

CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ
HISTÓRIA - LICENCIATURA

HUGO RIBEIRO BERNARDO

O MANGÁ: A PONTE ENTRE JAPÃO E BRASIL E SEU IMPACTO NO BRASIL

Ribeirão Preto

2021

HUGO RIBEIRO BERNARDO

O MANGÁ: A PONTE ENTRE JAPÃO E BRASIL E SEU IMPACTO NO BRASIL

Trabalho de conclusão de curso de História do
Centro Universitário Barão de Mauá para
obtenção do título de licenciado.

Orientador: Prof^a. Ma. Liliane Cury Sobreira.

Ribeirão Preto

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

B444m

Bernardo, Hugo Ribeiro

O mangá: a ponte entre o Japão e o Brasil e seu impacto na cultura brasileira/ Hugo Ribeiro Bernardo - Ribeirão Preto, 2021.

63p.il

Trabalho de conclusão do curso de História do Centro Universitário Barão de Mauá

Orientador: Me. Liliane Cury Sobreira

1. Cultura japonesa 2. Manga 3. Indústria cultural I. Sobreira, Liliane Cury II.
Título

CDU 316.77

Bibliotecária Responsável: Iandra M. H. Fernandes CRB⁸ 9878

HUGO RIBEIRO BERNARDO

**O MANGÁ: A PONTE ENTRE JAPÃO E BRASIL E SEU IMPACTO NAS TERRAS
TUPINIQUINS**

Trabalho de conclusão de curso de História do
Centro Universitário Barão de Mauá para
obtenção do título de licenciado.

Data de aprovação: 08/12/2021

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Ma. Liliane Cury Sobreira
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Prof^a. Dra. Nainora Maria Barbosa de Freitas
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Examinador 3
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Ribeirão Preto

2021

Dedico esse trabalho aos meus pais e aos meus antepassados.

AGRADECIMENTO

Agradeço a todos aqueles que estiveram junto a mim nesta jornada; minha mãe que sempre demonstrou ser uma pessoa boa e determinada; meu pai por ser um homem trabalhador e honesto sempre gentil e calmo; minha prima Maíra Ribeiro de Oliveira com seu humor e espontaneidade foi uma influência positiva; minha avó Elenise Ribeiro, por ser sempre um exemplo de humildade e sabedoria; agradeço também ao meu namorado Guilherme Silva de Matos Ribeiro cuja companhia sempre me deu forças para continuar.

Agradeço aos meus amigos os cabeludos, Arthur Robles Baio por sua ajuda inestimável durante toda a faculdade não só como representante de classe, mas como amigo Gustavo Valente uma das melhores pessoas que eu poderia conhecer um grande camarada e companheiro para conversas e jogatinas, Victor Barbosa Finoti seu bom humor e irreverência são contagiantes sem uma ótima pessoa para conversar tanto quando está sóbrio e bêbado, Rafael Elizandro Mataruco seu conhecimento e bom humor foram vez dele uma ótima companhia dentro desses 4 anos e Thales Carloto Araújo um grande mestre de RPG um ótimo elemento para aliviar as tensões ao longo desses anos e não seria dessa forma sem um mestre exemplar.

Também agradeço meus amigos de fora da faculdade Girrim Rick Luo e Lucas Niimi Yabuta por serem meus amigos e sempre podermos compartilhar bons momentos, além de Arthur Fiorati Faria começou como um amigo só um amigo de um amigo hoje, tornou-se um grande amigo.

Por último aos professores da casa, mas em especial, Nainora Maria Barbosa de Freitas e Liliane Cury Sobreira por serem mais que professores excelentes, mas também um exemplo a ser seguido na vida.

“Nunca deixe que seu fogo apague”
(Duke Hyou)

RESUMO

A organização das formas de produção da cultura vem se transformando. Nos últimos anos, a cultura passou por um processo de transformação, organizando assim a produção cultural ao modelo da produção das fábricas e das diferentes formas de economia do sistema global. O Japão sendo uma das principais potências econômicas da modernidade, vem cada vez mais sendo um polo de exportação de produtos culturais, essa exportação para o Brasil começou informal e sem planejamento, porém, nas últimas décadas o país tem importado de forma cada vez mais racionalizada, produtos culturais japoneses que trazem consigo toda uma bagagem cultural e uma história da produção e da sociedade. Ao entrar em contato com essa produção, ela modificou o imaginário coletivo dos brasileiros e gera um espaço cultural dos *fãs* promovendo uma inter-relação entre a cultura das terras tupiniquins e do país do sol nascente. Perante esse contexto, levanta-se como problema de pesquisa: explicar como o mangá, linguagem de expressão da cultura japonesa apropriado pela indústria cultural mundial, saiu das fronteiras do Japão e se tornou um fenômeno amplamente aceito em países como o Brasil, bem como os impactos desse fenômeno no público consumidor brasileiro e como objetivos: compreender a indústria cultural como uma indústria que se apropria e produz cultura, no âmbito da lógica do capitalismo cultural industrial e a formação da cultura pop; apresentar a história dos mangás como produto da cultura pop japonesa, sua origem e transformações ao longo do tempo; explicar os impactos dos mangás no público consumidor brasileiro. Para responder ao questionamento e cumprir os objetivos propostos, o percurso metodológico adotado foi a pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa cujos dados foram colhidos em artigos, livros, teses e fragmentos de mangás.

Palavras-chaves: Cultura japonesa. Cultura brasileira. Indústria cultural. Mangá.

ABSTRACT

The organization of the forms of culture production has been changing. In recent years, culture has undergone a transformation process, thus organizing cultural production to the model of factory production and the different forms of economy in the global system. Japan, being one of the main economic powers of modernity, has increasingly been a hub for the export of cultural products. This export to Brazil started informally and without planning, however, in recent decades the country has been importing in an increasingly rationalized manner. Japanese cultural products that bring with them a whole cultural baggage and a history of production and society. Upon coming into contact with this production, she changed the collective imagination of Brazilians and generated a cultural space for fans, promoting an interrelationship between the culture of the Tupinikim lands and the country of the rising sun. In this context, a research problem arises: to explain how manga, the language of expression of Japanese culture appropriated by the world cultural industry, left the borders of Japan and became a widely accepted phenomenon in countries like Brazil, as well as the impacts of this phenomenon on the Brazilian consumer public and as objectives: to understand the cultural industry as an industry that appropriates and produces culture, within the logic of industrial cultural capitalism and the formation of pop culture; present the history of manga as a product of Japanese pop culture, its origin and transformations over time; explain the impacts of manga on the Brazilian consumer public. In order to answer the question and fulfill the proposed objectives, the methodological approach adopted was the bibliographical research of a qualitative nature, whose data were collected in articles, books, theses and manga stretches.

Keywords: Japanese culture. Brazilian culture. Cultural industry. Mangá.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Arco indígena	15
Figura 2 – Arco japonês	15
Figura 3 – Armadura O-yorio	17
Figura 4 – Armadura Do-maru	17
Figura 5 – Cartaz do Filme a viagem de Chihiro de 2001	24
Figura 6 – Guaraná Caçulinha de Pokémon, produto que foi sucesso nos anos 2000	25
Figura 7 – Mangá <i>Berserk</i>	28
Figura 8 – <i>kanjis</i>	30
Figura 9 – <i>ukiyo-ê</i>	33
Figura 10 – <i>Toba-ê</i>	33
Figura 11 – Mangá <i>Kingdom</i>	37
Figura 12 – <i>Shogaku</i>	39
Figura 13 – <i>Shoujo (Sakura card captors)</i>	40
Figura 14 – Shonen Jump magazine (One Piece, Boku no Hero Academia, Yakusoku no Neverland, Black Clover, kimetsu no yaiba, Doctor Stone, etc)	41
Figura 15 – <i>Seinen (kingdom)</i>	42
Figura 16 – <i>Josei (Petit Comic)</i>	43
Figura 17 – <i>Hentai (FutariH)</i>	44
Figura 18 – Lobo Solitário edição de 1989	48
Figura 19 – <i>Maids dos maids cafés de Akihabara</i>	52
Figura 20 – <i>Cosplayers na 20º do RPAF</i>	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Dados da população japonesa que chegou ao Brasil.

46

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	CULTURA UM PANORAMA HISTÓRICO.....	13
2.1	Um panorama sobre cultura.....	13
2.2	A Indústria e cultura	19
3	MANGÁS	29
3.1	O que são os mangá	29
3.2	As Origens do Mangá: da gênese à modernidade.....	31
3.3	O Mangá na atualidade.....	37
3.4	Os gêneros dos mangás	42
4	BRASIL: A INFLUÊNCIA DO POP JAPONÊS ATRAVÉS DO MANGÁ.....	50
4.1	A chegada do mangá no Brasil	50
4.2	Os Otakus	56
5	CONCLUSÃO	61
	REFERÊNCIAS	62

1 INTRODUÇÃO

O Brasil no final década de 1980 passou a comprar os direitos e publicar os *mangás* que são as revista em quadrinho japonesas, ao longo do trabalho iremos percorrer a história da arte de um dos eixos desta pesquisa o Japão, porém o principal tempo que esse trabalho ambiciona trabalhar são as décadas da metade e do final do século XX para tentar entender o impacto dos mangás no público brasileiro hoje, nessa perspectiva trabalharemos com a história contemporânea, essa pesquisa se insere em um espaço dual entre Brasil e Japão, a hipótese principal a ser trabalhada seria assim que a penetração desses quadrinhos japoneses produzindo uma mudança nas referências e moralidades dos consumidores brasileiros, ao dialogar sobretudo com autores da área da comunicação será possível entender como a indústria cultural japonesa construiu uma relação de *soft power* com os seus consumidores e como para tal indústria é necessária a construção de uma base de *fãs*, os brasileiros ao entrarem em contato com essa base de referências a ressignificar essas miríade de valores e ideologias dos *mangás* à sua própria maneira, criando assim uma diferença entre o *fã* brasileiro e o *fã* japonês.

O tema tem sua importância no cenário atual, sobretudo por discussões iniciadas pelos frankfurtianos sobre a temática da indústria cultural. Porém, foram especificamente as obras de Karl Marx e Friedrich Engels, José Teixeira Coelho Netto, Sonia Bibe Luyten além de Étienne Barral que inspiraram a leitura deste trabalho, sobretudo sobre a questão da construção de um *soft power* japonês. Tomando as obras japonesas enquanto conteúdos de uma mídia capitalista moderna, não seria equivocado falar que, em suas produções, existe a ideologia dominante do povo e da classe que as elaboraram, além dos impactos sociais que a nova tribo urbana, os otakus, gera na sociedade.

A escolha do tema se deu através de uma série de fatores que sempre despertaram curiosidade. Durante o 6º ano, tive os primeiros contatos com a comunidade *otaku* a qual faço parte atualmente. Quando entrei para a faculdade, porém, o interesse levou-me a pesquisar e ler sobre o assunto, direcionando o foco sobre o mangá e a própria comunidade. Nesta medida, é válido falar que faço parte dos jovens que têm os produtos da indústria cultural japonesa dentro do seu portfólio de referências, mas não nego o senso crítico e romantização de muitos aspectos da cultura e sociedade japonesa que são mostrados e por isso dediquei-me a buscar mais sobre o tema.

O presente trabalho consiste em uma pesquisa qualitativa, na medida em que promovemos análise de imagens não só de recorte de alguns *mangás* selecionados, mas também de outros aspectos importantes no desenvolvimento tanto do *mangá* como da comunidade de *fãs*; a pesquisa usou em principal revisão bibliográfica como forma de pesquisa ao trabalhar com a leitura dos autores já citados nesta introdução.

Este trabalho é composto por três capítulos. O primeiro apresenta uma introdução a um dos princípios norteadores da pesquisa: a indústria cultural. Para isso, dialogaremos com José Teixeira Coelho Netto, Karl Marx e Friedrich Engels, além de artigos afins como suportes para analisar o que é o desenvolvimento e o atual estado da indústria cultural..

No segundo capítulo, usaremos muito Sonia Bibe Luyten e Giovana Santana Carlos, além de outros artigos, apropriando-nos, sobretudo, da leitura de Bibe Luyten para compreendermos o *mangá* como produto da indústria cultural, cuja existência não seria possível sem esse modo de produção fabril e ligado ao capital. Também serão abordados temas como a história da arte no Japão e como o moderno *mangá* herda da cultura tradicional japonesa referências que irão diferencia-lo da HQ, além de discutirmos como o *mangá* está nos dias atuais, bem como suas classificações.

No terceiro capítulo, trazemos o Brasil em foco, primeiro sobre a introdução do *mangá* nas terras tupiniquins e em segundo momento para falar da formação da importância do *mangá* na base da comunidade/ tribo urbana otaku dentro da sociedade brasileira, colocando os otakus brasileiros em comparação aos seus pares japoneses. Para tal, lidaremos novamente com as leituras de Sonia Bibe Luyten, Giovana Santana, além de Étienne Barral.

2 CULTURA UM PANORAMA HISTÓRICO

Procura-se neste capítulo, fazer apontamentos sobre a indústria cultural japonesa e sua influência no Brasil, buscando compreender como o processo da indústria cultural brasileira, como importadora e consumidora de tal cultura vinda dos países do sol nascente, importa tantas referências a ponto de hoje poder se falar em jovens *otakus* (fã da cultura japonesa, o termo será melhor definido mais adiante no texto) dentro do Brasil.

Nesse primeiro capítulo, faremos uma abordagem teórica de termos como cultura, a definição de cultura erudita e popular levantando se essa subdivisão ainda nos nossos dias tem relevância, a partir da obra “O que é a indústria cultural” do autor Teixeira Coelho (1997). Também será feita uma breve abordagem, com base em revisão bibliográfica, sobre o campo de estudo cultural e o desenvolvimento dos meios de produção necessários para o aparecimento da lógica do capitalismo industrial cultural, a abrangência do capitalismo como um modo de produção que não domina por meio da infraestrutura (modo de produção capitalista) quanto pela superestrutura (nesse acaso a cultura industrial) somente quase todo o globo tanto os do centro do capitalismo como os periféricos também, as extensões da sua influência possibilitou a subordinação dos seus consumidores a tal lógica de produção cultural utilizando para tal o artigo “Abordagens Teóricas para Estudos Sobre” Cultura Pop de Thiago Soares (2014) .

Para isso, iniciaremos compreendendo o conceito de cultura, que permeia todo o desenvolvimento dessa pesquisa.

