Universidade Federal de São Carlos

Centro de Educação e Ciências Humanas

Departamento de Artes e Comunicação

Bacharelado em Imagem e Som

**A recepção da animação japonesa no Brasil através da internet:**

**um estudo de caso do anime *Naruto***

Aldemir Ap. de Oliveira Junior

Pesquisa realizada com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)

São Carlos – SP

2018

Universidade Federal de São Carlos  
Centro de Educação e Ciências Humanas  
Departamento de Artes e Comunicação  
Bacharelado em Imagem e Som

**A recepção da animação japonesa no Brasil através da internet:**

**um estudo de caso do anime *Naruto***

Dissertação decorrente de pesquisa de Iniciação Científica realizada com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)

Aldemir Aparecido de Oliveira Junior

**Orientadora:** Prof.ª Dr.ª Alessandra Meleiro

São Carlos – SP

2018

**Dedicatória**

Dedico este trabalho ao meu amado companheiro Lucas Buosi que me acompanhou, aconselhou e incentivou a prosseguir com esta pesquisa que tanto me acrescentou intelectual e emotivamente. Seria muito penoso ultrapassar os caminhos difíceis de minha vida sem a sua presença.

Dedico também aos amigos e familiares que sempre acreditaram em minhas escolhas e na minha competência para atingir os objetivos que norteiam a minha existência. Sem eles minhas forças estariam reduzidas.

Dedico, por fim, à minha querida mãe, Cleide de Paula, que é a base de sustentação do meu viver. Obrigado pelo carinho, dedicação e fé que é depositado em mim todos os dias.

**Agradecimentos**

Agradeço à Prof.ª Dr.ª Alessandra Meleiro que desde o início acreditou em mim e na pertinência do tema de pesquisa ao qual decidi me debruçar. Também sou grato pelos conselhos constantes que me ajudaram a decidir os rumos que tomei em minha trajetória acadêmica.

Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) que confiou nesta pesquisa e possibilitou que o trabalho fosse realizado através da concessão de bolsa de Iniciação Científica.

Também sou grato à Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) por oferecer todos os meios necessários para uma boa formação acadêmica e para a procedência desta pesquisa.

Agradeço à comunidade Linux que incansavelmente se empenha em desenvolver softwares livres, possibilitando uma democracia digital numa era em que os recursos tecnológicos são fundamentais para a execução de diversas tarefas, inclusive esta pesquisa.

Agradeço também, às comunidades de compartilhamento online de animes e aos *fansubbers* brasileiros. Sem o trabalho altruísta que eles realizam esta pesquisa não existiria, pois, os conteúdos que produzem e compartilham estão no centro dos estudos aqui realizados.

**RESUMO**

DE OLIVEIRA, Aldemir Junior. **A recepção da animação japonesa no Brasil através da internet: um estudo de caso do anime *Naruto***. 2018. Pesquisa de Iniciação Científica - Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018.

No atual contexto da globalização contemporânea em que as tecnologias da informação estão cada vez mais avançadas, os consumidores adquiriram a potencialidade de transportar conteúdos midiático provenientes da indústria de entretenimento, pois basta um computador com acesso à internet para que o compartilhamento online de conteúdo seja feito e acessados por outras pessoas ao redor do mundo. É nessa atual conjuntura que os audiovisuais asiáticos adentram no Brasil sem o intermédio de agentes mercadológicos, sendo compartilhados pelos próprios consumidores de maneira colaborativa na internet. Os animes (desenhos animados do Japão) se inserem nesse patamar de conteúdos culturais que viajam pelo globo através da internet, chegando, por essa via, aos consumidores brasileiros. Desse modo, as animações japonesas se tornaram as maiores representantes do audiovisual nipônico no Brasil atualmente.

No entanto, desdobramentos estéticos, econômicos e identitários estão imbricados no processo de recepção da animação japonesa no Brasil. Por isso, a presente pesquisa tem por finalidade buscar compreender quais são as consequências práticas da recepção de animes entre o público brasileiro. O anime *Naruto* foi escolhido como objeto principal de investigação, tendo em vista que é a série japonesa com maior expressão de público no Brasil atualmente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Recepção, Anime, *Naruto*, Internet, Brasil.

**ABSTRACT**

DE OLIVEIRA, Aldemir Junior. **The reception of Japanese animation in Brazil over the internet: The case study of the anime Naruto***.* 2018. Thesis of Scientific Iniciation - Center of Education and Human Sciences, Federal University of São Carlos, São Carlos, 2018.

In the current context of contemporary globalization, in which information technologies are increasingly advanced, consumers have acquired the potential to transport cultural products from the entertainment industry, because a computer with internet access is enough for the online sharing of content to be done and accessed by others around the world. It is at this juncture that Asian audiovisuals enter in Brazil without the intermediary of market agents, being shared by consumers themselves in a collaborative way on the internet. The animes (cartoons of Japan) fall into the category of cultural content that travels the globe through the internet, reaching, by this way, the Brazilian consumers. Thus, the Japanese animations became the greatest representatives of the Japanese audiovisual in Brazil today.

However, aesthetic, economic and identity developments are imbricated in the process of receiving Japanese animation in Brazil.Therefore, the present research aims to understand what are the practical consequences of reception of animes among the Brazilian public. The Naruto anime was chosen as the main object of investigation, considering that it is the Japanese series with greater expression of public in Brazil nowadays.

**KEYWORDS**: Reception, Anime, Naruto, Internet, Brazil.

**LISTA DE FIGURAS**

**Figura 1:** Chôjugiga, de Kakuyo Toba. Na imagem há animais vivendo como seres humanos.

**Figura 2:** Gravura nanban em biombo.

**Figura 3:** Ukiyo-ê de Utagawa Kunisada (1852)

**Figura 4:** Manual da arte de desenhar de Katsushika Hokusai.

**Figura 5:** charge que representa a vitória do Japão na Primeira Guerra sino-japonesa (1894 - 1895)

**Figura 6:** fotograma de Katsudo Shashin. A técnica utilizada para a produção desse anime é desconhecida, mas supõe-se que tenha sido desenhado com giz em lousa.

**Figura 7:** exemplo de portal gratuito de exibição de animes.

**Figura 8:** página inicial do serviço pago de exibição de animes, Crunchyroll.

**Figura 9:** ofertas de assinaturas VIP’s do blog Intoxi Anime.

**Figura 10:** nas imagens estão alguns produtos de animes que os youtubers disseram consumir. Da esquerda para a direita vemos: um kit ninja do anime *Naruto*, camisa do anime *Nanatsu no Taizai* e dois figure actions do anime *Dragon Ball*.

**Figura 11:** ilustração dos 5 personagens mais citados como preferidos do público brasileiro em suas respectivas ordens da esquerda para direita. A caracterização dos personagens corresponde a saga *Naruto Shippuden*.

