem é Kenpachi, do animê *Bleach*. Segundo suas palavras, “quando se fala sobre Kenpachi, se fala sobre força. Ele é muito forte. Ele usa um tapa-olho e luta com apenas uma mão. Mas quando ele tira o tapa-olho e usa as duas mãos, ele fica muito mais forte”. Sobre esse personagem, há dois elementos que devem ser notados: o primeiro é que Pedro mostra que entende o significado da existência do tapa-olho ao falar que ele representa a força interior que todos têm dentro de si. De acordo com Liebes (1996), essa seria uma característica do leitor ideológico ao identificar o metatexto. O segundo elemento seria a importância que Pedro dá a personagens não apenas inteligentes, mas também fortes, o que se relaciona ao seu terceiro personagem predileto, Hitsugaya, também do animê *Bleach*.

Hitsugaya é uma criança sobrenatural, cujos poderes superam os de quase todos os adultos da série. Quando perguntado sobre a razão de sua preferência pelo personagem, Pedro respondeu que “é por conta do fato dele ser uma criança, sua aparência.” E continua, “ele tem poderes que todos os jovens sonham em ter. Uma criança de nove anos ter a força de um adulto é impossível, certo?”.

A adolescência representa uma fase onde a criança se prepara para a vida adulta, deixando o núcleo familiar (Erikson, 1968: 87). Personagens como

esses são atrativos por darem a noção de que o jovem também pode ser forte e enfrentar seus problemas como um adulto. E nos animês inúmeros exemplos semelhantes são facilmente encontrados. Esse tipo de personagem representa um dos aspectos da cultura japonesa que é o da independência infantil, visto que os adultos esperam que seus filhos sejam capazes de fazer quase tudo sem auxílio e principalmente se comportar bem diante de terceiros (Elza, 2009: 56-57).

Assim como Pedro, os outros entrevistados também revelaram seus personagens prediletos e processos de identificação foram checados através da forma como eles os citavam, sempre demonstrando elevados graus de excitação e emoção. Além disso, como foi exemplificado, é necessário verificar a relação da narrativa pessoal do entrevistado para aquela dos personagens, através de suas próprias palavras e percepções, o que torna mais fácil apontar a influência do meio e principalmente a origem daquela influência.

SOBRE INFLUÊNCIA E IDENTIFICAÇÃO

Ao se trabalhar com narrativas, pode-se verificar a influência dos animês e suas histórias e personagens, sobre um determinado público através de repetições tematólogicas e das emoções expressas pelos fãs das séries ao debaterem sobre as mesmas. A metodologia narrativa permite que o entrevistado se sinta livre para falar sobre si mesmo e sobre seus programas favoritos, o que favorece que padrões de ordem arquetípica venham à tona e possam ser analisados pelo pesquisador. Esses padrões podem ser tidos como responsáveis por uma influência na forma com que o entrevistado vê o mundo, mas também como o mundo o vê, pois aquele padrão representa a sua imagem e a sua identidade perante os outros. Desta forma, uma análise de influência do animê através de padrões arquetípicos, nos leva a duas conclusões principais:

A primeira é que uma interação ocorre entre o receptor e a mensagem em níveis arquetípicos. Ou seja, o receptor que vive por um determinado padrão arquetípico procura por histórias e personagens que forneçam imagens relacionadas a esse padrão. O mesmo pode ser dito sobre pessoas cujas demandas inconscientes o façam buscar imagens carregadas de energia psíquica. Por exemplo, jovens em fase de maturação que buscam, mesmo que inconscientemente, por imagens que o auxiliem a transpor tal fase ou momentos atribulados. Como afirmou Campbell (1998: 61),

A imagem ajuda você a se identificar com a força simbolizada. Você não pode esperar que uma pessoa se identifique com uma coisa indiferenciada ou uma coisa qualquer. Mas quando você lhe fornece elementos que apontem para certas percepções, a pessoa pode acompanhar.

Ou em outras palavras, o que Campbell afirma é que a imagem deve representar algo para quem a vê, se ela não significa nada, não haverá identificação.

A segunda é que esses fãs de animê demonstraram se identificar com diferentes tipos de personagens que não apenas os principais, o que demonstra uma gama de possibilidades para os estudos de padrões arquetípicos e de características de personagens.