2.1 Um panorama sobre cultura

A cultura e ou produção cultural são traços fundamentais dos seres humanos, Edward Tylor in dicionário dos conceitos históricos(2005) nos traz uma definição abrangente ao considerar cultura como todos os aspectos humanos construídos de forma independente de características biológicas, sendo incluso dentro de tal perspectiva a produção material e imaterial dos povos, o mesmo Tylor (1871) se ligava a corrente do evolucionismo como muitos dos seus contemporâneos do século XIX, desenvolveram teorias sobre cultura e civilização, argumentando em favor da hierarquização de culturas por meio de características gerais demonstrativas de uma suposta evolução, esse pensamento será abordada mais para frente no texto; em contrapartida dessa noção Jaime Pinsky (2001, p.10).) escreve na

introdução do seu livro as primeiras civilizações, “ [...] civilização não é sinônimo de cultura. pode haver cultura sem civilização, mas a relação inversa, no entanto, não se aplica”. Um dos aspectos mais importantes para se definir cultura seria a educação, englobando dentro disso transmissão tanto de conhecimentos práticos objetivos como: fazer uma enxada ou picareta; quanto de características simbólicas como os costumes e crenças. Esses elementos são o que nos define tanto como humanos, como também nos difere enquanto povos com características diferentes uns dos outros.

Cada grupo apresenta uma construção é uma manifestação cultural diferente, mesmo havendo certas semelhanças entre elas, pelo fato de a cultura ser construída por seres humanos, a exemplo: um arco indígena do Brasil e um do Japão. O objeto está presente nas duas culturas, porém, percebe-se nas figuras 1 e 2 que eles têm características semelhantes, porém, há diferenças quanto aos ornamentos, comprimento, material e forma de confecção. O 1º tem sua função dividida entre todos os aspectos da vida como: pesca, caça, ritualístico e guerra, seu material varia entre as diversas tribos existente, porém alguns desses materiais são: tucum, aruerinha, pau-ferro, aratazeiro, pau d'arco, ipê amarelo, pupunha e palmeiras. Existindo diferenças entre de formato de acordo com sua necessidade, mas em geral tem o seu corpo dividido em duas partes semelhante, hoje em dia além na vida cotidiana ele é usado em competições¹. A 2º imagem Daikyu (arco longo) japonês está inserida dentro das modalidades de Yumi (arcos) japoneses além do Daikyu temos o Hankyu (arco curto) ambos apresentam lados disformes, o arco não Japão no começo era usado para propósitos ritualísticos e cerimoniais, sendo empregado na guerra e na caça até perde-se o seu papel bélico no século XVI pela introdução e expansão do uso das armas de fogo, porém seu treino é realizado até os dias de hoje, na forma do Kyudo (caminho do arco em japonês) que consiste em esporte e arte marcial, sendo uma das formas de preservar os costumes do arco e flecha japonês².

¹ informações retiradas do site secretaria de educação do estado do Paraná como o título: Jogos dos Povos Indígenas <http://www.educacaofisica.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=218>

² informações tirada do site da associação brasileira de kyudo <https://kyudo.com.br/a-pratica-kyudo/a-historia-kyudo/>

Figura 1: Arco indígena

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/398146423287199147/>

Figura 2: Arco japonês

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/219480181819145561/>

Esses aspectos são diferenças que mostram elementos da cultura que produz e utiliza esses objetos e o que ele representa dentro de uma cosmovisão e identidade cultural. Uma das melhores e mais pontuais definições de cultura vem de Daniel Munduruku³

[...] Mas o que é cultura? É tudo aquilo que determina a identidade de um povo. Cada povo está localizado em um espaço e, nesse espaço, tem que inventar uma forma própria de morar, comer, comunicar, rezar, dançar, acreditar ... viver. [...] A cultura é uma construção coletiva e compartilhada. Dessa forma, cada povo vai ordenando seu modo de estar, ver e explicar o mundo. (MUNDURUKU, 2010, p.32-33)

É importante, no contexto dessa pesquisa, pontuar o avanço do estudo da questão cultural. Se no século XIX tivemos o início dos estudos na forma de ciência, neste primeiro momento do início da antropologia como ciência houve o avanço do evolucionismo pregando uma hierarquização das culturas e o euro centrismo, além da ordem natural do homem branco como sendo superior. No século XX, sobretudo em sua primeira metade, o evolucionismo ainda era uma das principais formas de se estudar as culturas, essa perspectiva evolucionista das culturas ainda se vinculava aos motivos da segunda guerra, sobretudo com o nazifacismo. Por conta da aproximação da velha corrente aos movimentos de extrema direita começou-se a buscar cada vez mais se desvincular do evolucionismo, pois, vários autores já tinham se distanciado do evolucionismo no começo do século, porém, nesse momento foi

³ Pesquisador brasileiro pertencente a o povo indigine de Munduruku

sendo cada vez mais repudiada essa corrente sendo abolidos modelos que aceitavam a comparação de traços individuais uns aos outros, além da busca de sistemas perfeitos e pré-estabelecidos, buscou-se estudar cada caso e suas manifestações culturais únicas, os métodos dentro da antropologia foram então renovados, formando bases de várias correntes de antropológicos ligados a vários pensadores e pensadores como Malinowski, Boas, Mauss e Radcliffe-Brown; apontados como as principais influências após a renovação do método.

As divergências entre as culturas se dão sobre muitos aspectos, mas é inegável o que Marx nos faz pensar com a presente citação:

O modo pelo qual os homens produzem seus meios de vida depende, antes de tudo, da própria constituição dos meios de vida já encontrados e que eles têm de reproduzir. Esse modo de produção não deve ser considerado meramente sob o aspecto ser a reprodução da existência física dos indivíduos. Ele é, muito mais, uma forma determinada de sua atividade, uma forma determinada de exteriorizar sua vida, um determinado modo de vida desses indivíduos. Tal como os indivíduos exteriorizam sua vida, assim são eles. O que eles são coincide, pois, com sua produção, tanto com o que produzem como também como modo como produzem. O que os indivíduos são, portanto, depende das condições materiais de sua produção. (ENGELS; MARX, 2007, p.87)

No materialismo histórico e dialético, cada povo tende a desenvolver sua cultura com o que há disponível em cada realidade concreta. Um exemplo disso é a utilização da armadura *Ō-yoroi*⁴ (figura 3) Foi a primeira armadura a ser usada pela classe dos samurais do Japão que teve o início da sua fabricação no século X. A armadura contava com desenho lamelar com o peitoral bem quadrado, combinava materiais como ferro, couro e madeira.

O desenho da *Ō-yoroi* era direcionado para proteção e distribuição do peso na parte dos ombros, mas garante uma flexibilidade do braço para a prática do tiro com arco. Por esse motivo era aberta na parte de baixo do braço, essa característica se explica no surgimento da casta samurai, que nascera ao contrário do que todos pensam, como arqueiros montados em sua maioria, sendo o combate a pé em primeiro momento deixado para as classes mais baixas.

A *Ō-yoroi*, porém era muito cara de ser produzida sendo destinada apenas para os samurais de posições mais elevadas por esse motivo a armadura foi redesenhada posteriormente para a *do-maru*⁵ (Figura 4) A nova armadura, atendendo às classes de samurais mais baixas. Porém, teve seu uso adotado por muitos não só pelo seu preço menor,

⁴ Significado em japonês grande armadura

⁵ Do japonês significa envoltório do corpo

mas sim pela sua vantagem em combates corpo a corpo que fora a forma substitutiva as antigas técnicas a cavalo vastamente utilizadas em combates campais, o aumento do combate a pé se deu pelo aumento e desenvolvimento dos castelos. Ou seja, as técnicas vão se adaptando a realidade objetiva, no exemplo acima citado, o uso do cavalo perde o sentido então, vamos trocá-lo por combatentes a pé, se as armaduras antigas são melhores para arqueiros e agora usamos mais infantaria vamos redesenha-la a engenhosidade humana se mostra através da materialidade.

Figura 3: Armadura O-yorio



Fonte: <https://www.simandan.com/wp-content/uploads/2013/07/japanese-armor-with-helmet-3.jpg>

Figura 4: Armadura Do-maru



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/45549694978435510>

É importante citar Marx e Engels (2007) pela sua contribuição através do método do materialismo histórico e dialético e pontuar que mesmo tendo sua origem no século XIX, ele se torna ainda uma das importantes fontes para o desenvolvimento dos estudos em muitas áreas do conhecimento, entre elas a cultura, como por exemplo, a escola de Frankfurt, que será mencionada posteriormente pela sua importância nesse campo de pesquisa. Essa escola tem sua base de formação em fontes marxistas.

É importante citar Marx e Engels pela sua contribuição através do método do materialismo histórico e dialético e pontuar que mesmo tendo sua origem no século XIX, ele se torna ainda uma das importantes fontes para o desenvolvimento dos estudos em muitas áreas do conhecimento, entre elas a cultura, como por exemplo, a escola de Frankfurt, que

será mencionada posteriormente pela sua importância nesse campo de pesquisa. Essa escola tem sua base de formação em fontes marxistas.

Com o desenvolvimento do campo cultural, cada vez mais discussões têm surgido sobre cultura, quais são os níveis da cultura, quais as características, quais são as suas subdivisões. A divisão de cultura como popular e erudita já fora superada como Teixeira Coelho já deixou claro em seu livro “O que é a indústria cultural” publicado em 1989. Para o autor, não existe separação entre a cultura e a popular; não existe um ponto onde pode-se falar isso é erudito e isso não. Essa visão é trazida também pelo compositor musical Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791), em seu tempo, a sua obra não foi considerada refinada o suficiente; e hoje, ela é considerada clássica e de apreciação erudita.

A separação da cultura popular e erudita é feita mais por aspectos qualitativos; porém, em muitos casos, essa separação é feita por conta do seu consumo e de quem a produziu. Conforme a parcela da população produz e/ ou consome bens culturais relacionados a uma ou outra cultura, pode-se compreender a categoria ela se insere dentro das atuais perceptivas. Essas perspectivas foram muito apontadas por Teixeira Coelho, ao escrever que,

[...]Costuma-se introduzir nesse quadro de análise um elemento mais especificamente cultural, por assim dizer, um eixo cujos polos opostos são a cultura dita superior e a própria cultura de massa.
Estudar os fenômenos ligados à indústria cultural sob o prisma dessa oposição constitui uma espécie de pecado original que pesa sobre a quase totalidade da teoria crítica da indústria cultural, impedindo que se enxergue nitidamente o objeto estudado e produzindo uma sequência de conceitos-fetichismo, isto é, de ideias presas muito mais à mente do pesquisador do que ao tema pesquisado. (COELHO, 1993, p.7-8)

Mesmo rejeitando que a cultura erudita seria chamada assim por sua melhor produção, precisa se pontuar que existem padrões de qualidade e, portanto, é válido entender que existem obras que tem uma qualidade inferior a outras, mas se limitando a características técnicas.

Mas também se pode pontuar que, da mesma maneira que falamos que o grupo que a consome ditará os elementos dessa cultura, é correto afirmar que para uma pessoa estar inserida em uma determinada classe de cultura, popular ou erudita.

A cultura além de receber as duas classificações acima ainda recebeu uma terceira a média, que ficaria entre ambas, sendo Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791) um dos seus representantes; algo que não serve nem para a elite intelectual nem para a massa. Com tais

conceitos fica fácil a análise das velhas perceptivas que contam com nomes como Dwight MacDonald⁶ (1906-1982) e do contraditório Marshall McLuhan⁷ (1911-1980) tais definições são com base de acordo com as autores por critérios de classificação seria quanto complexidade da mensagem sendo assim: a cultura erudita seria mais complexa; a cultura média seria como o próprio nome diz média entre cultura de massa ou popular e a erudita, contendo características de ambas em seu desenvolvimento; e por fim, a última de massa sem grande complexidade em suas obras.

Comparando-se as divisões de cultura e o macro divisões econômicas temos o resultado de quem seria os grupos consumidores de cada uma das supostas divisões culturais. Entretanto, provocar estímulos dentro do indivíduo é o objetivo final da cultura e da arte sendo assim mesmo sem compreender sua totalidade os Indivíduos ainda seriam capazes de acessar os bens culturais das diferentes subdivisões.

Uma cultura material ou imaterialmente produzida para ser de massa e ou popular tem o apelo de se comunicar diretamente com situações cotidianas da pessoa ou situações que ela consegue ver se aplicando dentro da realidade material concreta que ela se insere.

2.2 A Indústria e cultura

A cultura vinculada à indústria é um projeto antigo. Não se pode afirmar que com a invenção da prensa tenha originado o processo; porém, é válido afirmar que o evento como um divisor de águas.

Na Idade Média a informação era detida principalmente pelo clero e setores da nobreza, mesmo que sutil o avanço da prensa e as reformas protestante, houve a difusão da bíblia. Mais tarde, essa invenção foi, mesmo que de forma fraca, o início do que possibilitou a ser os meios de comunicação de massa, pois, ainda que a prensa tenha uma limitação, ela dependia do letramento das pessoas para o consumo e é nesse aspecto que não se pode falar ainda de uma cultura de massas.

Tal como esta é hoje entendida, para que ela exista é necessária a presença daqueles meios; mas a existência destes não acarreta a daquela cultura. A invenção dos tipos móveis de imprensa, feita por Gutenberg no século XV, marca o surgimento desses meios — ou, pelo menos, do protótipo desses meios. Isso não significa, porém, que

⁶ Crítico de cinema e autor de “cultural criticism” além de desempenhar papel de editor de muitas revistas importantes nos EUA.

⁷ Educador, intelectual, filósofo e teórico da comunicação canadense

de imediato passe a existir uma cultura de massa: embora o meio inventado pudesse reproduzir ilimitadamente os textos da época, o consumo por ele permitido era baixo e restrito a uma elite de letrados.” (COELHO, 1993, p.5)

O movimento da comunicação em massa, mesmo tendo nascido no século XX propriamente dito, teve seu alcance máximo só no seu final. Muitos dos frankfurtianos⁸ sempre apontaram para o perigo da indústria de entretenimento de massas como, por exemplo, o uso intensivo do cinema, do rádio e em quantidade menor o da televisão como propaganda e meio para assimilação dos indivíduos dentro das propostas do partido nacional socialista alemão⁹. Nessa perspectiva, a mídia teria papel de criar um *ethos* coletivo¹⁰, valorizando modos de agir segundo a obediência aos líderes, em contraponto a criticidade, colocar o pensamento individual de lado em contraponto a levar a nação e raça germânica à grandeza.

Os frankfurtianos¹¹ se debruçaram muito dentro do assunto e sua colaboração para o desenvolvimento dos estudos sobre a indústria cultural é inegável, e o raciocínio dos filósofos dessa escola se apoia na desconfiança em relação à indústria cultural. Porém, é necessário analisar se tal processo, não pelo produto em si, mas pelo meio que o produz, em maior ou menor escala, preenchem muitas lacunas dentro dos estudos sobre a indústria cultural. Se ampliarmos essa perspectiva podemos entender que se o meio de produção cultural e nesse caso a indústria da cultura se insere dentro uma sociedade ele será utilizado e transformado por essa sociedade de acordo com sua necessidade, como por exemplo, do Brasil em 1930 a 1945 os veículos da mídia em sua maioria estariam claramente a serviço do governo varguistas sendo assim as mensagens não seria críticas ao seu governo.