**Figura 12:** capa do jogo “Naruto Uzumaki Chronicles” para Playstation 2.

**Figura 13:** *cardgame* do anime Naruto

**Figura 14:** personagem Sakura, do anime *Sakura Card Captor*.

**Figura 15:** personagem Luffy, protagonista do anime *One Piece*.

**Figura 16:** Representação do desenvolvimento do personagem Naruto Uzumaki desde o início do mangá *Naruto* (1999) até a fase *Boruto: Naruto* *Next Generation* (2016).

**LISTA DE TABELAS**

**Tabela 1:** Informações demográficas dos Youtubers entrevistados.

**Tabela 2:** Informações demográficas dos Youtubers entrevistados.

**Tabela 3:** informações públicas dos canais de anime no Youtube.

**Tabela 4:** respostas da pergunta “Há quanto tempo você produz conteúdo voltado para animes na internet? ”.

**Tabela 5:** respostas da pergunta “Quais os temas dos vídeos que são mais visualizados no canal? Na sua opinião por que esses vídeos são os mais visualizados? ”.

**Tabela 6:** respostas da pergunta “Qual é o maior público do canal em relação a faixa etária e gênero? ”.

**Tabela 7:** respostas da pergunta “O seu canal é associado/parceiro de outro canal, loja, portal, etc.? Quais? ”.

**Tabela 8:** respostas da pergunta “Para você a produção de conteúdos voltado para animes na internet (blogs, podcasts, youtube...) é um meio de arrecadação de renda? É o principal meio? ”.

**Tabela 9:** respostas da pergunta “Na sua opinião, é possível que algum canal de animes se torne grande como os canais mais famosos no Brasil? Por que? ”

**Tabela 10:** respostas da pergunta “Você acompanha algum outro canal no Youtube, blog, portal, etc., especializado em animes? Cite quais. ”

**Tabela 11:** respostas da pergunta “Desde quando você assiste animes ou lê mangás? ”.

**Tabela 12:** respostas da pergunta “Você já estudou o idioma japonês? Os animes e mangás te motivaram a aprender japonês? ”

**Tabela 13:** respostas da pergunta “Você consome produtos derivados das animações japonesas? Quais? ”.

**Tabela 14:** respostas da pergunta “De qual anime você mais gosta? Por que? ”.

**Tabela 15:** glossário dos elementos presentes no universo do anime Naruto.

**LISTA DE GRÁFICOS**

**GRÁFICO 1**: Sexo dos espectadores de Naruto.

**GRÁFICO 2:** Orientação sexual dos espectadores de Naruto.

**GRÁFICO 3:** Idade dos espectadores de Naruto.

**GRÁFICO 4:** estado civil dos espectadores de Naruto.

**GRÁFICO 5:** quantidade de filhos dos espectadores de Naruto.

**GRÁFICO 6:** ocupação dos espectadores de Naruto entrevistados.

**GRÁFICO 7:** Grau de escolaridade dos espectadores de Naruto entrevistados.

**GRÁFICO 8:** Regiões dos espectadores de Naruto entrevistados.

**GRÁFICO 9:** Estados dos espectadores de Naruto entrevistados.

**GRÁFICO 10:** respostas da pergunta “Você é um(a) fã de Naruto?”.

**GRÁFICO 11:** respostas da pergunta “Em qual plataforma você assistiu Naruto pela primeira vez? ”.

**GRÁFICO 12:** respostas sobre qual foi a plataforma que os espectadores acompanharam o anime Naruto.

**GRÁFICO 13:** respostas da pergunta “Você assistiu ou assiste Naruto dublado ou legendado”.

**GRÁFICO 14:** respostadas da pergunta “Você costuma pesquisar na internet sobre os elementos contidos no anime Naruto que você não conhece? Exemplifique. ”

**GRÁFICO 15:** citações referentes as pesquisas que são feitas sobre o universo narrativo de Naruto na internet.

**GRÁFICO 16:** citações dos ensinamentos que os espectadores de Naruto disseram ter aprendido com o anime.

**GRÁFICO 17:** os 10 personagens mais citados pelos entrevistados enquanto preferidos.

**GRÁFICO 18:** respostas da pergunta “você é um admirador/fã de animes e da cultura japonesa? ”

**GRÁFICO 19:** características que foram citadas pelos entrevistados a respeito das características de Naruto que mais atraem os espectadores.

**GRÁFICO 20:** respostas da pergunta “Você acompanhou todas as sagas de Naruto (clássico, Shippuden e Boruto)? ”

**GRÁFICO 21:** os 35 animes mais citados pelos espectadores de Naruto na pergunta “quais animes você assiste ou assistiu além de Naruto? ”

**GRÁFICO 22:** os 13 animes mais citados dentre aqueles que os espectadores brasileiros mais gostam.

**GRÁFICO 23:** respostas dos espectadores em relação às características que mais gostam nos animes.

**GRÁFICO 24:** respostas dos espectadores para a pergunta “Você conhece o “Conto do Galante Jiraya” da mitologia japonesa? ”

**GRÁFICO 25:** respostas dos espectadores para a pergunta “Você conhece o “Conto da Princesa Kaguya” da mitologia japonesa? ”

**GRÁFICO 26:** respostas dos espectadores para a pergunta “Você conhece a lenda da “Kyubi no Kitsune” do folclore japonês? ”

**GRÁFICO 27:** respostas dos espectadores para a pergunta “Você conhece a "Lenda de Son Goku" da tradição japonesa? ”

**SUMÁRIO**

INTRODUÇÃO............................................................................................................................11

CAPÍTULO 1 - HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS DOS ANIMES........................................15

CAPÍTULO 2 - OS ANIMES NO BRASIL.................................................................................28

CAPÍTULO 3 - A RECEPÇÃO DOS ANIMES ENTRE O PÚBLICO BRASILEIRO NA INTERNET...................................................................................................................................54

3.1 O anime Naruto................................................................................................................54

3.2 A internet e os espectadores brasileiros de Naruto...........................................................60

3.3 Ensaio sobre a recepção e o efeito estético dos animes em públicos ocidentais................92

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....................................................................................................103

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.......................................................................................104

GLOSSÁRIO..............................................................................................................................113

**INTRODUÇÃO**

Atualmente, as animações japonesas (ou animes) constituem os principais conteúdos audiovisuais asiáticos consumidos no Brasil. Porém, a formação de um público brasileiro espectador de séries japonesas começou, de fato, na década de 1980, quando eram exibidos os *tokusatsus[[1]](#footnote-1)* nos canais de TV aberta. São exemplos de *tokusatsus:* *Changeman, Jaspion, Jiraiya* e *Kamen Rider*. Mas, foi somente na década seguinte que a indústria midiática brasileira viria a se deparar com o *boom* dos animes, quando foi lançado *Os Cavaleiros do Zodíaco* na TV Manchete, em 1994. Após o sucesso provocado por essa série outros animes começaram a ser veiculados nas emissoras de TV aberta do Brasil, assim como *Sailor Moon, Yu Yu Hakusho, Pokémon* e *Dragon Ball*. Naquele tempo a televisão era o principal meio pelo qual os brasileiros podiam assistir a conteúdos audiovisuais seriados; realidade que foi se modificando ao longo de 20 anos de desenvolvimento econômico e tecnológico. Hoje, a internet se tornou o principal meio pelo qual o público brasileiro tem acesso aos animes através de plataformas virtuais de exibição.

