

“Que trabalho divertido! Mas... a parte da felicidade é algo que nunca senti de verdade”: a representação da figura *idol* em *Oshi no ko*¹

Esther Sousa e SOUSA²
Fernando Felipe Monteiro de OLIVEIRA³
Fabiana Cardoso de SIQUEIRA⁴
Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, PB

RESUMO

O anime *Oshi no ko* (2023) começa a partir da jornada da jovem Ai Hoshino para se tornar uma *idol* famosa no Japão. Para se adaptar às pressões e exigências da indústria do entretenimento, ela passa a inventar mentiras e a vestir uma máscara performática não apenas dentro, mas também fora dos palcos. Assim, o presente resumo expandido explora o desenvolvimento da cultura *idol* no Japão, a partir de Galbraith *et al.* (2012), bem como os desdobramentos desses artistas no contexto de mídias sociais (Jenkins, 2008) e do espetáculo (Debord, 2006).

PALAVRAS-CHAVE: *Oshi no ko*; entretenimento; performance; espetáculo; cultura *idol*.

INTRODUÇÃO

A partir da década 1970, iniciou-se o chamado “fenômeno idol”, momento inédito e marcante dentro da indústria da música e do entretenimento. Galbraith *et al.* (2012) definem o termo *idols* como:

[...] uma palavra usada no Japão para se referir a cantores altamente produzidos e promovidos, modelos e personalidades midiáticas. Idols podem ser homens ou mulheres, e tendem a ser jovens, ou apresentam a si mesmos como tal; eles são apelativos para várias demografias, e frequentemente amplos setores transversais da sociedade (Galbraith *et al.*, 2012, p.2, tradução nossa).

A grande popularidade deles reside justamente na persona criada para serem expostas no palco a cada show, entrevista e propaganda. No entanto, na tentativa de apresentar ao público essa imagem aparentemente perfeita gera consequências negativas tanto para a comunidade de fãs quanto para o próprio artista. A partir dessas temáticas, o anime *Oshi no ko* (2023) oferece situações e debates que atravessam essa esfera glamourosa da performance e toca em pontos sensíveis dos bastidores da indústria do entretenimento.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Estudos de Cultura Pop e Comunicação), evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação 8º. Semestre do curso de Jornalismo do CCTA/UFPB, e-mail: esther.sousa@academico.ufpb.br

³ Estudante de Graduação 6º. Semestre do curso de Jornalismo do CCTA/UFPB, e-mail: fernando99fmo@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do CCTA/UFPB, e-mail: fabiana.siqueira@academico.ufpb.br

Ai Hoshino é a líder de um grupo *idol* em ascensão, o B-Komachi. Ainda jovem, ela rapidamente compreende que, para além de talento, a indústria do entretenimento exige uma performance perfeita, que não contenha falhas e seja capaz de arrebatrar multidões e conquistar fãs fiéis, pois são eles quem mantêm o sucesso, e por conseguinte, a rentabilidade do artista.

Embora o tema dos *idols* gerar opiniões diversas, desde uma grande admiração até indiferença por parte de algumas pessoas, é notável que esses músicos, dançarinos e performers impactam consideravelmente a cultura e a economia não somente do Japão, como também de outros países asiáticos.

VIDA PÚBLICA E PRIVADA

Ai Hoshino é uma adolescente órfã que ainda garota acaba num lar temporário após a prisão de sua mãe, que mesmo depois de solta não vai buscá-la. Ao receber a proposta de um agente para integrar um grupo de garotas, Ai nega de pronto por, segundo ela, as *idols* precisarem dizer que amam os fãs, o que ela seria incapaz. O agente insiste e afirma que ela não precisa falar a verdade porque os fãs desejam a mentira e que *idols* expressam o amor por meio da performance delas, que o 'eu te amo' pode ser dito por meio das letras, dança e por permanecer bonita e mesmo que seja mentira um dia ela pode se tornar verdade. Sobre essa contradição entre real e ficcional, Galbraith *et al.* (2012, p. 186, tradução nossa) explica que “[...] o *idol* é uma ficção que tem efeitos/afetos muito reais. Não se trata de confundir a distinção entre ficção e realidade, mas sim de qualificar a ficção como tal”. Fascinada com a ideia de que para mentir precisa ter talento e que ela pode fazer das mentiras uma verdade no futuro, Ai decide se tornar uma *idol*.

Para Debord (2006, p. 14), “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por imagem”. Em *Oshi no Ko*, Ai opta por abandonar a imagem de adolescente órfã com um passado de abandono para se tornar uma idol que expressa sentimentos fabricados que ela busca sentir de verdade para o público e para os que estão no seu entorno. É na indústria *idol* que ela encontra uma maneira de buscar, ao interpretar a felicidade e o amor para o público, seus próprios sentimentos de felicidade e amor. Debord (2006) explica como o espetáculo e o real se emaranham ao ponto de que a influência de um no outro não pode ser apontada facilmente:

Não é possível fazer oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva; este desdobramento também é desdobrado. O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si própria a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente. (Debord, 2006, p. 15)

Após engravidar, para evitar escândalos, ela decide ir até uma cidade do interior, onde não seria reconhecida, para dar a luz aos seus filhos. Na primeira consulta, quem a atende é Gorou Amemiya, médico que passou a ser fã da *idol* depois de ser apresentado a ela por Sarina, paciente dele. A partir desse momento, o médico passa a entrar em conflito pois seu desejo de fã se confunde com o que se espera de um médico. Ai como uma *idol* em ascensão desperta nele um desejo que ele qualifica como egoísta de querer vê-la no auge o que seria difícil considerando que ela teria que equilibrar a maternidade e o trabalho.