Cabe aqui salientar que não estamos julgando os produtos da indústria cultural pelo viés de negativo ou positivo, certo ou errado ou fazer a distinção entre os produtos como sendo de uma cultura erudita em contrapondo a uma cultura popular “chula” ou banal.

A industrialização e o desenvolvimento técnico dos meios de produção levaram a origem a lógica “tempo é dinheiro” ou em sua versão original “*times is money*”¹² tal pensamento levou ao aprimoramento tanto dos transportes quanto dos meios de comunicação. Esses meios possibilitaram o nascimento de uma lógica que subordina da produção cultural a

⁸ Membros da escola de Frankfurt.

⁹ Nazistas.

¹⁰ Caráter moral, crença ou hábito que tenham como razão última a coletividade.

¹¹ Pensadores alemães que tinham como principal linha de pesquisa o marxismo, mas utilizando o método para análises sobre a cultura, faziam parte do Instituto para Pesquisa Social da universidade de Frankfurt.

¹² O ditado em inglês faz alusão ao ofício de comerciante, querendo fazer referência a não ter tempo a ser perdido, pois lucro se faz com o tempo.

indústria ao consumo, isso se dá, sobretudo porque a cultura passou a ser não só uma forma de expressão de um povo, mas uma mercadoria, além de uma forma de dominação. Lembra-se aqui do conceito violência simbólica segundo Aranha em leitura de Bourdieu muito associado a essa ideia.

Há, no entanto, há chamada violência simbólica, que é exercida pelo poder das imposições das ideias transmitidas por meio da comunicação cultural, da doutrinação política e religiosas, das práticas esportivas, da educação na escola. [...] por meio da violência simbólica as pessoas são levadas a agir e a pensar de uma determinada maneira imposta, sem se darem conta que agem sobre coerção. (ARANHA, 2006, p. 188-189)

Um bom exemplo é o episódio da ocupação japonesa da ilha de Okinawa¹³(1879-1945)¹⁴, em que cultura local foi reprimida em detrimento aos costumes japoneses, a violência simbólica era empregada como forma de assegurar a “japonização” da ilha e território do país.

[...] as estratégias de poder tendem a implementar rigorosas políticas de segurança pública de perfil cada vez mais autoritário, tipicamente de “combate” e de “exclusão”, privatizando o controle social, explorando economicamente a violência. Utilizando-se da cultura do medo e contando com mecanismos de intervenção estatal, (GRAZIANO SOBRINHO, 2010, p. 8)

Uma das principais reflexões da lógica da indústria cultural é a criação de uma forte base de consumidores na forma de fãs. Neste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) o objeto de estudo são os *otaku*.

Otaku é um termo japonês que se associa ao fã. Hoje em dia, se falar de fã não se presta atenção ao seu significado: fanático, termo esse que é constantemente empregado com sentido pejorativo. Porém fã, não é algo que consideramos um termo pejorativo, muitos gostam de se identificar como fãs de algo.

O fã dos tempos modernos ainda se apoia na lógica do consumo como um dos pilares mais fortes de seu comportamento, pois, não é só necessário assistir o programa é necessário mostrar isso aos outros, tanto como forma de socialização como também forma de demonstrar “amor e carinho” pelo objeto midiático; isso pode ser observado na adoção de certos comportamentos pelos fãs, como também ao consumo de produtos relacionados. Ambos os

¹³ A ilha é a maior ilha do arquipélago das ilhas Ryūkyū, arquipélago que engloba mais de 150 ilhas no mar da China oriental atualmente pertence ao Japão.

¹⁴ O Japão ainda é dono das ilhas, porém o recorte a ser mostrado é esse a ocupação formal das ilhas na era Meiji ao final da segunda guerra.

aspectos são impulsionados hoje em dia pelo meio informacional digital, em que a internet possibilita a socialização facilitando o encontro de pessoas com outras que tenham o mesmo gosto, tanto pelo encontro nas redes sociais como por veiculares notícias e propagandas e bens culturais para consumo em massa. Além disso, ela aproxima as pessoas dos fornecedores de produtos com suas temáticas preferidas, além do próprio objeto em si, tanto de forma legal como também de forma ilegal, muitos *otakus* conhecem os inúmeros sites que entregam material não licenciado e por muito tempo foi umas das principais plataformas para ver tais conteúdos.

Thiago Soares (2014) nos traz um conceito muito interessante: o de vivência pop. Nele, o autor pontua, sobretudo, essa vivência utilizando os videoclipes da cultura pop como os da Madonna, Beyoncé, Lady Gaga são exemplos e dialoga justamente como essa ferramenta cria tal vivência. Assim, pode-se dizer que essa é a gênese das tribos urbanas que existem, criando uma vivência dentro do pop. Entende-se pop aqui não como arte do movimento pop e sim, como sendo produtos que tem sua lógica orientada pela produção e consumo dentro da sociedade capitalista.

[...] o videoclipe se impõe como uma extensão de um tempo de lazer do indivíduo e modela, com isso, apontamentos e pontos de vista dentro de uma vivência na cultura pop. O videoclipe fornece material simbólico para que indivíduos forjam identidades e modela comportamentos sociais extensivos aos propostos pelas instâncias da indústria musical. (SOARES, 2014, p. 8)

Ampliando essa noção podemos pontuar a criação dessa vivência muito além do que na ferramenta do videoclipe, como o autor coloca.

Se olharmos para o Japão como, por exemplo, vemos mais jovens agindo com um referencial de *animes*¹⁵ e seus personagens, nos Estados Unidos com muitos agindo de acordo com séries e filmes como *Star Wars*, *Star Trek*, *The Mandalorian*, *The Hobbit*, *The Lord Of The Rings*, etc. Essa vivência movimenta um mercado tanto da moda e do comportamento, como por exemplo, com os Góticos, que compram roupas pretas e coturnos e se apoiam em bandas de rock e literatura de suspense e terror como do escritor Edgar Allan Poe.

1.3 Cultura pop e revolução cultural

¹⁵ Do japonês animação, em seu significado original o termo não designaria apenas animações japonesas, vindo a ter esse sentido adotado pelo ocidente para fazer tal diferenciação.

A cultura Pop em sua origem, foi um movimento iniciado na década de 1950 no Reino Unido, vindo a se tornar maduro apenas na década de 1960 nos Estados Unidos. Levava em conta a crise da arte que se deu nas décadas anteriores, buscando a ressignificação da arte frente ao capitalismo.

Tendo em vista que a superestrutura se modifica mais lentamente que a base econômica, as mudanças ocorridas nas condições de produção precisaram de mais de meio século para refletir-se em todos os setores da cultura. Só hoje podemos indicar de que forma se deu. Tais indicações devem por sua vez comportar alguns prognósticos. Mas esses prognósticos não se referem às teses sobre a arte de proletariado depois da tomada do poder, e muito menos na fase da sociedade sem classes, e sim a teses a tendências evolutivas da arte, nas atuais condições produtivas. (BENJAMIN, 2013, p. 165)

Porém, para se falar do desenvolvimento da cultura pop, é necessário também analisar as mudanças culturais, sobretudo na segunda metade do século XX. Mesmo considerando diferenças referentes a localização e sobretudo quanto às condições materiais objetivas, os povos têm certas similaridades, porém muitos conceitos aceitos como certos e praticamente estáveis, começaram a ser contestados fortemente nesse período. Assim, os movimentos e as passeatas começaram a ser a nova tendência levantando as mais diversas bandeiras, desde as consagradas anti-racistas e feminista que ganharam ainda mais força na época, quanto outras lutas que ganham vários simpatizantes como é o caso dos LGBTQ+. Com isso, o núcleo das velhas estruturas familiares estava começando a ser alterado, exemplo disso é o aumento de divórcios e as diferentes e novas configurações familiares.

O aumento do individualismo, resultado do desenvolvimento do modo de produção capitalista, junto com o quadro exposto no parágrafo anterior, impulsionou fortes alterações, sobretudo nas gerações mais novas. Com isso, o desenvolvimento do pop como cultura, arte e mercado.

Pop na engenharia industrial significa (Procedimento Operacional Padrão). A origem da cultura pop, vem de uma crítica e, ao mesmo tempo, da aceitação da industrialização da arte e sua reprodução massificada, juntamente ao crescimento do “*american way of life*”¹⁶.

O movimento Pop tem suas origens nessas manifestações de emancipação juvenil, pois, os jovens das décadas de 1950, 1970 e 1980 tinham um abismo muito grande entre sua

¹⁶ “Modo de vida americano” aqui sendo usado no sentido de figura de linguagem, além de caracterizar uma economia onde as classes mais baixas ainda tem a possibilidade de consumir.

geração e a geração dos seus pais cujas formas de pensar e agir estavam muito vinculados às velhas relações e valores familiares. Nesse sentido, a indústria e as próprias pessoas envolvidas nesses movimentos souberam aproveitar dessas mudanças novas relações e um mercado que envolve, entre outros elementos, modos de agir, de pensar e de se vestir que influenciou a geração do presente.

Considerando tais questões, devem-se pontuar características históricas que possibilitaram esse movimento de mudança das mentalidades e da cultura e um dos primeiros é o desenvolvimento das multinacionais. Esse marco é importante por serem umas das gêneses do processo de imigração do campo para a cidade, e a cultura pop é consumida, sobretudo por uma população urbanizada, esse quadro se dá principalmente nos países periféricos do capitalismo. A cultura jovem se transformou na cultura pop e assim, ela se tornou um mercado consumidor e forma de entretenimento.

Esse é o aspecto fundamental da cultura pop: aprender, conquistar o público alvo para a produção de uma base consumidora. Articula-se com isso o marketing, pois, tudo se tornou um produto dentro do pop e o apelo cultural do pop logo se articulou junto ao capital artístico empregado nas propagandas, nos logos, das marcas, entre outras manifestações. Nesse sentido Thiago Soares nos traz certas considerações.

Considerar o marketing como um espaço prevê reconhecer aquilo que Mickey (1997) chama de “Logo World” ou “o mundo das marcas”, na verdade, trata-se de um ponto de partida em que a nossa relação com os objetos do mundo passa a ser a nossa relação com as marcas. [...] estaríamos diante de um quadro em que os dispositivos simbólicos dos produtos são as marcas. Física (produto) e metafísica (marca) em espaços de atrito e tensão. (SOARES, 2014, p. 4)

As marcas e o seu capital simbólico dominaram os mercados e o mesmo aconteceu com o pop, onde cada vez mais vemos as grandes produtoras por trás dos lançamentos musicais, grandes estúdios por trás dos filmes, exemplo disso no Japão, é o renomado estúdio *Ghibli*, responsável pela inserção de muitos ao mundo do pop japonês sua animação com estilo único e ótima qualidade, além de tramas envolventes e com profundidade emocional sabia atrair os mais diversos públicos desde os mais velhos até os mais jovens, muitos dos seus filmes como: A viagem de Chihiro(2001), O túmulo dos vagalumes (1988), Meu amigo Totoro(1988), e serviço de entregas da Kiki(1989), trazem crianças como seus protagonistas o que faz a criança se encontrar mas traz em sua trama uma complexidade que sai do campo infanto juvenil e entra ao adulto.

Figura 5: Cartaz do Filme a viagem de Chihiro de 2001



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-37485/trailer-19535739/>

Voltando a Marx e os conceitos infraestrutura e superestrutura, as bases da cultura em geral, por ser um aspecto inserido dentro da superestrutura, seriam abalados só posteriormente, do que da própria infraestrutura da produção industrial (a cultura legada e um tempo anterior como por exemplo idade média seria modificado só posteriormente do que o próprio modo de produção feudal sendo substituído pela manufatura e posteriormente a maquinofatura), quando o processo de massificação e globalização aceleraram ainda mais o processo da indústria cultural e o capitalismo, características do capitalismo tardio. Esse processo causou uma verdadeira transformação nas formas de consumo, com as marcas vinculadas a mascotes. Um exemplo desse fenômeno é o *Pikachu* e a febre causada por *pokémons*, no Brasil. O anime foi lançado aqui em 1999 durante os anos posteriores ao seu lançamento foi se tornando cada vez uma febre ainda maior, pois, desde seu lançamento na tv era impossível não se conhecer os monstros de bolso, que foram assunto de muita conversa tanto de adultos quanto de crianças.

Apoiando isso, temos a marca de refrigerante guaraná Antarctica com a promoção de pequenas estatuetas dentro de suas unidades; produtos comestíveis como salgadinhos, trazendo em seus pacotes Tazos¹⁷, entre outros produtos que surfaram na onda.

Figura 6: Guaraná Caçulinha de Pokémon, produto que foi sucesso nos anos 2000



Fonte: <https://poltronanerd.com.br/series/fas-fazem-campanha-na-pagina-do-guarana-pela-volta-do-caculinha-de-pokemon-36055>

No Japão, porém, a onda não parou até os dias atuais. Lá, os Pokémon (monstros de bolso) foi uma das franquias mais ricas a construir um mercado em torno de seus produtos.

Pokémon foi lançado no Japão em 1995 para *game boy* original¹⁸, o jogo foi desenvolvido por Satoshi Tajiri lançado pela *Game Freak* e publicado pela *nintendo*, inicialmente contava com as versões *blue*, *red* e *green* sendo sido mais tarde lançada a *yellow*, o anime foi desde seu lançamento um sucesso, isso se dá pelo sucesso dos jogos que eram de

¹⁷ é um pequeno disco colecionável que foi uma verdadeira febre no Brasil ao final dos anos 90

¹⁸ console portátil da nintendo sendo o original por ser a primeira versão do mesmo.

mais fácil acesso no Japão. Hoje em dia, o pokémon já está na sua oitava geração tanto no anime como nos jogos, tendo uma média de espaçamento entre elas de 3 á 4 anos.

Diferentemente do Brasil, no Japão pokémon começou como jogo de videogame, se tornado posteriormente mangá e anime, com isso a marca ficou tão consolidada que Pokémon foi considerada a franquia mais lucrativa da história de acordo com a Tittlemax, empresa com empréstimo de títulos com escritórios corporativos. Uma vasta gama dos seus produtos leva os rostos dos monstros desde camisetas e bonés até fraldas, perfumes e sabonetes, essa é uma das melhores marcas para se demonstrar a força da arte e do entretenimento vinculados ao comércio.

Nesse sentido, esse momento da pesquisa tem como foco os estúdios de animes e as emissoras de TV japonesas, as editoras dos mangás; todo capital ou produção hoje depende dessas marcas desses símbolos.