Contudo, para dar início a essa pesquisa é importante que seja definida a minha identidade enquanto pesquisador da recepção de animes no Brasil. Considero importante notabilizar o meu lugar de observação do objeto ao qual me propus investigar, pois desse modo é possível que o leitor tenha ciência acerca do ponto de vista das análises que são feitas nesta pesquisa. Pois bem, meu nome é Aldemir, tenho 22 anos, sou estudante de audiovisual e também me considero um fã de animes. E, do mesmo modo que grande parte dos fãs brasileiros, a afinidade que tenho com os animes vem sendo construída desde quando eu era uma criança e assistia séries animadas japonesas pela televisão.

Tendo estabelecido qual é a minha posição enquanto pesquisador e qual o motivo de me posicionar, devo dizer que o tema proposto nesta pesquisa surgiu a partir de uma discussão em sala de aula ocorrida na Universidade Federal de São Carlos com outros estudantes do curso bacharelado em Imagem e Som. O debate estava sendo mediado pela professora que orienta esta pesquisa, Profª Drª Alessandra Meleiro. Naquela ocasião discutíamos a respeito do fluxo global de filmes no mercado brasileiro, analisando a presença das cinematografias estrangeiras no país. No meio das discussões foi apresentada uma informação que me chamou atenção, era sobre a representatividade da cinematografia oriental no Brasil. Descobrimos que os filmes orientais não alcançavam nem 1% do total de filmes lançados em salas de cinema comerciais do país, segundo o relatório anual da ANCINE de 2014[[2]](#footnote-2). Esse dado me deixou bastante intrigado, tendo em vista que existem grandes polos de produção cinematográfica nos países asiáticos, como é o caso de *Bollywood* na Índia ou da indústria cinematográfica chinesa que já se tornou a segunda maior do mundo, estando atrás de Hollywood apenas. Pois então, qual seria o motivo de a presença da cinematografia oriental ser tão ínfima no Brasil, considerando que o mercado audiovisual brasileiro é bastante globalizado? A resposta a que chegamos naquele momento foi que: por existirem ruídos interpretativos na comunicação entre os filmes asiáticos e o público ocidental, devido as diferenças culturais, haveria dificuldades na recepção da cinematografia oriental no Brasil. Tal colocação não deixa de ser verdade, mas temos de lembrar que o audiovisual asiático, muitas vezes, teve boa receptividade entre o público brasileiro. Como não se lembrar dos filmes asiáticos de kung fu ou dos seriados japoneses que eram veiculados na TV aberta brasileira e atraiam uma legião de jovens telespectadores? O sucesso das produções japonesas era tanto que desde o final da década de 1980 até o fim dos anos 90 uma das estratégias de sobrevivência da Rede Manchete, emissora que passava por várias crises financeiras naquele período, foi a introdução de séries japonesas na grade de programação, sendo que os *tokusatsus* e animes figuravam entre as maiores audiências do canal[[3]](#footnote-3).

Porém, nos anos 2000 os *tokusatsus* e filmes de kung fu foram deixando de fazer parte dos entretenimentos culturais que o público brasileiro consumia, pois tornavam-se cada vez mais escassos na grade de programação dos canais de TV aberta. Por outro lado, os animes continuaram a ser transmitidos e angariavam índices de audiência significativos em relação a outros programas infantis da televisão. No entanto, depois da resolução 163 de 2014, editada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) - que proibiu qualquer tipo de veiculação de publicidade dirigida às crianças na TV aberta – fez com que as emissoras não pudessem mais reservar espaços comerciais para que as marcas de produtos infantis veiculassem propagandas nos horários de exibição de desenhos animados. Consequentemente, as grandes emissoras de TV aberta (SBT, Globo, Record, Rede TV e Band) foram deixando de exibir programas infantis e os animes também deixaram de ser transmitidos.

Contudo, formou-se no Brasil, ao longo de mais de duas décadas, uma legião de fãs em torno das animações japonesas. Grande parte desses fãs puderam continuar acompanhando os animes através da internet, principalmente após a expansão do acesso à internet depois de meados dos anos 2000[[4]](#footnote-4), permitindo que uma subcultura alimentada por um grande contingente de fãs brasileiros de animes crescesse na internet através de blogs e comunidades online voltados para a cultura pop japonesa. Por isso a importância desta pesquisa de recepção reside no fato de existir um grande número de pessoas aficionadas pelas animações japonesas no Brasil, movimentando a economia, formulando identidades e construindo comunidades em torno dos produtos audiovisuais da indústria cultural nipônica.

Ao estudarmos a recepção dos animes no Brasil, também abordaremos o tema da cultura de fãs, um fenômeno que surge no contexto da modernidade em torno de objetos culturais oriundos da indústria de entretenimento. Nesse sentido, um dos pioneiros no estudo da cultura de fãs é o pesquisador estadunidense Henry Jenkins, que na introdução do livro “*Fans, bloggers and gamers – exploring participatory culture*” (2006) declara sua identidade tanto como pesquisador quanto fã, ou mais especificamente um “aca-fã”, termo cunhado pelo autor que mescla as palavras *academic* + *fan*. Dessa maneira Jenkins demarca sua posição enquanto estudioso de uma subcultura (a cultura de fãs) na qual está incluído.

A subcultura que emerge da recepção da animação japonesa no Brasil é a cultura *otaku*, que engloba os aficionados por mangás[[5]](#footnote-5), animes e cultura nipônica em geral. Cabe mencionar que no Ocidente o termo *otaku* refere-se aos fãs da cultura pop japonesa, ou JAPOP (SATO, 2007), enquanto no Japão o termo é utilizado para “dirigir-se a alguém sem desejar uma relação aprofundada, também utilizada para designar um ‘fanático’ por um determinado assunto.” (BRITO, 2009, p. 16). Portanto, a entrada de animes no Brasil fez com que muitas pessoas passassem a admirar a cultura nipônica, a consumir produtos associados a cultura pop japonesa e a construírem suas identidades em torno dos animes.

O fenômeno *cosplay* é um dos exemplos mais visíveis da influência que a cultura pop japonesa exerce sobre os consumidores brasileiros (especificamente, os *otakus*), pois o *cosplay* é uma atividade que consiste em interpretar e se vestir como um personagem. Esses personagens provêm da cultura pop, são de livros, filmes, videogame, quadrinhos e desenhos animados, sendo, nestes dois últimos, principalmente os japoneses (SOARES, 2013). No Brasil os *cosplays* de animes geralmente são encontrados em eventos de anime e cultura pop ou em lugares públicos onde os *otakus* costumam se reunir, como o Bairro da Liberdade em São Paulo (tradicional bairro japonês).