Quando Gorou Amemiya se revela como fã para Ai, questiona se ela pretende deixar de ser idol. Ai expõe o desejo de formar uma família, o que ela nunca teve, e continuar subindo aos palcos levando a vida de uma idol. Ai mostra seu ponto de vista sobre a indústria de idols, dizendo que elas só brilham através da mentira e que esconder os próprios filhos do público significa ser uma “*idol* de primeira”.

Galbraith (2012) a partir da carreira de Agnes Chan explica como casamento e maternidade são tratados no caso de *idols* do mercado japonês:

Até muito recentemente, esperava-se que os idols no Japão que decidissem casar ou ter uma família se retirassem da vida pública. Idols populares como Yamaguchi Momoe, Mori Masako e Sakurada Junko abandonaram as suas carreiras quando decidiram casar, e especula-se que muitas idols femininas escolheram o casamento ou a maternidade como forma de escapar à pressão crescente exercida pelos seus empresários para manterem carreiras de sucesso, já que não se esperava que continuassem a trabalhar após o casamento (Galbraith, 2012, p. 157, tradução nossa).

O limite até onde uma *idol* pode agir sob os olhos do público quando se trata de maternidade e o casamento transformaram a carreira de Agnes Chan em tópico de debate público em diversas esferas da sociedade ao ponto dela mudar de carreira e se tornar uma acadêmica e ativista, como explica Galbraith (2012):

Quando Chan, ao trazer o filho para o trabalho, violou o entendimento da mídia de que um idol não deve ter vida pessoal e deve se dedicar inteiramente à sua profissão, ela foi severamente criticada pela mídia japonesa. Só depois de passar pelo processo de transgressão e de se tornar uma acadêmica e ativista é que Chan se manteve sob os olhos do público. (Galbraith, 2012, p. 158, tradução nossa)

Agnes contestou as convenções da indústria dos *idols* ao fazer público o casamento e o filho, o que afetou diretamente a imagem que a indústria almeja para vender em massa a figura da idol. O que explica Galbraith (2012):

Depois de passar tantos anos a trabalhar dentro da estrutura rigorosa do mundo do espetáculo japonês e das convenções dos idols japoneses, Chan atreveu-se a mostrar a realidade por trás dos sonhos que o mundo do espetáculo vende. Ela já não era apenas um produto para consumo, não era mais uma idol para ser protegida, e não era mais inocente. Em vez disso, ela fez o impensável para um idol, expôs a sua vida pessoal - um ato que ameaçou destruir os sonhos dos seus fãs de todo o Japão (Galbraith, 2012, p. 161, tradução nossa).

Ai deseja a felicidade que o trabalho de ser *idol* traz, assim como a felicidade de ser mãe. São desejos que historicamente se mostram incompatíveis na indústria japonesa de *idols*, onde a imagem de pureza e disponibilidade total aos fãs sempre prevaleceu sobre a realização pessoal. O caso de Agnes Chan evidencia como a maternidade e a carreira de *idol* representam um conflito cultural profundo no Japão, onde transgredir essas fronteiras ainda é visto como uma ruptura com as expectativas tradicionais. Através desse conflito, podemos compreender o caráter revolucionário do desejo de Ai em conciliar esses dois mundos aparentemente inconciliáveis por meio da mentira. O Gorou Amemiya reconhece o potencial da *idol*, chega a um consenso sobre as visões de fã e médico e decide realizar o parto da adolescente.

PERFORMANCE

O primeiro episódio de *Oshi no ko* é responsável por apresentar a personagem de Ai Hoshino, e a condução narrativa conseguiu deixar a marca dela nos capítulos seguintes, mesmo que ela tenha sido assassinada e seja apenas lembrada, seja pela vida pública ou pelos segredos da vida particular.

Apesar de ser uma adolescente quando iniciou a carreira de *idol*, Ai logo se acostumou às demandas daquela profissão. Galbraith e Karlin (2012) explicam que esse trabalho não se reduz apenas a cantar em cima de um palco para multidões, mas também envolve posar para fotografias e aparecer constantemente na mídia.

Dessa forma, percebe-se que não se trata apenas da voz ou dos passos de dança, mas do próprio artista, este que é o real produto. Com isso em mente, entende-se o porquê de Ai ter criado uma máscara de si mesma, e com uma frequência cada vez maior, passou a usá-la.