Mangá são as revistas em quadrinhos japonesas. A primeira vez que o termo foi usado pela primeira vez no século XIX, para descrever desenhos cômicos, ilustrações engraçadas. Posteriormente, o termo mangá sendo traduzido livremente como “desenho divertido”, o termo recebeu seu novo sentido logo após a Segunda Guerra (1939-1945) com a criação dos primeiros mangás iguais que nós temos hoje.

Anime ou *animê* a primeira grafia que está certa, porém a segunda é o mais próximo ao som que a palavra deve ter, é a contração japonesa para animação.

A palavra é uma contração à moda japonesa de —animation, termo em inglês para definir animações de qualquer tipo. Animações experimentais já eram feitas no Japão na década de 1910, mas a indústria realmente decolou com a entrada do estúdio Toei, que aconteceu oficialmente em 22 de outubro de 1958, com a estreia de *Hakujaden*, exibido por aqui como —A Lenda da Serpente Branca. Quando a palavra começou a se difundir no ocidente para classificar os desenhos animados japoneses, usou-se a grafia —animel, já que a romanização (transcrição para alfabeto romano) internacional da palavra não usa acentos. (NAGATO, 2011, p.50-51)

No Japão, o termo pode designar qualquer animação e no ocidente, entretanto, não apenas no Brasil, o termo passou a designar especificamente as animações que vem do país do sol nascente, tendo casos também de animações chinesas e coreanas recebendo a mesma designação.

Apesar de já ter expressado aqui aspectos da atual mídia e cultura, têm-se a necessidade de estudar o pop não apenas como mero mercado ou mero entretenimento, pois, o pop se manifesta também como arte.

Já que foi, ao longo deste capítulo revisado historicamente conceitos sobre a indústria cultural e seus produtos/obras, no próximo tentaremos nos aproximar do Japão fazendo uma breve reconstrução histórica.

3 MANGÁS

Neste capítulo trataremos dos mangás, os quadrinhos japoneses lidos de trás para frente. Não é raro esse ser um dos primeiros fatores de estranhamento do leitor ocidental junto da disposição dos quadrinhos e esse estranhamento, dentro da comunidade *otaku*, principalmente a ocidental, surgindo a metáfora de “a arte de se ler mangá”, propondo para um iniciante desse gênero de leitura, um verdadeiro desafio a compreensão da sequência dos quadros e dos balões, não sendo raro alguns leitores iniciantes fazerem a leitura no sentido errado.

O capítulo, em um primeiro momento, trará a narrativa dos precedentes históricos da arte japonesa e como ela serviu como inspiração para os atuais *mangakás*. No segundo momento, será apresentada a história dos mangás, sua origem e suas transformações ao longo do tempo. E para finalizar o capítulo, será apresentado os gêneros dos mangás.

Este capítulo será dedicado também a buscar compreender como os mangás se tornaram um fenômeno não só japonês, mas amplamente aceito em diferentes recantos do mundo; desde os Estados Unidos concorrendo de frente com a tradicional história em quadrinhos (HQ) até na no nosso país tropical.

3.1 O que são os mangá

Mangás são as histórias em quadrinhos tradicionais japonesas. Existe uma vasta história para o seu desenvolvimento e aceitação dentro realidade que essas obras são amplamente produzidas por artistas e consumidas por leitores amplamente consumidas pelos leitores japoneses. O Japão, como já se sabe, é uma pequena ilha; porém, até a data de pesquisa deste trabalho, o país é o 3º no ranking do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e pode também ser definido como um país moderno. Essa modernidade e sucesso econômico transformou o país no que hoje é uma potência econômica e tecnológica. Se lembrarmos do seu passado recente, mais especificamente em 1945 no período final da II Grande Guerra Mundial, o país estava devastado pela guerra, sendo o primeiro e único a ter sido atacado com bombas nucleares. Retomaremos, no decorrer desse TCC, sobre esse passado, porém, é fato que essa reconstrução demandou um esforço colossal dos japoneses e a manutenção da

economia; e o país, entre os mais desenvolvidos, não vem sem um grande sacrifício de tempo e esforço por parte de seus habitantes.

O mangá foi reinventado no pós-guerra e se tornou o tipo ideal de entretenimento para o atarefado povo japonês, pela sua linguagem que combina elementos visuais e de escrita se complementam mutuamente, pois, é algo rápido de se ler e barato de se consumir dado ser produzido com o barato papel jornal. É produzido nos mais diferentes gêneros, desde o infantil voltado para o entretenimento, aqueles próprios para auxiliar na aprendizagem, até mangás feitos especialmente para o público adulto, seja pela sua violência visceral ou pelo seu conteúdo pornográfico. Portanto, sua produção abrange desde o cotidiano, a escola, até o fantástico; hoje se faz mangá das mais diferentes e icônicas histórias.

Para ilustrar como são essas obras foi escolhida uma obra muito famosa dentro do universo do quadrinho japonês, escrito e ilustrado por Kentaro Miura, considerados um dos grandes *mangakas* do nosso tempo, desde 1989 a obra *Berserk*, obra essa que gera controvérsias porque suas imagens são fortes e não são omitidos detalhes nem da violência explícita quanto do ato sexual e da nudez que são utilizados às vezes como elementos da narrativa; a obra não entra na categoria de manga pornográfica mesmo com a Figura 7 retratando uma cena de ato sexual, porém o público alvo sendo o mesmo que consome ambos os gêneros, *Seinen*¹⁹ e *Hentai*²⁰.

Figura 7: Mangá Berserk



Fonte: https://cdn.readberserk.com/file/AnimeReleases/Berserk_86_020.jpg

¹⁹ O gênero de mangá de animes para adultos tem grande apelo principalmente aos homens (20-50) anos.

²⁰ Um gênero que abrange muitas subdivisões são os mangás pornográficos.

A imagem também ajuda a demonstrar e elucidar um velho mito que se perpetua no imaginário coletivo de alguns; mangá animes e a animação em si não é exclusiva para crianças, como a própria imagem demonstra.

Os japoneses, em suas obras, permitem conforme a faixa etária, explorar o desenho de forma caricata ou extremamente real demonstrando todos os detalhes; assim, se busca a demonstração por inteiro do objeto que está sendo retratado.

3.2 As Origens do Mangá: da gênese à modernidade

O primeiro capítulo do presente trabalho é inteiro dedicado a indústria cultural, por isso é apoiado pela fala de Sonia Bibe Luyten²¹, professora e autora de uns dos principais livros que são fontes para esse trabalho: “Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses” em seu 2º capítulo “História e expansão dos mangás”, ela inicia escrevendo a seguinte frase.

Os teóricos ocidentais costumam buscar as raízes das histórias em quadrinhos na Pré-história, quando os homens das cavernas deixaram marcas se seus feitos há 30 mil anos ou mais.

Pessoalmente, encaro as histórias em quadrinhos ligadas a um fenômeno de comunicação de massa, em que as condições técnicas da revolução industrial foram um fator preponderante na sua disseminação. (LUYTEN, 2000, p.89)

Há algumas considerações a serem feitas a partir da citação acima. Primeiro, sobre a linha de pesquisa que aqui pretendemos seguir, pois, existem pesquisadores que falam da história em quadrinhos como uma forma de relacionar as histórias em quadrinhos aos tempos da caverna como uma forma de os homens contarem sua história, valorizando o legado da arte e cultura do povo que criou a obra de arte em si, legado esse relevante na construção de suas obras, afinal, os homens recebem uma miríade de influências culturais da realidade que estão inseridos, porém, é necessário que esse trabalho esteja bem posicionado em relação às discussões da área, deixamos claro que concordamos com a pesquisadora Sonia Bibe Luyten (2000) ao falar que o mangá e qualquer outra revista em quadrinhos são obras da indústria cultural, sem essa relação íntima da arte vinculada a indústria não seria possível o surgimento do quadrinho como temos hoje.

²¹ Pesquisadora brasileira que estuda quadrinhos, tendo sido uma pioneira sobre os estudos de mangás no Brasil.

Segundo, há a necessidade de delimitar e esclarecer certos termos importantes para o leitor. Neste estudo iremos adotar a seguintes conceitos como forma de encarar o objeto, histórias em quadrinhos são um termo macro, ou seja, é uma categoria literária e imagética que engloba dentro de si as Histórias em quadrinhos (Hqs) e os Mangás; ou seja, ambos são histórias em quadrinhos, porém, cada um tem suas especificações e estilo de escrita e de desenho, algumas das diferenças básicas são os traços e o estilo de cada um, a disposição dos quadrinhos, o sentido da leitura, o traço do movimento dos personagens também é diferente, além de sua origem (já que o termo está sendo cada vez mais utilizado para obras do oriente como um todo não apenas do Japão como o caso dos mangás chineses e coreanos que vem ganhando espaço junto aos leitores do mundo todo). Apesar desses elementos que os diferenciam têm em comum a forma de contar a história em quadros e balões para as falas.

A pesquisadora Sonia Bibe Luyten (2000) também assume que é importante sim entender o passado do lugar em que a obra foi produzida, para compreender os processos históricos na construção das obras no movimento que hoje se tornou o mangá. Mas ainda permanece a afirmação enfática que os quadrinhos são uma expressão clara da indústria cultural moderna.

Mesmo com essas considerações sobre o quadrinho como fenômeno da massificação industrial, não negamos que existe uma história por trás de sua produção; afinal, existe uma série de processos que vinculam os indivíduos que os produzem, a sociedade que os consomem e todos esses estão, invariavelmente, sendo influenciados pelo seu tempo e sua história.

Ao se buscar compreender a história da arte que seria o embrião futuro do mangá, precisamos conhecer alguns aspectos sobre a língua japonesa em si. Na obra de Sonia B. Luyten (2000), a estudiosa brasileira, ao se debruçar no estudo sobre o quadrinho japonês, percebeu que os orientais têm grande apreço pela figura e visualização do objeto em si. Para se ler os *kanji*²² e os diferentes símbolos são combinados para se formar a palavra e o conceito que se quer expressar.

²² Pictogramas japoneses.

Figura 8: kanjis



Fonte: <https://www.japaoemfoco.com/wp-content/uploads/2009/01/Kanjis.jpg>

A primeira caricatura japonesa é datada do século VII d.C e se encontra no teto e nas paredes dos templos *Toshodaiji* e *Horyuji*, situados na região da primeira capital japonesa, Nara. Ela apresenta uma irreverência singular, por conta dos narizes fálicos, características que denota a sexualização dos das figuras desenhadas. Nesses primeiros templos budistas são encontradas essas pictografias profanas, feitas em claro tom de escárnio. Diferentemente dessas primeiras caricaturas profanas, esse primeiro momento da arte caricata foi dominado por trabalhos feitos por monges, serão, na maioria das vezes, os criadores dessa primeira arte em quadros/ segmentos (sentido de arte de quadro a quadro necessita assim entender sua linearidade para entender a obra), os *Ê-makimono*, como são denominadas essas primeiras artes em segmentos. Eles são pergaminhos, que ao serem desenrolados, contam uma história de parte a parte, constantemente tinham animais antropomorfizados que desempenham papéis semelhantes a uma sociedade humana. Este primeiro momento da arte japonesa foi até o século XIV.

A arte caricata japonesa, neste momento inicial, será marcada por longos compilados de rolos *é-makimono*, com importância religioso-didática ensinando os homens sobre os mundos (planos de existência) do budismo que consistem e a filosofia e conceitos de tal religião.

Existem também outras obras feitas por pessoas fora do clero²³ contando histórias de lendas do folclore japonês²⁴ além de obras claramente feitas com propósito unicamente humorístico.

As mudanças na iconografia e modo de produção da arte começaram a aparecer no final do século XIV, com a invasão da península coreana, em que os japoneses entraram em contato com os tipos móveis, espécie de imprensa que permitia reprodução de obras, porém, mesmo com esse fenômeno, ele seria largamente empregado só posteriormente em um contexto político e econômico diferentes dos séculos anteriores.

A natureza particular da relação entre legitimidade (autoridade formal) e verdadeiro poder, no Japão, é uma característica permanente da sua história e da sua sociedade. Em geral, uma alta autoridade não exerce um poder real equivalente, mas, em vez disso, confere legitimidade- muitas vezes na forma de um título, frequentemente sob pressão- aqueles que possuem o poder e pretendem usá-lo em nome dessa autoridade superior. o facto de a autoridade superior ser o garante da legitimidade do detentor do poder também lhe traz uma certa garantia de proteção. O legitimado pode, por sua vez, conferir legitimidade aos que estão abaixo dele e assim sucessivamente. Por um lado, há uma partilha da responsabilidade e, por outro, forma-se uma ordenação hierárquica da autoridade (HENSHALL, 2018, p. 53).

A citação acima diz respeito às considerações de Kenneth Henshall²⁵ sobre o primeiro shogunato Minamoto (1185-1333); porém, essa característica é facilmente aplicável aos seus sucessores, na medida em que a autoridade central, durante quase sete séculos, não ser a do imperador e sim de pessoas “designadas” por eles, os *xoguns*, título que significa (HENSHALL, 2018) “grande general subjugador de bárbaros”. Nesse sentido, o clã dos *Tokugawa* será o mais perto possível de um controle quase total do país, que mesmo com um sistema feudal o Japão tinha uma centralidade muitas vezes maior que a dos europeus durante o xogunato Tokugawa.

Para elucidar e tornar mais fácil a compreensão deste sistema político e de títulos, usaremos os títulos europeus para tal demonstração. O imperador vem como sendo detentor do poder espiritual, ou seja, sua figura se aproxima a um Papa (apesar do Papa durante muito tempo também ser chefe dos estados pontifícios e juntar poder temporal e espiritual), o *Xogun* seria uma figura próxima a de um rei, tendo poder temporal e, sobretudo militar em uma rede

²³ A estudiosa Sonia Bibe Luyten usa tal terminologia

²⁴ soma-se tanto o xinto como do próprio budismo

²⁵ pesquisador e escritor do livro “história do Japão(2018)

de relações de vassalagem, os samurais seriam os cavaleiros, uma casta dedicada ao combate que pertencem a uma baixa nobreza.

O xogunato dos Tokugawa (1660-1867), diferentemente do xogunato Minamoto (1185-1333) e dos Ashikaga (1336-1573), pretendia ter sucesso na falha de seus antecessores, por isso mesmo Tokugawa Ieyasu (1543-1616) primeiro *xogun* da família Tokugawa, protocolou uma série de regras, algumas inspiradas nas já existentes feitas por Toyotomi Hideyoshi (1536-1598), antecessor no controle de todo o país.