Portanto, a importância desta pesquisa reside no fato de a cultura pop japonesa estar exercendo bastante influência na formação da identidade de uma grande parcela da juventude brasileira desde os anos 90, além de movimentar a economia e constituir comunidades em torno dessa subcultura. Investigar quais são as consequências práticas da espectatorialidade de animes no Brasil é o objetivo deste estudo. Primeiramente, para realizar essa tarefa, é importante conhecermos a história e as características das animações japonesas a fim de obtermos um conhecimento panorâmico a respeito do objeto de pesquisa proposto; por isso, no capítulo 1 será feito uma exposição desses temas. No segundo capítulo trataremos de investigar a entrada e os percalços midiáticos das animações nipônicas no Brasil, desde a sua chegada nos anos 60, através das emissoras de televisão, até a década de 1990, fase em que houve a expansão do público brasileiro espectador de animes no país. Por último abordaremos o período de estabelecimento dos animes enquanto produto cultural na era da convergência (JENKINS, 2009) durante os anos 2000, período de grande propagação e garantia do acesso à internet aos brasileiros. No terceiro capítulo serão feitas análises quantitativas e qualitativas a respeito da recepção da animação japonesa no Brasil através do cruzamento de dados obtidos por meio de entrevistas realizadas com diversos fãs brasileiros do anime *Naruto* que atuam nas comunidades online.

**CAPÍTULO 1 - HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS DOS ANIMES**

Desde o final dos anos 1980 os animes figuram entre os principais fenômenos midiáticos globais no que concerne às animações e ao audiovisual como um todo. As séries animadas do Japão começaram a chegar ao ocidente nos anos 1960, quando o icônico anime *Astro Boy* de Osamu Tezuka foi inserido na grade de programação da emissora estadunidense NBC, em 1963. No Brasil, a primeira exibição de um anime foi em 1968, ano em que estreava *O Oitavo Homem* na Rede Globo. Contudo, foi somente nos anos 1990 que as séries animadas japonesas fizeram sucesso de fato no Brasil. Dentre os primeiros animes que tiveram grande êxito de audiência na TV aberta brasileira estão *Os Cavaleiros do Zodíaco* (exibido pela Rede Manchete, em 1994), *Dragon Ball* (SBT, 1996)e *Pokémon* (Bandeirantes, 1999).

Além de garantirem grandes índices de audiência para as emissoras de televisão, os animes também geraram enormes remessas de lucro para as empresas que vendiam produtos licenciados dos animes, revelando a forçar da indústria de licenciamento. A exibição de *Os Cavaleiros do Zodíaco* na *Rede Manchete* é um caso interessante de ser mencionado na medida em que foi o primeiro anime a ter grande repercussão nacional tanto em questão de audiência televisiva quanto na venda de produtos licenciados. Na época em que o anime estava prestes a chegar ao Brasil, a distribuidora *Samtoy*, representante da *Bandai*[[6]](#footnote-6)no país, procurou a *Rede Manchete* com o objetivo de veicular a série na grade de programação da emissora. Porém, o processo que levou o anime a ser veiculado na *Manchete* transcorreu de maneira diferente do que costuma ocorrer quando um programa estrangeiro é exibido em uma emissora nacional, pois geralmente é o canal quem procura e adquire os direitos de exibição de um programa estrangeiro. Mas, naquele caso, a *Bandai* ofereceu gratuitamente 52 episódios de *Os Cavaleiros do Zodíaco* contanto que a emissora exibisse os comerciais de divulgação dos bonecos do anime que estavam à venda no mercado brasileiro. A *Manchete,* que na época passava por crises financeiras e já era conhecida por ser um canal que exibia programas japoneses como *Jaspion* e *Ultraman*, acabou aceitando exibir o anime.

Portanto, é notável que os animes têm logrado uma trajetória de grande sucesso no contexto nacional desde os anos 1990. Mas, se antes a disseminação dessas animações ocorria exclusivamente através da exibição em canais de televisão, atualmente a internet tem difundido ainda mais as animações japonesas, de modo que o atual espectador pode assistir a diversos animes de maneira gratuita e a qualquer momento, bastando um dispositivo com acesso à internet. É nesse novo cenário de difusão da animação japonesa que esta pesquisa de iniciação científica se insere, investigando a recepção da animação japonesa no Brasil através da internet.

Primeiramente nos cabe definir o que são animes. Originalmente a palavra anime ou animê advém de *animus*, um termo latino que significa “sopro vital” (LaMARRE, 2009, p. 84), uma alusão ao fato de o desenho ganhar vida ou movimento. Em se tratando do uso habitual da palavra, anime se refere, no ocidente, às animações japonesas, sendo elas seriadas ou não. E no Japão o mesmo termo se refere a qualquer tipo de animação, japonesa, estrangeira ou de qualquer gênero possível.

Costuma-se dizer que os animes surgiram a partir dos mangás (quadrinhos japoneses), e isso não deixa de ser verdade, porém existem outras raízes históricas na tradição japonesa que influenciaram o próprio mangá, revelando-nos que a representação pictórica em sintonia com a escrita vem sendo utilizada há séculos no Japão para transmitir narrativas. E, assim como afirma Sonia Luyten:

A própria palavra mangá significa não só história em quadrinhos, mas também revista de histórias em quadrinhos, caricatura, cartum e até mesmo desenho animado. O termo mangá só se tornou popular no começo do século[[7]](#footnote-7) por intermédio do desenhista Rakuten Kitazawa, que se empenhou em sua popularização, uma vez que já tinha sido cunhado por Hokusai, famoso xilogravurista da arte Ukiyo-ê. (LUYTEN, Sonia, 2000, p.43)

Porém, Matt Thorn, antropólogo cultural da Faculdade de Manga da Kyoto Seika University, argumenta que Hokusai não foi o primeiro a utilizar o termo, pois a palavra “mangá” tem origens incertas, sabendo-se apenas que o termo começou a ser utilizado no início do século XIX. De acordo com Thorn a palavra é composta por dois caracteres chineses: “*The word is composed of two chineses characters – the first meaning ‘in spite of oneself’ or ‘lax’ and te second meaning ‘picture’ – and has been used to describe various comical images for at least two centuries*” (2005, p. 1, §1). O termo, portanto, designa as imagens cômicas ou charges que se originaram na China. Tal fato não é de se estranhar ao considerarmos que muitos elementos da cultura japonesa são originários da China, inclusive a escrita ideogramática dos Kanji que começou a ser introduzido no Japão no século IV juntamente com o budismo. Porém, mesmo no século VII o Japão ainda não dispunha de um sistema formal de linguagem escrita, havendo recurso à comunicação por imagens, já que a linguagem escrita japonesa tem origem pictográfica (ELIAS, 2012, p. 53). É desse período que são datados os desenhos japoneses mais antigos que foram encontrados nas paredes de templos budistas. Sonia Luyten (2000, p.91) afirma que esses desenhos tinham um caráter “profano” e são os “exemplos mais antigos da caricatura japonesa”.