Foi proposto com essa pesquisa que novas formas de se abordar as influências na identidade dos jovens sejam debatidas, principalmente as relacionadas ao campo da psicologia analítica. Se a influência na identidade dos jovens, tal como a identificação, for entendida como um processo de origem emocional, suas pesquisas devem se estender além dos campos da psicologia cognitiva para aqueles do estudo do inconsciente coletivo e dos arquétipos. ■

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BENETT, Andy; KAHN-HARRIS, Kieth. *After subculture*. New York: Palgrave Macmillan, 2004.
- CAMPBELL, Joseph. *The hero with a thousand faces*. California: New World Library, 2008.
- . *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1998.
- COHEN, Jonathan; TALOR, Nurit. Understanding audience involvement: conceptualizing and manipulating identification and transportation. *Poetics*. v. 38, n. 4, p. 402-418, 2010.
- . Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*. Philadelphia: Routledge, v. 4, n. 3, p. 245-264, 2001.
- DRAZEN, Patrick. *Anime Explosion: the What? Why? & Wow! of japanese animation*. California: Stone Bridge Press, 2003.
- ELZA, Cary. We all Live in a Pokemon world: animated utopia for kids. In: WEST, Mark (Org.). *The japanification of children's popular culture*. Maryland: Scarecrow Press, 2009.
- ERIKSON, Erik. *Identity youth and crisis*. New York: Norton, 1968.
- GIESER, Suzanne. *The innermost kernel*. New York: Springer, 2005.
- HALL, Stuart. Encoding/Decoding. In: Hall, S. (Ed.). *Culture, media and language*. New York: Routledge, p. 128-138, 1980.
- HAUKE, Christopher; ALISTER, Ian. *Jung & Film: post-jungian takes on the moving image*. Philadelphia: Taylor & Francis Inc., 2001.
- . *Jung and the Postmodern*. London: Routledge, 2000.
- HENDERSON, Joseph L. Ancient myths and modern man. In: JUNG, Carl G. (Org.). *Man and his symbols*. New York: Anchor Press Book, 1988.

- HOLLIS, James. *Mitologemas*. São Paulo: Paulus, 2005.
- JUNG, Carl. G. *Os Arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- _____. Chegando ao Inconsciente. In: JUNG, Carl G. (Org.). *O Homem e seus Símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.
- KAWAI, Hayao. *Muishiki no Kouzou*. Tokyo: Chuukou Shinsho, 1991.
- LIEBES, Tamar. Notes on the struggle to define involvement in television viewing. *Reseaux*. v. 4, n. 1, p. 35-46, 1996.
- MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. *The Hero and the Outlaw*. New York: McGraw-Hill, 2001.
- MORGAN, Michael; et. al. Growing up with television: cultivation processes. In: BRYANT, Jennings; OLIVER, Mary (Org.). *Media effects: advances in theory and research*. New York: Routledge, 2009.
- MURRAY, Michael. Narrative psychology. In: SMITH, Jonathan (Org.). *Qualitative Psychology*. New Jersey: Sage, 2008.
- NAKAMURA, Ichiya; ONOUCHI, Megumi. *Nihon no poppu pawaa*. Nihon Keizai Shinbunsha, Tokyo. 2006.
- NAPIER, Susan. *Anime from Akira to howl's moving castle*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- OKABAYASHI, Kensuke. *Manga for dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing, 2007.
- OKUHARA, Rieko. The censorship of japanese anime in america: do american children need to be protected from dragon ball?. in: west, mark (org.). *The japanification of children's popular culture*. Maryland: Scarecrow Press, 2009.
- ROESLER, Christian. A narratological methodology for indentifying archetypal story patterns in autobiographical narratives. *Journal of Analytical Psychology*. v. 51, n. 4, p. 574-586, 2006.
- SATO, Cristiane. A cultura popular japonesa: anime. In: *Cultura pop japonesa: manga e anime*. Sao Paulo: Hedra, 2005.
- SCHODT, Frederik. *Dreamland Japan*. California: Stone Bridge Press, 1996.
- SINGER, Thomas. *The vision thing: myth, politics and psyche in the world*. London: Routledge, 2000.
- SMITH, Jonathan; OSBORN, Mike. Interpretative phenomenological analysis. In: SMITH, J. (Org.). *Qualitative Psychology*. P. 51-80 New Jersey, Sage: 2003.
- VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor*. Rio de Janeiro: Ampersand, 1992.
- VON FRANZ, Marie. *A sombra e o mal nos contos de fada*. São Paulo: Paulus, 2002.
- WADDELL, Terrie. *Wild/Lives: Trickster, place and liminality on screen*. London: Routledge, 2009.
- WHITMONT, Edward. *A busca do símbolo*. São Paulo: Cultrix, 2004.

Artigo recebido em 19 de janeiro de 2012 e aprovado em 26 de março de 2012.