O primeiro *xogun* dos Tokugawa baseou-se em algumas de suas reformas e as aprofundou; uma delas era promover a maior estagnação das classes sociais, e outra, entre as mais importantes, era a expulsão dos estrangeiros. O xogunato conseguiu promover com isso, mesmo com as políticas repressivas, um período de relativa paz e prosperidade, significou, em termos gerais, emprego maior de dinheiro, principalmente daqueles que o tinham em bens de luxo do que em recursos estratégicos.

O xogunato Tokugawa instaurou a paz ao país que sofria constantemente com guerras e disputas, esse período de paz foi fundamental para as mudanças na caricatura e na arte em geral. Os comerciantes agora conseguiam percorrer de norte a sul do país, e a paz trouxe o ócio aos samurais e riqueza aos comerciantes que começaram a investir em outras formas de se distrair, o teatro durante esse período se desenvolveu de forma estrondosa; foi neste período de grande desenvolvimento urbano e econômico que irá explodir as vendas de livros com inúmeras ilustrações.

Posteriormente, surgiram os *ukiyo-ê* gravuras em madeira que se desprendem dos formatos originais e da realidade retratam situações do cotidiano e a essência dos objetos aspecto fundamental ao quadrinho (LUYTEN, 2000), um dos artistas que desenhavam desta forma inclusive será quem usará pela primeira vez o termo mangá Katsushika Hokusai (1760-1849). Porém, o ancestral do atual mangá são os *Toba-ê* essas obras tinham as mesmas características de uma revista em quadrinhos para contar suas histórias, porém, ainda não contavam com os tradicionais balões e os textos eram inseridos ao lado ou acima do quadro ou das figuras que o compunham.

Figura 9: Ukiyo-ê

Fonte: <https://encrypted->

[tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQm9CGaijesixtVW2PXh4bwmX6icDwrHW924Q&usqp=CAU](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQm9CGaijesixtVW2PXh4bwmX6icDwrHW924Q&usqp=CAU)

Os estadunidenses foram os responsáveis pelo declínio do xogunato e a reabertura do país, que passou quase dois séculos de isolamento. Junto ao fim do período feudal e a restauração do poder do imperador o Japão mergulharia novamente em uma era de aprender com os estrangeiros, se nos séculos VI e VII era uma modernização e inspiração chinesas, agora no século XIX, a inspiração vinha de todas as partes desde a francesa até a estadunidense; nesse sentido, o Japão sempre foi uma terra onde as pessoas sabem beber do que vem de fora e adaptar à realidade local o mesmo acontecerá com a arte.

Figura 10: Toba-ê

Fonte: <https://honoluluuseum.org/app/uploads/2020/10/Toba.jpg>.

3.3 O Mangá na atualidade

O moderno mangá nasceu justamente nesse momento de modificação das forças políticas-produtivas do Japão. Antes, os antecessores do mangá eram todos urbanos e provinciais e tinham alcance meramente provinciano. Com o fim do xogunato, as forças produtivas se alteram, o governo deixa de ser aos moldes da economia feudal com pequenos aspectos capitalistas para ser uma economia moderna fabril e controlada por elites econômicas produtivas. Muitas dessas forças produtivas são formadas por famílias que descendem dos samurais por terem ajudado o imperador em sua restauração; assim, nasceram as bases da indústria e os *Zaibatsu*; dentre as indústrias da época teremos a cultural, responsável pela publicação dos jornais (que trazem os primeiros mangás desenhados em suas páginas) e posteriormente os encadernados, próprios dos quadrinhos japoneses.

As influências externas, primeiramente europeias (como por exemplo, os consultores ingleses que foram ao Japão para formar seu corpo de oficiais navais, ou os prussianos e franceses tendo feito o mesmo só que pelo exército imperial), terão um papel de formação das charges dos jornais. Muito disso, se deve a influência inglesa, pois, logo se viu em todos os jornais do país a publicação das famosas tirinhas em suas páginas cujos temas quase sempre focaram em crítica política tanto externa como interna e o cotidiano, porém logo a influência migrou da Europa para e os quadrinhos americano e houve assim a introdução da narrativa decomposta em quadrinhos, entretanto a ilustração japonesa já tinha toda uma história que sempre pesou no imaginário do artista, tanto por isso que o artista Rakuten Kitazawa (1876-1955) primeiro artista a fazer quadrinhos com personagens persistentes, insistiu na adoção do termo mangá para denominar essa nova arte que os japoneses estavam criando.

O Japão do começo do século XX, já tinha saído deste momento inicial de otimismo com o exterior e passou a consolidar-se a autoridade cada vez maior do governo. Tal fenômeno levou artistas a escolher dois caminhos: o papel de propagandista ou confrontar o aumento da censura. Muitos deles passaram a fazer suas representações artísticas com clara inspiração na Revolução Russa tendo os ideais marxistas como forma de resistência ao autoritarismo.

Como os temas políticos foram cada vez mais arrancados dos mangás, em virtude da ampliação dos poderes do imperador e seus conselheiros, no período Meiji (1912), os autores se voltaram sua atenção a um público pouco contemplado pelos quadrinhos até então

as crianças, foi assim que se deu o nascimento de mangás para crianças. Ao contrário dos seus pares ocidentais, os quadrinhos japoneses são muitas vezes pensados para um público específico e por isso, a interação entre as faixas etárias dentro das obras não costuma ser grande.

As primeiras histórias que tinham como público alvo os adultos nasceram em 1923, tinham como personagens crianças humanas e animais humanizados que sempre traziam algum tipo de mensagem para construção do caráter e na construção do senso de unidade e coletivismo aos moldes japoneses. Tais histórias, certamente marcaram a sociedade japonesa e com isso os futuros mangakás dos períodos posteriores, pois, a ilustração até aquele período, poucas vezes era destinada às futuras gerações. As histórias animadas eram e ainda são um modo saudável de se fugir da realidade e por alguns momentos se permitir entrar no mundo da fantasia.

Logo os quadrinhos de todo o mundo estariam voltados cada vez mais para os aspectos lúdicos e escapistas, pois a crise de 1929 tinha chegado para todos. Nesse contexto, a realidade de miséria e desespero foi uma mina de ouro para a fantasia e assim as histórias em quadrinho, de modo geral, se tornaram uma alternativa muito viável a outras formas de entretenimento mais caras. Os artistas em geral e o Japão não estão excluídos de tal realidade, o terremoto conhecido como o Grande sismo de Kantō e as políticas de reconstrução promovidas pelo governo, se mostraram um grande desastre e a crise contribuiu ainda mais para o cenário generalizado dessa situação. Como a arte é um espelho da realidade, na tentativa de trazer esperança aos ânimos geral da nação modificou-se, tendo em vista o crescimento do nacionalismo e o expansionismo japonês marcado pela vitória da corrente política que ansiava por maior poder do imperador, contra outra que clamava por maior poder do parlamento.

O Japão, como relata o historiador Eric Hobsbawm em “A era dos extremos” (1995) já estava em guerra desde 1931 e como tal, já havia começado um dos atos que precederam a segunda guerra mundial: a invasão da Manchúria e o aumento de tensões com britânicos e chineses. Pela aproximação das pretensões do Japão com a Alemanha e a Itália, logo os japoneses se viram do lado do eixo e do nazifascista, mesmo que muitos dos nacionalistas japoneses rejeitam o termo por ser demasiadamente ocidentalizado preferindo que tal movimento receba-se o nome de nacionalismo *Showa* (por causa da era imperial). A produção cultural da época logo se viu tomada em definitivo pelo Estado e assim, os artistas e a indústria da informação e cultura logo tinham a escolher em adaptar as obras à propaganda e

ao fortalecimento da causa nacional; caso contrário, seriam relegados ao ostracismo e ao abandono da sua provisão.

A guerra, em muitos aspectos, não foi somente entre as armas; houve um enorme esforço para a propaganda em todos os lados soviéticos, estadunidenses, alemães e japoneses, todos estavam travando uma guerra pelos corações e mentes de suas populações, para mantê-las acreditando na causa para a qual estavam lutando. Essa propaganda, inclusive, foi voltada para todos, não apenas aos homens em idade militar; afinal, as guerras eram totais e os esforços de toda a nação eram necessários para a vitória. Com isso, pode-se verificar que os quadrinhos de todo o globo passaram a reforçar estereótipos do racismo, do nacionalismo, do heroísmo e do auto sacrifício como formas elementos de suas produções; afinal, para se combater qualquer inimigo, é necessário se imaginar lutando ao lado dos justos e dos certo da moeda contra o vilão.

Como em todo movimento histórico, a mudança de um regime institucional representa a alteração de outros aspectos da superestrutura; essa mudança não foi uma transição abrupta. O modo de produção no Japão continuou os *Zaibatsu*, modelo industrial que vigorava desde a era Meiji, agora se transformou nos *Keiretsu* tendo estratégias parecidas com o dos seus antecessores; sua única transformação foram as melhorias administrativas introduzidas pelas forças de ocupação, que pretendiam dismantelar o nacionalismo *Showa*, assim, reformas políticas, administrativas e culturais foram necessárias; com isso, a cultura de produção se manteve mesmo que acuada por conta da crise do pós-guerra e assim, os quadrinhos de antigamente se tornaram caros e tiveram que se reinventar passando a serem cada vez mais impressos em papel jornal e com remunerações irrisórias aos seus artistas.

Dentre esses artistas estava Tezuka Osamu (1928-1989) considerado por muitos o único que poderia receber o título de deus dos mangás foi ele quem reinventou a forma como os ele são feitos atualmente, inserindo características como os olhos grande cuja sua inspiração é o teatro *Takarazuka* cuja interpretação é inteiramente feita por mulheres, cujas maquiagens e iluminação contribuem para realçar os olhos. Nesse contexto, a transição de quadros por meio de efeitos de cenário e elementos textuais serve para dar maior sensação de vivacidade e movimentação inspirado na 7º arte.

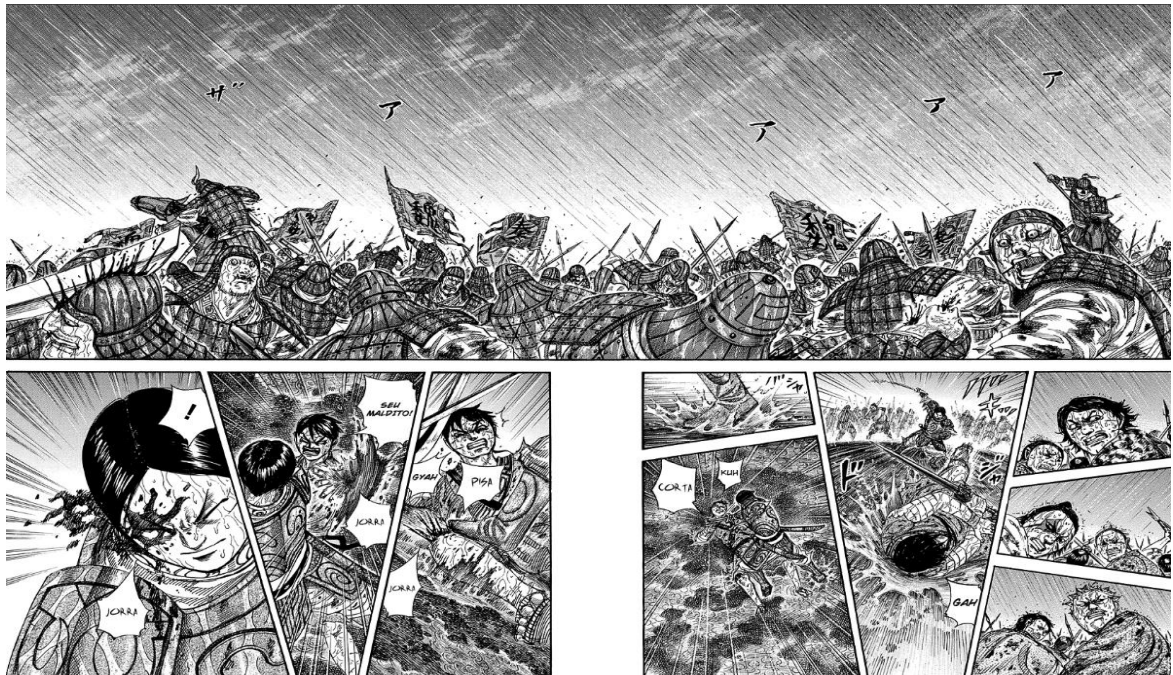
Nos anos de 1960 houve um esforço colossal do povo japonês para a reconstrução de suas vidas que foi marcada pelas consequências da reconstrução da década anterior e sua economia e os primeiros sinais de melhora foram surgindo, uma característica notória disso é a introdução da televisão como bem de consumo. O mangá, nesse período, estava começando

a ficar para trás por conta do volume de suas publicações e o seu preço, por isso começaram a aparecer verdadeiras locadoras que emprestavam os quadrinhos por certas quantias, porém a introdução dos elementos de transição de quadros, onomatopeias²⁶ e para o público masculino da idade adulta o realismo; esses elementos foram fundamentais para manter-se o público.

Além das mudanças em suas estruturas narrativas, brindes e colecionáveis que vinham junto aos quadrinhos também ajudaram a cada vez mais atrair o leitor para as revistinhas, porém, a principal mudança física para o aumento do consumo foi o volume das publicações. As grandes revistas como a *Shōnen Jump*, *Shōnen Magazine*, *Shōnen Sunday*, dentre outras, começaram a pressionar fortemente os artistas para desenharem ainda mais. Logo, muitos desses grandes encadernados passaram a ser publicados em ritos extremos.

Usa-se aqui como, por exemplo, a cena de batalha do mangá *kingdom* para apresentar alguns dos conceitos que foram introduzidos no período e tem reflexo até hoje nos mangás (2006-presente).

Figura 11:Mangá Kingdom



Fonte: <https://mangalivre.net/ler/kingdom/online/49261/capitulo-230#>.

Nota-se na imagem o enquadramento e a sutileza que transmite a imagem, quadro a quadro todos os elementos são colocados de forma a dar uma linearidade e fluidez à obra.

²⁶ Palavras que exprimem ou transcrever sons

Kingdom tem traços dos mangás extremamente realistas, características que são uma clara inspiração nos mangás da década de 1960, mesmo contendo alguns personagens com traços nitidamente exagerados principalmente se tratando de personagens lendários dentro da trama. Outro aspecto que se pode notar com o exemplo da figura 9, são os ideogramas japoneses que demonstram intensidade e os sons como no caso do primeiro quadrinho querendo simular o cair da chuva. Essas características que tentam chegar perto das obras televisivas, são algo extremamente benéfico e que os japoneses souberam utilizar muito bem ao adaptar os mangás para animes.