Na tradição sino-japonesa o contraste entre desenho (ou pintura) e caligrafia é muito tênue, fato que induz Sonia Luyten a afirmar que:

[...] os japoneses se acostumaram a visualizar muito mais as coisas do que nós ocidentais. A aproximação entre abstrações de figuras e figuras propriamente ditas é muito sensível, fluindo de um antigo costume de se fazer a junção de ambas” (LUYTEN, 2000, p. 39).

Os antigos desenhos caricaturais japoneses tomariam outro formato entre os séculos XI e XII, pois nesse período surgiram os *Ê-Makimono*, desenhos feitos em rolo de papel (pergaminho) que contavam uma história conforme eram desenrolados e, assim como os atuais mangás, eram lidos da direita para a esquerda. O mais conhecido desses pergaminhos é o Chôjugiga - traduzido como “desenhos humorísticos de pássaros e animais” - do monge budista Kakuyo Toba (1053-1140). Esse Ê-Makimono satiriza a vida da nobreza japonesa no cotidiano feudal, transformando-os em animais. O Chôjugiga está conservado em Kyoto, na categoria de tesouro nacional (LUYTEN, 2000, p. 92).

  
Figura 1: Chôjugiga, de Kakuyo Toba. Na imagem há animais vivendo como seres humanos.   
Fonte: <http://bckg.pagesperso-orange.fr/english/galerie.htm>

Posteriormente, durante o período Edo (1600 – 1867), surgem outros suportes gráficos no Japão. Dentre os novos tipos de grafias estavam os *zenga* e os *nanban.* Os *zenga* eram gravuras que mesclavam pintura e caligrafia, a técnica era usada por praticantes do Zen Budismo com fins didáticos e para ajudar no exercício da meditação (SANTOS, Diandra. 2015, p. 40). E os *nanban* eram ilustrações que relatavam as relações comerciais entre europeus e japoneses durante a fase do Comércio Nanban. As transações nipo-europeias ocorriam na região sul do Japão, onde os portugueses haviam chegado primeiramente. Por conta desse fato, os portugueses passaram a ser denominados *Nanbanjin* (南蛮人), que significa “bárbaros do Sul”.



Figura 2: Gravura *nanban* em biombo*.*Fonte: <https://ptanime.com/o-intercambio-de-culturas-entre-japao-e-portugal/>

Ainda no século XVII surgiram os *ukiyo-ê* (“imagens do mundo flutuante”), que eram “gravuras feitas a partir de pranchas de madeira, geralmente de temática cômica e algumas vezes erótica, tiveram uma boa recepção na época” (MOLINÉ, 2004, p.18). Essa nova forma artística pode ser considerada uma das primeiras representantes dos primórdios do entretenimento de massas no Japão, pois estava se popularizando entre os *chonin* - a classe mais baixa na sociedade japonesa, segundo a organização do shogunato Tokugawa[[8]](#footnote-8) - e entre a classe dos mercadores que “se tornou bastante próspera nas cidades, principalmente nos séculos XVIII e XIX, gerando uma demanda por entretenimento” (CAVALHEIRO, 2009, p. 21).

As gravuras *ukiyo-ê* são consideradas o embrião daquilo que viriam a ser os mangás, pois as imagens caricaturais, cheias de vida, que por vezes apresentavam formas distorcidas[[9]](#footnote-9), abordando os temas da época com o objetivo de entreter as pessoas são algumas das características que podem ser encontradas nos quadrinhos japoneses atuais.

  
Figura 3: Ukiyo-ê de Utagawa Kunisada (1852)  
Fonte: <http://www.culturajaponesa.com.br/index.php/hanami-contemplacao-do-sakura-na-usp/>

Estudiosos como Gravett, Schodt, e Luyten, sustentam que foi a partir dos *ukiyo-ê* que a palavra *mangá* foi utilizada pela primeira vez. Segundo os autores quem cunhou o termo foi o famoso artista de *ukiyo-ê*, Katsushika Hokusai (1760 - 1849), através da união dos caracteres *man* (“involuntário”, “divertido”) e *ga* (“desenho”, “imagem”), que etimologicamente significa “imagens involuntárias” (MOLINÉ, 2006).

De acordo com Gravett, o termo que Hokusai havia inventado:

[...] significava rascunhos mais livres, inconscientes, nos quais ele podia brincar com o exagero, a essência da caricatura [...]. Hokusai nunca incluiu a narrativa em seus rascunhos, mas, se estivesse vivo hoje, poderia reconhecer no mangá moderno um pouco de gosto pelas expressões grotescas, pela comédia física e pelo desenho sem inibições, (GRAVETT, 2006, p. 25)

Entretanto, o termo mangá irá se popularizar somente a partir de 1814 com a publicação do primeiro volume do encadernado *Hokusai Mangá.* Nesta publicação o artista Katsushika Hokusai faz críticas sociais à Era Tenpõ[[10]](#footnote-10) (1830-1844), “com caricaturas que representam a miséria e as revoltas promovidas pelas classe mais baixas da época, a natureza fantástica e a personificação de animais.” (BATISTELLA, 2014, p. 49). O mesmo artista também ficou conhecido por criar um manual de instruções de técnicas de desenho na época.

  
Figura 4: Manual da arte de desenhar de Katsushika Hokusai.  
Fonte: <http://www.memonic.com/user/filmnoise/id/1iJFx>

Os novos suportes caricaturais foram se popularizando cada vez mais, até que em 1868 o Japão iniciara seu processo de abertura ao comércio e às relações diplomáticas com o ocidente, pois até aquele momento o país restringia o contato com países ocidentais. O acontecimento histórico demarca o início da Era Meijii (1868 - 1912) no Japão, caracterizada por ser um período de modernização e de maior troca cultural com o ocidente até aquele momento (HALL, 2006).

Em 1862, o correspondente do *Illustrated London News*, Charles Wirgman, já antecipava o processo de abertura do Japão à globalização, pois naquele ano o jornalista fundava a revista *Japan Punch,* que começou a ser publicada em Yokohama. A publicação seguia os moldes da *Punch* britânica e veiculava charges de cunho político e humorístico, tratando principalmente do estranhamento cultural entre japoneses e ocidentais. As charges eram bastante populares entre imigrantes que habitavam o Japão e os emigrantes japoneses. Tais publicações são consideradas leituras importantes para a compreensão do rápido processo de modernização nipônico e da difusão da cultura ocidental no país (SCHODT, 1988). Durante esse início da Era Meiji que as caricaturas japonesas começam a sofrer influências ocidentais, como a utilização de desenhos para satirizar acontecimentos políticos, Figura 5.