Carismática, fofa, alegre e talentosa, todos adjetivos que poderiam descrever a *idol* no momento de ascensão, ao ponto de ofuscar as demais colegas dentro do B-

Komachi. Embora esse não seja o foco do anime, é perceptível que o isolamento de Ai tem início dentro do próprio trabalho, afinal, na corrida pela fama, ela teria que passar à frente das demais *idols*, e com essa “guerra fria”, é possível compreender o motivo para que a interação feminina mais marcante seja a de Ai com a esposa do agente dela.

Essa competitividade não existe apenas a nível interno, como também é proveniente do meio em que essas *idols* estão inseridas. Existe um grande esforço para criar a imagem de uma garota perfeita, jovem, bonita e devotada ao público, e se os fãs oferecem devoção e dinheiro a elas, por outro lado, possuem exigências próprias.

Ao falar no fenômeno da criação de comunidades de fãs, Jenkins (2008) elucida que:

A força de uma conexão é medida em termos de seu impacto emocional. A experiência não deve ser contida em uma única plataforma de mídia, mas deve estender-se ao maior número possível delas. A extensão de marca baseia-se no interesse do público em determinado conteúdo, para associá-lo repetidamente a uma marca (Jenkins, 2008, p.106).

Ainda mais no atual contexto de produção de conteúdos para compor as diversas redes sociais (Instagram, Tik tok, X etc.), a imagem do idol é constantemente apresentada e comentada. Para quem é fã, sentir-se tão próximo do próprio ídolo ao ponto de, teoricamente, acompanhar cada passo dele, é algo poderoso, e que tende a gerar cada vez mais obsessão. A partir de um estudo de caso do programa American Idol, continua Jenkins (2008):

Por serem os personagens pessoas reais, cujas vidas vão além das fronteiras da série, os espectadores são levados a sentir que há muito mais coisas que poderiam saber sobre eles, o que proporciona um incentivo à procura de informações adicionais em múltiplos canais de mídia (Jenkins, 2008, p.126).

O anime mostra essa vontade por informações e até por um vínculo mais particular com o artista na figura de um *stalker*, uma pessoa que segue a Ai por onde ela vai, por mais que o agente dela tente esconder alguns aspectos da vida dela, como o fato dela ter engravidado. Apesar dos esforços, o *stalker* não apenas descobre dos filhos da *idol*, como vai até a casa dela para matá-la ao se sentir traído.

O *stalking*, particularmente, possui diversas abordagens para se iniciar o debate. Dentro da minissérie da Netflix *Bebê Rena* (2024), é apresentado um caso em que um aspirante a comediante, cuja fama é bem menor que a de um *idol*, passa a ser perseguido constantemente por uma mulher que ele conheceu em um bar. Ao longo dos capítulos, essa relação se torna cada vez mais complexa e sombria, e assim, auxilia no entendimento do público dos mecanismos utilizados por um *stalker* para se aproximar

cada vez mais da pessoa por quem é obcecado e as consequências a curto e longo prazo desse fenômeno.

Se algo tão sério pode acontecer mesmo às pessoas ditas “comuns”, na esfera dos *idols*, isso se torna ainda mais intenso e fatal. Como a imagem do artista está diretamente atrelada ao trabalho dele, juntando-se ao fato de a exposição de informações nas mídias sociais ser cada vez mais veloz e cada vez maior, o terreno para que os *idols* sejam perseguidos na vida privada é ainda mais fértil, e, como demonstrado em *Oshi no ko*, pode custar a vida.

Mesmo prestes a morrer, Ai novamente usa a máscara que criou para si mesma, só que isso acontece involuntariamente, pois as mentiras que inventou para se proteger acabaram, com o tempo, tornando-se verdades para ela própria. Nos derradeiros momentos, ela se questiona sobre a vida que teve e, especialmente, sobre o que sentia sobre a própria identidade com as relações com os colegas de trabalho, filhos, fãs etc.

É neste momento que fica explícito para o público as consequências dessa cultura de ampla exposição nas redes e performance para agradar os fãs à saúde mental: a artista se tornou uma pessoa vazia, com dúvidas sobre os próprios sentimentos e qualquer coisa, boa ou ruim, que aconteceu a ela.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o universo *idol* esteja crescendo em sucesso em rentabilidade tanto nos países asiáticos quanto no mundo inteiro, a temática ainda precisa de estudos e análises que deem conta dos aspectos sociais, culturais, psicológicos e políticos que norteiam a temática. O presente resumo trouxe alguns pontos, a partir do anime *Oshi no ko* (2023), que propõem uma reflexão sobre a saúde mental desses artistas e dos efeitos que a sociedade tem na formação de ídolos, performances e espetáculos.

REFERÊNCIAS

GALBRAITH, Patrick. *et al.* (Org.). **Idols and Celebrity in Japanese Media Culture**. Tóquio: Palgrave Macmillan, 2012.

DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

OSHI no ko. Direção de Daisuke Hiramaki. Japão: Estúdio Doga Kobo, 2023. Anime disponível nas plataformas Netflix e Crunchyroll. Acesso em: 23 fev. 2025.