O crescimento econômico advindo do esforço e da lógica japonesa, tornaram o país um dos mais prósperos no mundo. Ao longo do tempo, a classe dos assalariados se tornou extremamente comuns, não era raro na época e até hoje entrar nos metros dos grandes centros e encantar multidões desses trabalhadores, os mangás das décadas de 1970 até os nossos tempos ainda trazem muito dessa realidade, tanto em quadrinhos sobre tais provisionais com a mistura do cotidiano com a fantasia e a comédia. Os mangás que trazem tais quadros de funcionários sempre focam na superação do cotidiano maçante e reforçam a união entre os membros das equipes; porém, esses quadrinhos trazem de forma mais acentuada um elemento cuja presença é antiga no mangá: o esforço.

O esforço é um elemento primordial para os japoneses e os assalariados é um desses exemplos reais do quadro cultural. Muito herói do arquipélago tem seus poderes desde o começo e se esforçam pouco a ascenderem a posição de herói; no Japão na maioria das vezes os protagonistas, de forma geral, sempre têm um longo caminho a percorrer para se tornarem poderosos nada vem sem esforço, seja ele mental e ou físico.

O mangá moderno carrega toda essa herança consigo, existem diversos gêneros, temas, traços e formas de se contar a história, porém, muitas delas, se desenvolveram indubitavelmente observando e criando a partir de sua história. Para terem viajado milhares de quilômetros e espalhando-se para todo mundo, foi necessário um engajamento entre as múltiplas plataformas, mesmo que no Japão a maioria das obras são conhecidas como mangás e depois, tornam-se o anime²⁷. Para nós ocidentais a realidade é oposta, conhecemos na maioria das vezes primeiro o anime para depois procurarmos o mangás; logo não é difícil creditar parte do sucesso internacional que os produtos/obras ganharam sem dar crédito a internet e a televisão mesmo este último estando perdendo espaço cada vez mais rápido.

²⁷ Anime em japonês é literalmente animação, o termo no ocidente é usado no entanto para diferenciar as orientais das animações ocidentais.

3.4 Os gêneros dos mangás

O mercado da indústria cultural japonesa é muito próspero mesmo com as recentes quedas das vendas dos mangás, o mercado editorial japonês tem uma característica fundamental que o define: pouca competição e aceitação dos quadrinhos e personagens que vem de fora os heróis e vilões apesar de às vezes poderem ter inspiração de fora são todos adaptados à realidade japonesa. O mercado japonês assim pode se desenvolver de modo amplo por conta de sua falta de competição estrangeira como dito por Luyten (2000, p. 47).

Diferentemente do Japão, o mangá no Brasil é costumeiramente vendido e encadernado com vários volumes da mesma história; porém, isso é uma etapa posterior do que acontece no outro lado do mundo. Lá o mangá, em sua maioria, são encadernados e vendidos de forma massiva pelas grandes empresas; as pequenas empresas, cuidam de mercados mais específicos e nichados muitos deles *underground*²⁸. As obras quando finalizadas são muitas vezes retiradas dos grandes magazines e publicadas em papel de melhor qualidade, sendo em sua maioria, consumidas por colecionadores das obras em específico.

As séries que fazem sucesso nas mangashi são compiladas e lançadas em melhor qualidade sendo, portanto, para se colecionar. Esses encadernados de apenas uma história podem, por sua vez, virem em diferentes formatos. O mais comum é o tankobon⁷⁸, seguido do bunkobon, este um pouco menor que o primeiro (GARCÍA, 2010)²⁹. Ambos têm em média 200 páginas por volume. (CARLOS, 2011, p. 64)

Os *Shogaku* são as histórias escritas para o público infantil, principalmente entre os 6 a 12 anos, Luyten (2000) os mangás podem ou não ter relação direta com os conteúdos escolares, porém claramente tem o objetivo de despertar a curiosidade das crianças sobre as matérias lecionadas. No interior dos magazines além de encontrar as propagandas direcionadas ao grupo etário o qual aquela revista se destina, também é possível encontrar aspectos diretamente ligados ao ensino; mesmo sem a ligação direta entre as editoras que produzem os livros didáticos e as revistas, ainda é possível ver que ao final da revista quadros

²⁸ Expressão para as publicações pouco conhecidas e vendidas com pouca tiragem muitas vezes.

²⁹ Citação de uma citação logo mesmo com a ABNT estando errado esse é como se encontra no texto.

que trazem curiosidades e reforça a matéria escolar, os gêneros literários mais comuns a essas revistas são: o cotidiano, aventura e fantasia.

Figura 12: *Shogaku*



Fonte:

http://info.sonicretro.org/images/thumb/9/99/Shogaku_Yonensei_199305_Cover.jpg/240px-Shogaku_Yonensei_1993-05_Cover.jpg

O *Shoujo* mangá é a categoria de mangas feitas para as garotas de 12 a 17 anos, não sendo raro que muitas mulheres já na idade adulta ainda os consumam, principalmente por carinho as obras que marcaram sua adolescência.

Essa categoria é um ótimo exemplo para falarmos de uma tendência que começou no pós-guerra e ainda hoje cresce a de *mangakás*³⁰ mulheres, o mercado por ser muitas vezes nichado traz a mulheres em sua maioria a trabalhar escrevendo para meninas e mulheres, o *Shoujo* tem como característica principal o romance, a Europa frequentemente é citada como um ambiente propício ao romance com cidades e palácios dignos de Versalhes e da posterior *Belle époque*, quadro esse perfeito para o público juvenil feminino.

As temáticas, além do romance, são o escolar e a relação com as amigas, música, esportes; também não são raros ver a paixão pelo *senpai*³¹ retratadas em muitas obras cujo

³⁰ Mangakás são os produtores de mangás.

³¹ Veterano(a).

tema recai sobre o homem mais velho e maduro sendo retratado como sendo o sonho de uma ou mais personagens da história e o seu posterior desentendimento e retomada ou não da amizade. Exemplos de *shoujo*: “Sakura Card Captors”, “Fruits Basket”, “K-on”, “Tokyo Mew Mew”. Os gêneros literários mais comuns aos *Shoujo* são: *Yuri* (girls love) e *Yaoi* (boys love), *mahou shoujo*, *Slice of life*, romance, entre outros. O primeiro trata-se do gênero que mostra relações homoafetivas tanto entre garotos como garotas, o gênero foca-se e limita-se ao romance chegando ao máximo no *ecchi* cujo termo será trabalhado com mais detalhes no próximo parágrafo; o segundo, trata-se da tradução literal do seu significado, ou seja, garotas mágicas, que tem como exemplo “Sailor moon” (1991-1997) e “Madoka mágica” (2011-2011). O terceiro traduzido como fatia de vida, ou seja, é o gênero mais próximo ao dia a dia.

Figura 13: Shoujo (Sakura card captors)



Fonte: <https://www.animesaxis.com.br/wp-content/uploads/2017/03/Sakura-Card-Captors-Nakayoshi-1.jpg>

Shounen são os mangás mais populares juntamente aos *Shoujo*. Seu público alvo são os jovens dos 12 aos 17 anos, um traço característico desse tipo de mangá são o excesso de ação e aventura, Luyten (2000,p.56 a 60) nos traz uma premissa do excesso de violência e exposição do ato sexual nos mangás, sendo um trabalho de cuja primeira publicação data de 1991 visto as últimas tendências dos mangás e animes do século XX, assumimos neste trabalho um equívoco desta classificação sendo destinada aos *Shounen*, a violência e o sangue

são sim traços característicos dos *shounen*, porém, nas obras mais recentes os traços realistas e o ato sexual são traços de um outro tipo de obra dentro do mangá os *Seinen*, os *shounen* tendem a ter traços mais caricatos e fantasiosos, além da profundidade do temas tratados e a complexidade das relações retratadas menor do que em comparação ao *seinen*, exemplos e obras de *shounens* são: “cavaleiros do zodíaco”, “Naruto”, “Yu yu hakusho”, “Yu-gi-oh”, entre muitos outros, explicitude do ato sexual se existente nas décadas passadas foram substituídas muitas vezes pelo *ecchi*, sendo esse aqui colocado com conotação de hiperssexualidade e nudez não sendo diretamente ligada ao ato sexual. Alguns gêneros literários que compõem este macro gênero são: *Isekai*³², ação, esportes, *Slice of life*, fantasia, ficção científica, entre outros.

Figura 14: Shonen Jump magazine (One Piece, Boku no Hero Academia, Yakusoku no Neverland, Black Clover, kimetsu no yaiba, Doctor Stone, etc)



Fonte: <https://i1.wp.com/quadroxquadro.com.br/wp-content/uploads/2019/05/shonen-jump-cover.jpg?resize=463%2C660&ssl=1>

Seinen trata-se do mangá que é feito para adultos do gênero masculino, ou seja, uma faixa etária entre os 19 aos 40 anos, o equívoco de Bibi Luyten é considerar os *Seinen* a

³² Isekais são obras que necessariamente o personagem troca de mundo.

mesma coisa que *Shonen* é justificado por causa da temática ser parecida entre os dois mangás.

Já os mangás *seinen* têm como público homens adultos e apresentam histórias de samurais e esportes, como nos *shounen*, porém, com um enfoque mais maduro e, por vezes, sobre questões de realidade distinta dos meninos, como o trabalho. Por serem direcionadas a esse público, há uma tendência de se pensar que os enredos sejam pornográficos, porém Gravett (2006, p. 103) explica que realmente não existem hesitações em apresentar sexo, ou mesmo violência, porém, “o material explícito tende a ficar confinado a revistas de editoras menores especializadas em erotismo, (CARLOS, 2011, p. 67)

As temáticas sendo parecidas dificulta a classificação entre ambos os gêneros, sendo os *Seinen* com conteúdos mais fortes no quesito violência sexual e sua representação gráfica tende, em muitos deles, ao realismo traço herdado em muito dos mangás da década de 1960, época em que o estilo foi-se aprimorando, como demonstrado acima. Retratam também, questões do mundo real dos homens Japoneses, com séries sobre o mundo do trabalho tanto de humor, quanto de forma séria. Os subgêneros presentes são, em sua maioria, iguais aos *shounen*, porém, alguns gêneros são mais presentes dentro do *seinen* do que do *shounen* algum deles são: *Jidaimono*, policiais e yakuza. O primeiro trata-se do mangá histórico que tem como seu pano de fundo o passado tanto do Japão como da China em alguns casos, motivo disso é que ambos os temas podem ser mais bem explorados quando são destinados para os adultos por representarem sem as restrições que o público juvenil precisa, os horrores de uma cena de crime e de um campo de batalha.

Figura 15: *Seinen (kingdom)*



Fonte: <https://mangalivre.net/ler/kingdom/online/226938/capitulo-642#!page0>

Josei ou *redikomi* são os mangás para o público feminino adulto da faixa etária dos 19 aos 40 anos, o clima de romance não desaparece por completo no lugar disso as tramas tendem a ser melhor desenvolvidas como forma de conquistar o público mais maduro, a criação dos filhos entre outros aspectos da vida cotidiana é fortemente mencionada como forma de conectar as revistas as situações cotidianas do seu público alvo.

Figura 16: Josei (Petit Comic)



Fonte: <https://shiritorii.files.wordpress.com/2017/02/petit.jpg>

Hentais são mangas um gênero direcionado ao público adulto por se tratar de sexo, o termo significa literalmente tarado, e hoje em dia é um estilo muito conhecido e divulgado graças a internet. No Japão o gênero é produzido principalmente por pequenas empresas ou por publicação própria dos artistas, sendo vendidos em máquinas de venda em certos pontos da cidade, lugares especializados na venda de artigos eróticos. Apesar dos homens serem os grandes consumidores do gênero, não é raro vermos mulheres o consumindo também; geralmente as mulheres, são as principais consumidoras dos subgêneros de *Yaoi* e *Yuri* que neste contexto vão muito além do que no *shoujo* e mostram cenas de sexo.

Também dentro desse gênero existem outros mais relacionados aos fetiches, que usualmente recebem o título de *hentai hardcore* e os gêneros do *shotacon* e *lolicon*,

designando respectivamente a relação sexual entre homens e mulheres com crianças e adolescentes. A prática tem cada vez mais sendo picotada de forma internacional com alguns ecos internos, porém pouco foi se feito para a proibição da prática, graças ao seu consumo ser exclusivo para adultos.

Figura 17: *Hentai (FutariH)*



Fonte: <https://www.extra-imagens.com.br/Control/ArquivoExibir.aspx?IdArquivo=84728854>

Esses são os gêneros e subgêneros mais comuns dos mangás, vale aqui na conclusão deste capítulo, mencionar que também existem muitos mangás *undergrounds* e produções feitas fora do Japão como Coreia e China já tendo algumas obras dentro do estilo. Porém, o estilo do desenho de mangá anda sendo difundido para todo o mundo, tanto que o

Brasil já conta com algumas produções nacionais. Vale salientar que mesmo com essa divisão e especialização das obras a determinado gênero e faixa etária não é incomum ver meninos lendo mangás de menina bem como jovens lendo quadrinhos para o público mais velho e vice-versa, o mais importante ao se tratar de arte é o como ela consegue se comunicar com o público e sua realidade e nesse sentido, o mangá está conseguindo fazer isso em uma escala global.

4 BRASIL: A INFLUÊNCIA DO POP JAPONÊS ATRAVÉS DO MANGÁ

O Brasil será o foco do presente capítulo, iremos trabalhar com a questão do objeto do estudo o mangá, juntamente com o segundo e mais importante aspecto do trabalho a sociedade, analisaremos como o mangá foi introduzido no país em dois momentos distintos, além de como nos últimos anos foi possível junto ao anime os dois serem responsáveis por uma expansão vertiginosa dos membros da comunidade *otaku*, além de rapidamente abordar o principal meio hoje onde essa mídia circula a internet. Para tal iremos novamente recorrer a Sonia Bibe Luyten e Giovana Santana Carlos além de Étienne Barral para trazer aspectos importantes do *otaku* japonês para nos colocarmos em perspectiva com o *otaku* brasileiro, apontando assim semelhanças e diferenças.

4.1 A chegada do mangá no Brasil

O mangá é um produto da indústria cultural japonesa, como foi possível de verificar pela pesquisa que até aqui foi realizada. Mas há algo intrigante em sua história: como ele saiu do Japão e veio parar nas terras tupiniquins? Nesse capítulo tem-se o objetivo de encontrar a resposta ao problema que levantamos.