  
Figura 5: charge que representa a vitória do Japão na Primeira Guerra sino-japonesa (1894 - 1895)  
Fonte: <https://pbs.twimg.com/media/CcGbhM_UEAAIsdI.jpg>

Desde o surgimento da *Japan Punch* os cartuns ocidentais, principalmente os europeus, continuavam a instigar o imaginário nipônico. Porém, no final do século XIX, os desenhistas japoneses passaram a direcionar seus olhos para os Estados Unidos, onde os desenhos publicados em revistas e jornais costumavam abordar temas humorísticos, utilizando balões para incluir falas de personagens e legendas explicativas integradas ao texto. Esses instrumentos narrativos, que tornavam a leitura mais fluida e compreensiva permitiram “o surgimento da definição de ‘padrão’ do que vem a ser uma arte sequencial”. (BATISTELA, 2014, p. 54)

No início do século XX, Rakuten Kitazawa, artista bastante influenciado pelos cartuns estadunidenses, fundou a revista *Tokyo Puck* e criou a primeira série de histórias em quadrinhos em que havia personagens regulares chamada de *Tagosaku to Mokubē no Tōkyō-Kenbutsu* (A Viagem de Tagosaku e Mokubê a Tóquio). O artista também é conhecido pelo seu esforço em popularizar o termo mangá que foi criado por Katsushika Hokusai no século anterior.

Ao longo das duas primeiras décadas do século XX vários mangás foram produzidos, permitindo o desenvolvimento da arte do desenho sequencial no Japão. Dentre os títulos mais famosos estão *Shô-chan no Bôken* (As Aventuras de Shôchan), de OdaShôsei e Katsuichi Kabashima, em 1923; *Nonki no Tôsan* (Papai Otimista), de Asô Yukata, em 1924 e *Bôken Dankichi* (Dankichi, o Aventureiro), de Keizo Shimada, em 1933. É durante essa fase que alguns filmes de animação estadunidenses e europeus começam a ser exibidos no Japão. Consequentemente, esse novo aparato de expressão cinematográfica vindo do estrangeiro passa a despertar o interesse de artistas japoneses (SANTOS, 2015, p. 43). Não demora muito e alguns curta metragens de animação começam a ser produzidos no Japão. Os artistas Ōten Shimokawa e Kenzo Masaoka são os responsáveis por criar, em 1917, aquela que já foi considerada a primeira animação japonesa: *Imokawa Mukuzō Genkanban no Maki* (A História do Zelador Mukuzō Imokawa). No entanto, descobriu-se que o anime mais antigo, na verdade, data de 1907. Essa animação, cujo autor é desconhecido, recebeu o nome de *Katsudo Shashin*.

  
Figura 6: fotograma de *Katsudo Shashin*. A técnica utilizada para a produção desse   
anime é desconhecida, mas supõe-se que tenha sido desenhado com giz em lousa.  
Fonte: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/54/Katsud%C5%8D_Shashin.jpg>

Nesse contexto, vale ressaltar, os primeiros curtas metragens de animação ainda eram bastante experimentais, consistindo majoritariamente em traduções intersemióticas de contos populares japoneses no período do cinema mudo (SATO, 2007, p 33). O advento do cinema sonoro levaria os estúdios japoneses a investirem em aperfeiçoamentos técnicos na produção de animes para que os mesmos pudessem competir com as animações estrangeiras que eram exibidas no país. É nesse período que surge o primeiro anime sonoro, *Sekisho* (A Estação de Controle), em 1930.

Desse modo, o Japão iniciara seu percurso na produção de animes durante a década de 1930. Essa fase da animação japonesa é caracterizada pelo militarismo, pois o governo imperial da época oferecia incentivos aos estúdios que aceitassem produzir animações voltadas para a propaganda militar, bem como afastava aqueles que não admitiam as condições do governo. Entre 1933 e 1935 é produzida uma minissérie chamada *Osaru no Sankichi* (Sankichi, o macaco) por Mtsuyo Seo. A minissérie contava a história de um exército de macacos e fazia alusões aos acontecimentos políticos da época.

Com a derrota do Japão na Segunda Guerra Mundial, o desenvolvimento das animações japonesa é interrompido, pois diversos embargos econômicos foram decretados pelo Estados Unidos ao Japão, dificultando a entrada de papel, tinta e celuloide, recursos essenciais para a produção de mangás e animes.

Uma das consequências imediatas do processo de desmilitarização foi a censura implantada pelos vencedores, agora no sentido de impedir a manifestação e a propagação de ideias ultranacionalistas e bélicas. O Departamento de Propaganda das Forças de Ocupação analisou quase toda a produção cinematográfica japonesa feita durante o governo militar. Mais da metade das obras consideradas militaristas ou propagandistas analisadas foram condenadas à destruição. De muitos desenhos produzidos nesse período, restam apenas ilustrações ou relatos de que eles existiram (SATO, 2005, p. 31)

Com as restrições impostas à produção audiovisual japonesa após a Segunda Guerra Mundial, os filmes provenientes do Estados Unidos começam a adentrar intensamente no território japonês. É nesse cenário de dominação cultural estadunidense que as animações de Walt Disney passam a integrar o imaginário lúdico dos japoneses e a influenciar os desenhistas, de tal modo que a estética ocidental passou a estar cada vez mais presente nas animações japonesas (SANTOS, 2015, p. 40).

Nos anos 1950 surge a palavra anime (ou animê), derivada do inglês *animation*. A palavra passa a ser usada para designar todos os desenhos animados (SATO, 2005), pois antes os japoneses utilizavam o termo *dôga* (imagens em movimento). Nesse período, sob a influência ocidental do pós-guerra, surge Osamu Tezuka, um desenhista que viria a ser conhecido como o “Deus do mangá”. Tezuka é o responsável por tornar os olhos grandes e brilhantes uma marca características dos animes e mangás. O artista, muito influenciado por Walt Disney e Max Fleischer, passou a utilizar diversas técnicas de decupagem e enquadramento cinematográficos, revolucionando assim a linguagem dos desenhos japoneses.

No percurso de seus trabalhos como *mangaká*[[11]](#footnote-11), Osamu Tezuka, alcançou o recorde de 150 mil páginas de mangás, divididas entre 600 títulos e 60 trabalhos de animação (FARIA, 2008). A construção desse grande repertorio artístico só foi possível graças as inovações técnicas que Tezuka trouxe para a produção de animações. O desenhista utilizava uma técnica chamada *limited animation*, método em que se aproveitavam os backgrounds[[12]](#footnote-12) que haviam sido empregados em obras anteriores para criar novas histórias. Tal recurso propiciava uma drástica diminuição de custos e tempo.

Sobre o artista Osamu Tezuka, Gravett (2006) afirma que

foi o principal agente da transformação do mangá, graças à abrangência de gêneros e temas que abordou, à nuances de suas caracterizações, aos seus planos ricos em movimento e, acima de tudo, à sua ênfase na necessidade de uma história envolvente, sem medo de confrontar as questões humanas mais básicas: identidade, perda, morte e injustiça. (GRAVETT, 2006, p. 28)

Dentre os mangás mais importantes de Tezuka estão: *Tetsuwam Atom* (Astro Boy), de 1951; *Jungle Taetei* (Kimba, o leão branco), de 1950 e *Ribbon no Kishi* (A Princesa e o Cavaleiro), 1953. A primeira animação de Osamu Tezuka veiculada na TV foi *Tetsuwam Atom* (Astro Boy), adaptada do mangá homônimo. O anime foi exibido na TV Fuji em 1º de janeiro de 1963. *Astro Boy* conta a história de um robô criado por um cientista que queria preencher o espaço vazio deixado por seu filho depois da morte do mesmo. Mas, percebendo que o robô não poderia substituir o seu filho, o cientista logo o vende. O robô é comprado por um professor que passa a ser o seu tutor. Ao longo do tempo o professor percebe que o robô é capaz de expressar emoções humanas e também tem poderes especiais, que utiliza para combater aliens e robôs que odeiam a humanidade. A série com episódios de 27 minutos era exibida semanalmente pela televisão e durou por quatro anos.