Aparentemente o mangá se relaciona diretamente a imigração japonesa no Brasil; o país ocupa o segundo lugar no mundo com maior quantidade de japoneses e seus descendentes, sendo superado apenas pelo próprio Japão. Acontece, porém, que as barreiras culturais impostas aos japoneses ao chegarem aqui são maiores do que de imigrantes europeus como, por exemplo, sobretudo por seus valores não serem os mesmos da sociedade brasileira da época e pregava costumes ocidentais sobretudo europeus; Isso trata-se de uma dinâmica europeizante o que afetava não só os japoneses mas também imigrantes chineses e a população negra e indígena, o “Brasil” nesse período ainda se pautava sobre a tradição europeia em detrimento de todas as outras. Nesta perspectiva, a mentalidade do japonês que vinha para o Brasil sempre era de enriquecer e voltar para o Japão; porém, por causa das complicadas relações de trabalho, ele primeiramente trabalhava na lavoura, sujeitando-se à baixa remuneração e, posteriormente, ao trabalho no meio urbano. Com isso, voltar para o Japão mostrou-se inviável.

Ao compararmos o estabelecimento dos japoneses no Brasil com o de outros grupos de imigrantes, como italianos ou alemães, por exemplo, podemos notar alguns contrastes quanto ao processo de assimilação e aculturação. A distância cultural entre os japoneses e a sociedade receptora luso-brasileira era muito maior do que a que existia entre estes e os europeus, se levarmos em conta costumes, a língua, a religião e a culinária. Segundo E. Schaden, esse processo ocorreu de forma mais intensa e conflituosa (...). (LUYTEN, 2000, p.191)

Tabela 1: Dados da população japonesa que chegou ao Brasil.

Unidade da Federação	Dados absolutos - 1940	Dados absolutos - 1950	Proporções por 100.000 - 1940	Proporções por 100.000 - 1940
Amazonas	305	201	211	156
Pará	467	421	323	326
Minas Gerais	893	917	618	710
Rio de Janeiro	380	1.086	263	841
Distrito Federal	538	392	372	303
São Paulo	132.216	108.912	91.484	84.302
Paraná	8.064	15.393	5.580	11.915
Mato Grosso	1.128	1.172	780	907
Brasil	144.523	129.192	100.000	100.000

Fonte: <https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/japoneses/destino-dos-imigrantes.html>

Para que fosse possível, primeiramente, não se afastarem da cultura japonesa e, posteriormente a volta ao Japão, eles apostaram em uma dupla estratégia: primeiramente seria a educação dos seus descendentes aqui no Brasil, através das escassas escolas do campo, muitas delas feitas pelas próprias comunidades nipônicas; segundo, a manutenção da sua cultura original e a manutenção da língua em primeiro momento em casa e depois com a urbanização da população brasileira e imigrante com as chamadas escolas japonesas.

Muito dos imigrante ao que parece traziam consigo nos navios objetos de cunho sentimental é muito provável que primeiras “história em quadrinhos” japonesas estejam entre eles a autora Sonia Bibe Luyten (2000) nos traz essa noção, mas também não coloca uma data específica para a introdução do mangá no Brasil apenas a maneira sendo ela através dos *Shogaku* os mangás para crianças; sendo os *Shogaku mangas* relacionados diretamente às crianças ele desempenhou um papel importante para muitos descendentes aprenderem a língua dos pais, pois introduz de forma lúdica a língua, pois muitos mangás japoneses destinados aos públicos em idade escolar principalmente a básica contam com as duas escritas

dos ideogramas dos kanji e o silábico hiragana, assim se a criança não entende alguns dos símbolos pode consultar no silábico.

Buscar uma datação para a introdução do mangá no Brasil de uma forma mais a atender as necessidades da comunidade japonesa principal leitora neste período de introdução é um elemento extremamente difícil, porém, é através de algumas leituras e relacionar alguns elementos possa ser possível chegar-se a uma estimativa para sua difusão de forma mais significativa do que apenas objetos de bagagem, como bem foi dito pela autora Sonia Bibe Luyten, os *Shogaku* são a principal revista deste período inicial de contato entre os japoneses que estavam aqui no Brasil com o Japão.

Os mangás para as crianças só começaram a ser escritos no Japão entre o final da era Meiji ao final da era *Taisho* de (1912-1925) sendo que as duas primeiras obras escritas para as crianças, a “*Sho-chan no boken*” e “*Manga Taro*”, tiveram a sua data de estreia em 1923, o que torna impreciso falar de mangás para crianças antes desta data.

Outro fator importante é o fato destes mangás serem importados para o Brasil e ou trazidos juntos com os imigrantes como forma de lembrar-se de sua pátria original; é o que Bibe Luyten escreve em *Mangá: O poder dos quadrinhos japoneses* (2000). Outros fatores que devem ser levados em conta é que a vinda dos japoneses para o Brasil começa em 1908, sendo o mangá neste período bem restrito mesmo no Japão ele só se encontrava em jornais e tinham poucas revistas que contavam com os encadernados dos quadrinhos retirados dos jornais isso já foi demonstrado no capítulo 2. Soma-se a isso o fato da maioria dos japoneses que aqui estavam se encontrarem no campo e com salários baixos muitas vezes. Além disso, tem-se o fato de que os mangás eram importados do Japão e durante a ditadura Vargas (1930-1945), os estrangeiros eram proibidos de falar e ensinar sua língua em público.

Dessa maneira, além da preocupação do envio dos filhos à escola brasileira, fosse no meio rural ou posteriormente no urbano, tomou-se também a manutenção da língua. O japonês também era falado em casa, e a maioria das crianças chegava à escola brasileira sem nunca ter ouvido a língua portuguesa. além da escola japonesa, as crianças dispunham de outros elementos para um contato permanente com a língua, tais como livros e revistas de histórias em quadrinhos, com destaque às de cunho didático- *shogaku*- que abrangem a faixa etária dos 6 aos 12 anos. (LUYTEN, 2000, p.192)

Assim, importações certamente seriam barradas, e somente em torno de 1945 a 1946 em diante que foi liberada a importação de alguns exemplares das revistas para nossas terras. Essa periodização da importação é apenas uma estimativa, não podendo, contudo,

esquecer que muitas obras vinham junto com os imigrantes. Com o passar dos tempos outros mangás passaram a ser importados do Japão e continuaram a vir para o Brasil, porém, com um mercado pequeno que dependia, sobretudo da via marítima. Contudo essa transição era limitada, sobretudo por conta que tinham apenas o público falante de japonês no Brasil como seus importadores e alguns sebos que redistribuindo tais produtos.

Digno de nota é um movimento de nipo-brasileiro já na década de 1950 começaram a produzir quadrinhos com traços inspirados nos mangás; porém, as coisas começaram a mudar de fato nos anos 1960 quando começaram a serem introduzidos *lives actions*³³ como National Kid. “O primeiro live-action exibido no Brasil foi “National Kid”.

Nessa mesma época, na década de 1960, outras oito séries juntamente com animes passaram na nossa TV aberta. (CARLOS, 2011), com a chegada dessas primeiras séries japonesas ao Brasil houve a abertura para publicações de algumas obras com temáticas de ninjas e samurais com traços que lembram muito ao dos mangás, justamente por alguns desses desenhistas nipo-brasileiros carregam em sua bagagem referências dos mangás pelos seus anos de formação e pela cultura passada em casa e na escola.

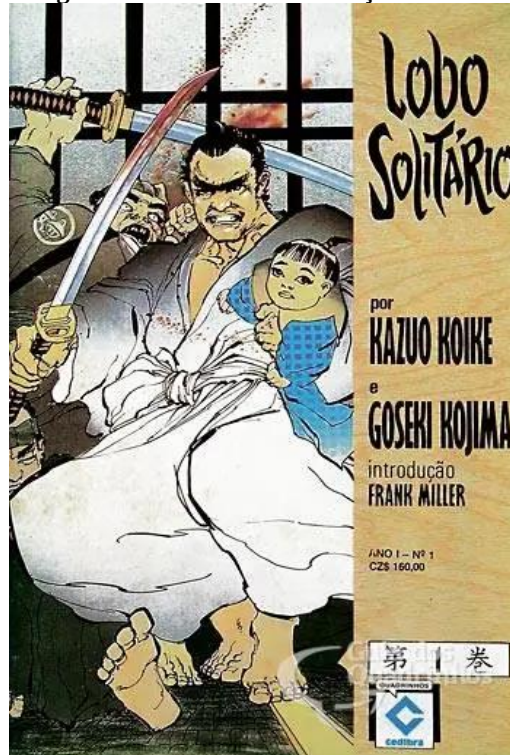
O primeiro mangá a chegar no Brasil foi no final dos anos 1980, o seu título é Lobo solitário, obra que ainda hoje permanece muito popular, sobretudo por suas tiragens diferentes ao longo das décadas que se seguiram. Mesmo a obra tratar-se de um *Seinen*, ela era consumida por um amplo grupo, dentre eles provavelmente crianças. Mas isso não mudou muito nos últimos tempos, que pouco é feito para a faixa etária das crianças, mesmo com a introdução de alguns títulos, houve um período de pouco crescimento nos títulos que eram trazidos pelas editoras para o Brasil.

Neste momento inicial, os mangás eram então traduzidos e espelhados³⁴, coisa que levou muitos a curiosidade, sobretudo na história de Lobo Solitário, quando alguns golpes dentro da obra tinham lados específicos para serem realizados, da esquerda para a direita, mas por conta do espelhamento acabavam sendo invertido, esse fato passava despercebido por alguns fãs, porém, em muitos outros casos gerou curiosidade.

³³ *Life actions* são séries japonesas muitas adaptadas de mangás, animes, Hqs, desenhos usando atores.

³⁴ No sentido original da leitura no japonês é da direita para a esquerda sendo ao contrário do nosso as editoras invertiam sua ordem e a isso dava-se o nome espelhamento

Figura 18: Lobo Solitário edição de 1989



Fonte: <https://blogbbm.com/2019/01/22/memoria-os-30-anos-do-fim-da-primeira-publicacao-brasileira-de-lobo-solitario/>

Apesar desse lento início de publicação dos mangás, logo nos anos 1990 mais títulos foram publicados, juntamente com revistas específicas para os fãs do pop japonês, sobretudo por conta dos animes, além do começo dos primeiros animes, locais onde possíveis trocas e aquisição de volumes dos mangás poderiam ser realizadas.

Nos anos 2000, com o volume cada vez maior de obras entrando nas telas da televisão, o mercado de mangá conseguiu crescer e agora os mangás passaram a adotar o sentido original da leitura que vinham do oriente, se tornando impossível das editoras contrariarem os fãs que começaram a fazer pressão para o sentido original de a leitura ser mantido, como nos conta Giovana Santana Carlos sobre esse primeiro momento em sua dissertação de mestrado:

Em 2000, a Conrad lançou “Dragon Ball” e “Cavaleiros do Zodíaco”. Em 2001, quatro títulos foram publicados pela JBC: “Samurai X”, “Sakura Card Captors”, “Guerreiras Mágicas de Rayearth” e “Video Girl Ai Além disso, foi mantida a leitura oriental, da direita para a esquerda, o que hoje é uma exigência do fandom, além de resultar mais barato no processo de importação. Inicialmente, as principais editoras de mangás no Brasil foram a Conrad e a JBC, tendo entrado posteriormente no mercado a Panini e por último a NewPOP (detalhadas adiante)” (CARLOS, 2011, p.83)

As principais editoras que se dedicaram a publicar mangá no Brasil são: Conrad, JBC, Panini, *Newpop* etc. Desde a vinda dos Mangás para o país, após o período entre os finais das duas décadas de 1989 e 1999 e posteriormente 2000, com a transformação na forma da editoração dos mangás respeitando a original versão em sentido oriental, a editora Conrad foi a primeira desse novo período a consolidar-se e aparentemente tem muito orgulho de ter sido a primeira a lançar o mangá no sentido original com o título “*Dragon Ball*”.

A Conrad foi a principal do segmento até 2007, quando começou a perder espaço para Panini e JBC; isso deve-se muito ao fato de problemas internos da empresa e atrasos nas publicações que para a *Fandom* é algo considerado extremamente problemático. Nos dias atuais as principais editoras são a JBC e Panini, essas duas representam o grosso das publicações, NewPOP outra editora do ramo é considerada diferenciada pois sempre traz títulos alternativos com público bem restrito.

Apesar do mercado brasileiro de mangá não ser novo propriamente dito e também ter uma boa quantidade de títulos, não é suficiente para atender as demandas dos *otakus* em sua ânsia ao consumir produtos da cultura pop japonesa. No Japão existem milhares de títulos diferentes e o mercado é muito mais amplo, no Brasil fãs que não tem o seu título preferido publicado nas grandes editoras podem optar pelo *Scanlation*.

Scanlation é uma junção das palavras inglesas “scan” e “translation” (“tradução”), designando suas principais características: a digitalização e a tradução de um material impresso estrangeiro, geralmente, quadrinhos. A palavra pode tanto determinar a prática quanto referir-se ao material produzido a partir de HQs, ou seja, se faz *scanlation* e se lê *scanlation*. O grupo ou pessoa realizador desta prática é chamado de *scanlator*, o qual também pode ser designado pela função específica desempenhada no grupo como, por exemplo, tradutor e editor. No Brasil e na França uma minoria também utiliza, no lugar do termo inglês, a palavra “scantrad”. (CARLOS, 2011,p.90)

O meio digital é o principal meio pelo qual muitos *otakus*, leem mangás, assistem animes e jogam jogos muitos vindos do Japão. O meio digital hoje é uma biblioteca com milhares de títulos, também é uma forma mais barata de se ler os mangás, hoje quando esse trabalho é escrito a maioria das obras estão sendo vendidas tanto pela Panini quanto pela JBC por \$29,90, tendo revistas com preços menores, porém são poucas. Ainda tem muitos que ainda consomem o mangá físico, todavia muitos ou deixaram de comprar e foram

obrigados a consumir tudo de forma digital ou diminuíram a quantidade de títulos comprados, sempre com a possibilidade de ainda os lerem pela internet.

4.2 Os Otakus

Os *Otakus* são no ocidente, sobretudo, a comunidade fã da cultura pop japonesa em suas várias manifestações, no primeiro capítulo foi dedicado uma pequena parte para mencioná-los porém aqui iremos aprofundar um pouco nosso conhecimento sobre eles.

O termo *otaku*, como definiu epistemologicamente Étienne Barral pesquisador francês e escritor do livro “*Otaku: os filhos do virtual*” (2001) tem o seu significado a partir da junção de dois ideograma o primeiro que se deriva de habitação; o segundo de um tratamento que se destina ao outro, esse outro no sentido de um vizinho alguém cuja relação não deseje se desenvolver, de acordo com o mesmo pesquisador é um termo perfeito para designar a nova geração que se formava no Japão, dado o ano de publicação da primeira versão em francês ser de 1999 podemos perceber que: tal comunidade não é nova e a geração atual é herdeira de um processo já iniciado antes do seu nascimento principalmente no caso do Japão, mas não só; hoje em dia não é difícil nos animes encontros brasileiros como por exemplo se ver pais *otakus* levando seus filhos para esses encontros permitindo que os pequenos tenham contato com o mundo do pop japonês. Nakamori Akio³⁵ foi a primeira pessoa a utilizar o termo para designar essa nova geração.

O primeiro uso do termo Otaku como designação de um grupo social é atribuído ao cronista japonês Akio Nakamori. Em 1983, na revista erótica Manga Burikko, Nakamori publicou o artigo *Machini otaku ga ippai* (“A cidade está cheia de Otakus”, em tradução livre)” (GUSHIKEN; HIRATA, 2012, 136 - 137)

O termo, porém, ficou ainda um bom tempo no anonimato e sem uso direto vindo a tona somente 6 anos depois, quando um jovem de 27 matou 4 garotas e a imprensa logo chamou ele de *otaku*, o termo desde de então tem passado constantemente sendo empregado pejorativamente tanto que não é raro *animes* de *Slice of life* retratando personagens *Otakus* que tem medo da reprovação social por conta de seus gostos e costumes.

³⁵ O nome está em sentido oriental sobrenome e nome.

Podemos, no entanto, nos ater a algumas características de tal movimento. O *otakismo* surge como real movimento nos anos 1980, sendo herdeiro direto do “juventude moratória”, esse termo de acordo com Étienne Barral (2001) designa: jovens que iam para as faculdades e ao experimentarem o gosto da liberdade do final dos difíceis exames de admissão das universidades começavam a tentar atrasar ao máximo a sua entrada na vida adulta.

Os primeiros *otakus* surgiram exatamente dessa leva de jovens universitários; segundo Étienne Barral(2001) será exatamente essa a características que iram definir um *Otaku* dentro do seu termo original em japonês, uma geração de jovens que excluem do convívio social, e em certa medida, têm medo da participação na vida e sociedade adulta japonesa.

O Japão ainda tem uma visão pejorativa do *otaku*, sobretudo depois do caso dos assassinatos e resultante de um conceito dentro da consciência japonesa, “a construção do coletivo através dos esforços individuais” sendo os *otakus* parasitas desse sistema. Seriam esses jovens realmente parasitas? Ou seu estado de isolamento diz muito não somente da sociedade japonesa, mas, de uma relação sistêmica entre as novas gerações e o sistema capitalista, o consumo em massa molda as nossas relações cotidianas o sistema aposta sobretudo na competitividade entre os diversos indivíduos da sociedade moderna, subalternizado os trabalhadores braçais e apostando em muitos casos em uma educação neo tecnicista para manutenção da competitividade e da mão de obra.

O termo *otaku* tem recebido alterações nos últimos tempos, por conta da *fandom* japonesa conseguir associar o termo ao do fã/ fanático, sendo assim todos aqueles que se dedicam seu tempo livre ou não a robes começaram a ser chamado de *otakus* sendo possível ter o *otaku* das maquetes ou *otaku* da moda *lolita*; o termo não tinha um sentido feminino em sua versão original em japonês sendo assim em comparação com a língua portuguesa seria “o(a) *otaku*” no Brasil no entanto o termo passou por alterações, mesmo com uma maioria da *fandom* brasileira ainda sendo homens as mulheres, estão muito presentes dentro da comunidade *otaku* e por isso, o termo no original em japonês daqueles jovens que se trancam em seus quartos ou casas e passam a vida imersos nos robes foi perdido, sendo no Brasil e em muitos lugares ao redor do mundo, o termo *otaku* passou a designar os *fãs* do pop japoneses. Em tal situação, no Brasil, de acordo com Yuji Gushike e Tatiane Hirata autores do artigo “Processos de consumo cultural e midiático: imagem dos ‘*otakus*’ apresentam como a *fandom* brasileira passa a encarar a imagem das mulheres *fãs* do pop japonês.

Provavelmente ligado à irreverência característica dos grupos de Otaku no Brasil está o uso, de maneira bem-humorada, de variações linguísticas a partir do termo. Há o emprego do termo “otaka”, no qual a representação de gênero feminino indica uma adaptação da palavra Otaku para se referir às garotas que se apresentam como admiradoras e fãs de mangás, animes e música pop japonesa. Além desta adaptação, há ainda o termo otome, que em japonês significa “virgem” ou “donzela”, mas que não denota exatamente a contraparte feminina do Otaku” (GUSHIKEN; HIRATA, 2012, p. 147)

Como em um processo dialético, o Japão bebeu da vontade europeia lá no começo de sua produção jornalística e quadrinística do quadrinho ocidental para produzir o seu, agora ele influencia obras em todo mundo com a maior aceitação dos jovens ocidentais ao estilo gráfico do anime/mangá, a aceitação e adaptação do termo *otaku* pelos estrangeiros agora volta para o Japão onde muitos começam a mudar sua concepção do que é o *otaku*, o *soft power* construído pelo pop japonês volta para transformar o país. Com isso, muitas pessoas do mundo inteiro passaram a ter uma visão diferente sobre o Japão, muito disso se reflete no turismo, impacto direto da influência do pop japonês. Dentro do país, isso pode ser traduzido na criação de espaços destinados a atender, sobretudo o público *otaku* japonês, mas também o estrangeiro que vai ao Japão, um dos maiores exemplos da influência e transformação do Japão é o bairro de *Akihabara*, com suas grandes telas e decorações de *animes* e *maids* cafés é considerada um local de visitação em muitos roteiros turísticos.

Figura 19: Maids dos maids cafés de Akihabara



Fonte: https://lh3.googleusercontent.com/---mUhHw_7u0/VdTt5OKn6VI/AAAAAAAAAMAI/R6aGyKFZJ-Q/s600-Ic42/Akihabara_Maids%252520%252528Commons%252520Wkimedia%252529.JPG

O *otaku* brasileiro, mesmo compartilhando alguns aspectos do japonês, ainda mantém suas diferenças por conta a hibridação cultural e características típicas do Brasil como dito por Yuji Gushike e Tatiane Hirata, a comunidade brasileira mesmo tendo pessoas que escolhem se isolar e ter interações exclusivamente pelo meio digital ainda sim tem um coeficiente muito maior de fãs que interagem abertamente uns com os outros em muito disso deve-se pela criação de espaços que propiciem isso, como lojas especializadas em mangás e artigos com referências ao pop japonês, mas sobretudo pelos anime encontros.

Foi nos anos 2000, com o desenvolvimento e maior visibilidade graças a televisão e um pouco da nascente internet que os produtos da cultura pop japonesa e em especial os animes e mangás, ajudaram no desenvolvimento da base *Fandom* que começou a consolidar-se. Os primeiros encontros entre os fãs do pop japonês que começaram cada vez mais a tornar o título de *otakus* para si, exemplo desses encontros é o mais famoso “*Anime Friends*” realizado desde 2003, tais eventos posteriormente ajudaram a *fanbase geek* e *otaku* de cidades interioranas como Ribeirão Preto a terem o próprio evento de animes, o Ribeirão Preto Anime Fest com alcance regional.

De algum tempo para cá, houve também uma ampla influência sul-coreana e com isso, nesses encontros também podem ser encontrados os famosos *cosplayers*, pessoas que dedicam muito tempo e dinheiro em encarnar seus personagens favoritos, não se pode falar em apenas se fantasiar a prática do *cosplay* exige além de uma boa fantasia a atuação da pessoa, buscando assim trazer o personagem para vida real essa prática por si só pode ser considerado a união do *role play* e da caracterização.

RPAF (Ribeirão Preto Anime Fest), é deste de dezembro de 2012 sendo feito a empresa Avalon como sua organizadora, antes de 2012 era um grupo de Ribeirão Preto YAC (empresa) com apoio da Avalon realizava o RAF que teve três edições: 2008, 2009 e 2011, sendo adotado o nome de RPAF por não ser mais possível o emprego da sigla RAF. Em tais encontros não só a comunidade *Otaku*, mas também a *Geek* se encontram e trocas são feitas tanto em nível monetário como também culturais, animes que um *fã* conhece pode acabar sendo assunto de uma discussão e logo mais pessoas tomam conhecimento de novas obras, mangás são trocados e vendidos além de muitos outros produtos como: camisetas, colares, réplicas de espadas, chaveiros canecas e muitos outros artigos; também não é raro nos encontros se ver artistas livres expondo seus trabalhos, muitos deles são obviamente inspirados na cultura oriental em especial a nipônica, porém de uns tempos para cá á também uma ampla influência sul-coreana; nesses encontros também podem ser encontrados os

famosos *cosplayers*, pessoas que dedicam muito tempo e dinheiro em encarnar seus personagens favoritos, não se pode falar em apenas se fantasiar a prática do *cosplay* exige além de uma boa fantasia a atuação da pessoa, buscando assim trazer o personagem para vida real essa prática por si só pode ser considerado a união do *role play* e da caracterização.

Figura 20: Cosplayers na 20º do RPAF



Fonte: <https://www.facebook.com/RibeiraoPretoAnimeFest/photos/2147176238698035>

O público dos eventos quase sempre estão entre as faixa etárias infanto-juvenil (principalmente crianças no final da infância e adolescentes) e jovens adultos, ainda sim é possível ver pessoas que não se encaixam nessa classificação dentro dos eventos e isso, diz muito não só sobre o público dos anime encontros, mas ressalta certas características sobre o consumo do mangás no Brasil, já definido anteriormente que muito do consumo interno de mangás no país, vem através da prática do *scanlation* tornando seu público difícil de precisar, mas chegaria muito próxima da dos anime encontros porém com muitas pessoas mais velhas também, os jovens têm a tendência maior de preferir o anime por conta da ação e esse veículo mais tarde na vida dos *Otakus* propicia o interesse pelo mangá que seria dentro da *fandom* como sendo de um hierarquia maior entre os *fãs*. Por si só, ler o mangá daria ao *otaku* uma posição maior dentro da comunidade, mostrando assim uma das características dos *fandoms*: a hierarquização dos seus membros reproduzindo aspectos sociais importantes como hierarquia; o fato é que na maioria dos casos, o mangá tende a ser consumido por jovens adolescentes até o início da vida adulta.

5 CONCLUSÃO

Por meio desse TCC, ao apresentou-se a história do mangá como produto da cultura pop japonesa, sua origem e transformações ao longo do tempo e com isso, foi possível compreender que a cultura, durante da era contemporânea é pautada na lógica industrial e comercial, produzindo em massa as obras para públicos de milhares de consumidores e o Japão hoje, é um dos atuais polos dessa forma de produção cultural.

Através dessa produção cultural o Japão construiu um imaginário sobre si mesmo e exporta junto com essa visão, costumes para o mundo. Nesse contexto, jovens do Brasil servem-se desta imagem é costume japoneses como parte de seus referenciais para interação com o meio social, tanto no âmbito da micro família quanto em pequenos círculos sociais de amigos, e ainda também, com macro comunidades inteiras formadas pelos otakus perpetuando a cultura pop japonesa através de mecanismos hierárquicos entre os fãs e sua expansão para outras pessoas, sendo essa interação justamente o que a cultura pop industrial necessita para sua sobrevivência, a construção de comunidades de consumidores que sempre estarão dispostos a gastar para o consumo das peças criadas pelas empresas que hoje controlam o mercado cultural, o que explica como o mangá, linguagem de expressão da cultura japonesa apropriado pela indústria cultural mundial, saiu das fronteiras do Japão e se tornou um fenômeno amplamente aceito em países como o Brasil, bem como os impactos desse fenômeno no público consumidor brasileiro e como objetivos específicos pretende-se compreender a indústria cultural como uma indústria que se apropria e produz cultura, no âmbito da lógica do capitalismo cultural industrial e a formação da cultura pop

Porém, o maior impacto da cultura pop japonesa no Brasil, é justamente a construção de uma base consumidora que se organiza muitas vezes de forma autossuficiente, muitas das obras que seriam traduzidas pelas editoras são traduzidas meses de antecedência, muitas os fãs assumem um papel ativo na criação tanto de conteúdo próprio, quando para organização de grupos para adaptação do conteúdo para língua portuguesa, tal fenômeno se tornou a força da comunidade brasileira, pessoas que muitas vezes não teriam como consumir acabam o fazendo em virtude do amplo amparo dado pela fandom, muito organizada e com amplas formas de espalhar o pop japonês.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Oswald de. Manifesto Antropófago. **Revista de Antropofagia**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 1-7, 2011. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552156376009>. Acesso em: 05 mar. 2021.
- ARANHA, Gláucio. Vozes abafadas: o mangá yaoi como mediação do discurso feminino. **Galáxia**, [s.l.], n. 19, p. 240-251, 2010. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641245015>. Acesso em: 05 mar. 2021.
- BENJAMIN, W. A Obra de arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica. In: Grunnewald, José Lino. **A Ideia do Cinema**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969. p. 165.
- CARLOS, Giovana Santana. **Os fãs da cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil**. 2011. 198 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Linguagem, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/Gio85/os-fs-da-cultura-pop-japonesa-e-a-prtica-de-scanlation-no-brasil#:~:text=1->. Acesso em: 05 out. 2021.
- COELHO, Teixeira. **O que é a indústria cultural**. 35. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.
- ENGELS, F.; MARX, K. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- GRAZIANO SOBRINHO, Sergio Francisco Carlos. **Globalização e sociedade de controle: a cultura do medo e o mercado da violência**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.
- HIRATA, Tatiane; GUSHIKEN, Yuji. Scanlation: práticas midiáticas e sistema de dívidas na reprodução, circulação e consumo de mangá. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Caxias do Sul: Intercom, 2010. p. 1-16. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0614-1.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2021.
- HENSHALL, Kenneth G. **História do Japão**. São Paulo: Edições 70, 2005.
- ISSHIKI, J. N.; MIYAZAKI, S. Y. M. Soft power como estratégia de marketing: a manifestação da cultura pop japonesa no Brasil. **Estudos Japoneses**, [s.l.], n. 36, p. 59-70, 2016. DOI: 10.11606/issn.2447-7125.v0i36p59-70. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ej/article/view/127690>. Acesso em: 20 out. 2021.
- LUYTEN, Sonia B. **Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses**. 2. ed. São Paulo: Hedra, 2000.
- MEIRELES, Selma Martins. O ocidente redescobre o Japão: o boom de mangás e animes. **Revista de Estudos Orientais**, São Paulo, n. 4, p. 203-211, 2003.
- MUNDURUKU, Daniel. **Coisas de índio**. São Paulo: Callis, 2010.

NAGADO, Alexandre. **Cultura Pop japonesa-histórias e curiosidades**. São Paulo: JBC, 2011.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, [s.l.], v. 2, n. 24, 2014.

WINTERSTEIN, Claudia Pedro. **Mangás e animes: sociabilidade entre cosplayers e otakus**. 2009. 79 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2009.