*Kimba, o leão branco* e *A princesa e o cavaleiro*, mangás de grande sucesso, também foram adaptados em animações. Inclusive há uma polêmica envolvendo *Kimba, o leão branco* e uma animação do estúdio Walt Disney, de 1994, *O Rei Leão*. No filme da Disney é apresentada quase a mesma história e os mesmos personagens da animação japonesa. Tal fato levou a indústria japonesa a acusar Walt Disney de plágio, porém, o estúdio estadunidense sempre negou as acusações.

Ao analisarmos as três animações de Osamu Tezuka mencionadas acima, *A princesa e o cavaleiro, Kimba o leão branco* e *Astro Boy*, percebemos que todas são bastante diferentes umas das outras, pois *A Princesa e o Cavaleiro* é uma história de aventura romântica voltada para meninas, *Kimba o leão branco* conta as aventuras de animais selvagens que lutam pela restauração de um reino usurpado e *Astro Boy* é um anime voltado para garotos que envolve batalhas e tecnologias futuristas. A diversidade dessas histórias demonstra que Osamu Tezuka era um autor que transitava por diversos gêneros narrativos – uma das qualidades que lhe rendeu o título de “Deus do mangá”. O autor também foi um dos grandes responsáveis por abrir as portas do mercado externo, possibilitando que a animação japonesa adentrasse nos domínios ocidentais com *Astro Boy*, anime que foi exibido pela emissora estadunidense NBC nos anos 60.

Após o sucesso que os animes de Tezuka tiveram nos meios de comunicação de massa no início dos anos 60, diversas outras animações passaram a ser transmitidas pela TV japonesa, desenvolvendo a emergente indústria de animes. E, assim como nos lembra Sato (2007):

a produtora Toei Animation [produtora japonesa de animação fundada nos anos 50] também passou a realizar séries para TV em 1963. Boa parte dos grandes sucessos do anime para TV encontram-se entre suas produções, cujos títulos ainda são familiares a crianças e adultos no mundo inteiro: *Cyborg 009* (1968); [...] *Candy Candy* (1976); [...] *Os Cavaleiros do Zodíaco* (1986); *Sailor Moon* (1992); *Digimon* (1999) e *Dragon Ball Z* (1989), este último o maior sucesso já produzido pelo estúdio, considerado a série de anime mais vista no mundo. (SATO, 2007, p. 35)

Os animes, ao longo de sua trajetória enquanto conteúdo de entretenimento de massas, passaram a se diferenciar em suas temáticas e público alvo. Exemplo disso é que dentro do universo narrativo dos animes os protagonistas “podem ser funcionários de companhias, estudantes, aprendizes em restaurantes, esportistas, donas de casa, que, entretanto, no decorrer do enredo da história, podem realizar coisas fantásticas” (LUYTEN, 2001, p. 71). Dessa maneira, a indústria criou diversas classificações que indicavam a temática e o público alvo para qual os animes são direcionados. Dentre as classificações mais famosas estão os animes S*hounen*, os *Kodomo*, *Seinen*, *Shoujo, Hentai, Yaoi* e *Josei*.

*Shounen* é o estilo mais popular e rentável dos animes. São voltados para o público masculino e adolescente. As histórias desses tipos de anime são centradas na jornada de um herói masculino que geralmente tem entre 10 e 18 anos. Entre as características mais marcantes dos *Shounen* estão as batalhas, os inimigos poderosos, os superpoderes e o desenvolvimento pessoal do personagem ao lado de seus amigos. O enredo tende a transmitir ensinamentos éticos como fidelidade, valorização da amizade e perseverança. Alguns animes *Shounen* são: *Os cavaleiros do Zodíaco, Dragon Ball, Z, Naruto, Bleach* e *One Piece.*

Os animes *Shoujo* são direcionados para o público feminino. Os enredos podem ser focados em dramas, romances e demais eventos que marcam o desenvolvimento de uma mulher. Dentro da categoria *Shoujo* existem outras subcategorias, como o *Mahō shoujo* que éumsubgênero que apresenta personagens guerreiras e com poderes mágicos. São exemplos de anime *Shoujo*: *Sailor Moon, Sakura Card Captor, Nana, Candy Candy* e *Colégio Ouran Host Club.*

Os *Seinen* são voltados para homens adultos de 18 a 40 anos. O enredo aborda temas maduros e complexos que não seriam apropriados para menores de 18 anos. A história pode estar envolta de lutas, superpoderes e pode incluir conteúdo erótico e cenas com muita violência. Alguns animes famosos correspondentes a essa categoria são: *Berserk*, One Punch Man, Ghost in the Shell, Tokyo Ghoul e Akira.

Josei é a categoria dos animes que são direcionados para o público adulto feminino. O Josei pode ser considerado uma versão amadurecida do Shoujo. As histórias apresentam, em suma, temáticas relacionadas a vivência cotidiana de uma mulher sob um ponto de vista realista. São representantes dessa categoria os animes: *Chihayafuru, Nodame Cantabile. Paradise Kiss, Natsuyuki Rendezvous* e *Usagi Drop.*

Os animes classificados como *Kodomo* são direcionados para crianças e caracterizados por terem um enredo de fácil compreensão. Esse tipo de anime tem por função transmitir lições de vida como respeitar os mais velhos, não brigar com as pessoas, ser educado, etc. A importância da amizade e a valorização de laços fraternais e familiares também são comuns neste tipo de anime. Alguns títulos desse nicho são: *Hamtaro, Pokémon, Beyblade, Doraemon* e *Heidi.*

*Hentai* significa “atitude estranha” e se refere aos animes eróticos direcionados ao público adulto. Os *Hentais* podem ser tanto animes com alto apelo sexual como aqueles que contém cenas de sexo explícito. É possível encontrar muitas produções independentes desse tipo de anime que utilizam personagens de outros animes não eróticos para incluí-los num enredo libidinoso. Ainda no domínio dos animes eróticos também há os que são classificados como *Yaoi* e *Yuri* que contam histórias homoeróticas, respectivamente, de homens e mulheres.

Na classificação dos animes também existem os subgêneros como: ***Shoujo-ai*,** histórias que se focam no romance entre garotas; ***Bishoujo*,** animes que têm como personagem principal uma garota (ou grupo de garotas) muito bonita; ***Shounen-ai,*** histórias que se focam no romance entre garotos (sem cenas explicitas); ***Bishounen,*** animes com personagens masculinos que são considerados bonitos; ***Kemono*,** onde os personagens principais são animais e ***Mecha,*** animes com robôs gigantes.

Portanto, ao longo dos tempos, a indústria de animes tornou-se bastante articulada e diversificada, oferecendo conteúdos para todos os tipos de público em diversas partes do mundo.

**CAPÍTULO 2 - OS ANIMES NO BRASIL**

Ao longo do século XX os animes conseguiram se estabelecer como os mais importantes conteúdos audiovisuais de exportação do Japão. Em algumas décadas a animação japonesa passou a fazer parte dos principais conteúdos audiovisuais de entretenimento ao redor do globo, pois, desde os anos 60, os animes estiveram presentes na grade de programação infantil de diversos canais televisivos de países ocidentais.

O anime funciona como um embaixador cultural, levando um pouco da cultura japonesa através das aventuras de personagens coloridos e carismáticos. A invasão iniciada nos anos 60, foi em escala mundial, pois os animes são famosos em toda a Ásia, na Europa, Estados Unidos e América Latina. Do lado de cá do globo, um dos países que mais recebeu títulos de animes foi sem dúvidas o Brasil, que assiste à animação japonesa desde o final dos anos 60. (NAGADO, 2007, p. 72)

De acordo com Sandra Monte (2010) a primeira exibição de um anime no Brasil foi em 1968, quando estreou *O Oitavo Homem* na Rede Globo, considerada a primeira série japonesa com um super-herói cyborg. No final dos anos 60 e começo dos 70 também foram exibidos na TV Record alguns poucos animes, sendo que o maior destaque era *Speed Racer*. Na mesma época a TV Tupi transmitia *Kimba o leão branco*, *Homem de Aço, Taro Kid* e outros. Já nos anos 80 os principais animes que foram transmitidos no Brasil foram *O Pequeno Príncipe* e *Honey Honey* exibidos no SBT e *Patrulha Estelar* exibido pela primeira vez na TV Record, em 1981.

Contudo, a grande responsável pelo *boom* dos animes no Brasil foi a TV Manchete na década de 1990. O primeiro anime de grande sucesso da emissora foi *Os Cavaleiros do Zodíaco*, que começou a ser transmitido em 1994. A série narra a história de 5 cavaleiros guiados pelo poder das constelações que têm o objetivo de proteger a Terra e a deusa Athena dos perigos que assolam a paz no planeta. Na época, o anime também foi exibido nos cinemas em formato curta metragem, ocupando 210 salas em todo o Brasil e também foi responsável pela venda de aproximadamente 800 mil bonecos de *Os Cavaleiros do Zodíaco* só em 1995 (MONTE, 2010, p. 58). A Manchete também exibiu outros animes que ficaram famosos como *Yu Yu Hakusho, Shurato, Sailor Moon, Samurai Warrior* e *Super Campeões.*

Outro anime que angariou uma legião de fãs pelo Brasil foi *Dragon Ball*, que começou a ser exibido pelo SBT, em 1996. Porém, o sucesso da franquia *Dragon Ball* viria com a série *Dragon Ball Z*, transmitida primeiramente pelo canal de TV a cabo Cartoon Network em 1999. No mesmo ano a série também foi transmitida pela Band e posteriormente pela TV Globo, onde chegou a alcançar altos índices de audiência. Em 1999 também seria lançado outro anime de grande repercussão na Band: *Pokémon*, que rendeu faturas bilionárias para as marcas que vendiam produtos licenciados do anime.

Quando se iniciou os anos 2000 o mercado de animes já estava bem estabelecido no Brasil. As animações japonesas estavam presentes em quase todos os programas infantis da TV aberta. Dentre os animes de grande sucesso que foram exibidos na primeira década dos anos 2000 estão *Sakura Card Captor, Digimon, Zatch Bell, Yu-Gi-Oh!, Hamtaro* e *Naruto* (objeto principal desta pesquisa). No entanto, os animes foram se tornando cada vez mais escassos nos canais de televisão brasileiros, tanto é que em 2017 nenhuma das grandes emissoras de TV aberta (Band, Rede TV, Globo, SBT, Record) estavam exibindo animes em suas grades de programação.

A ausência das animações japonesas na TV aberta brasileira em 2017 pode ser explicada a partir de dois motivos: 1) o desinteresse das emissoras em exibir programas infantis depois da resolução 163[[13]](#footnote-13) de 2014 editada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) que proíbe qualquer veiculação de publicidade dirigida às crianças na TV aberta. Deste modo, as emissoras não puderam mais reservar espaços comerciais para as marcas de produtos infantis veicularem suas propagandas nos horários de exibição dos desenhos animados. A resolução afetou tanto os programas infantis que a Rede Globo, que tinha um programa tradicional de exibição de desenhos animados (TV Globinho), optou por extinguir o programa infantil e incluir uma atração matinal voltada para o público adulto. 2) O segundo motivo está associado a expansão do acesso à internet no Brasil depois de meados dos anos 2000, permitindo que os animes fossem assistidos em plataformas virtuais por um número crescente de espectadores brasileiros.

Nesse ponto, cabe dizer que, diferente da maioria das animações ocidentais, os animes são séries que contam uma mesma história através de vários episódios seguidos, havendo uma continuidade narrativa entre eles. Desse modo a assistência de animes através de meios virtuais se torna mais vantajosa para os espectadores, pois possibilita que sejam assistidos vários episódios seguidos ao invés de terem que esperar pelo próximo episódio do anime que será exibido no dia seguinte pelo canal de televisão. Essa nova forma de se assistir a conteúdos audiovisuais seriados, em que os espectadores passam horas seguidas assistindo suas séries favoritas, vem sendo chamada de *Binge watching* (MATRIX, 2014).

Mas, além de ser um meio pelo qual o público tem acesso aos animes, a internet também possibilitou que os fãs de animes se reunissem em torno de comunidades online para interagirem e compartilharem conteúdos associados às séries japonesas. Dessa maneira a cultura *otaku* passou a ser impulsionada pelos fãs nos ambientes virtuais da internet. No Brasil e nos demais países ocidentais a palavra *otaku* refere-se aos aficionados por cultura pop japonesa, principalmente animes e mangás. No entanto, existem duas conotações diferentes para o mesmo termo, uma referente ao significado ocidental já mencionado e outra ligada ao sentido que a palavra tem no Japão, pois para os japoneses *otaku* significa, relativamente,

“em sua casa”, ou “viver num casulo”, um termo de tratamento impessoal de distanciamento que os japoneses utilizam quando precisam dirigir-se a alguém sem desejar uma relação aprofundada, também utilizada no Japão para designar um “fanático” por um determinado assunto. Indicando um fenômeno que atinge a sociedade japonesa, alguém que vive isolado do mundo, dedicando-se a algum *hobby*. (BRITO, 2009, p. 16)

Uma característica marcante dos *otakus,* mas que não é exclusiva desse grupo, pois também pode ser observada dentro da cultura *nerd*, é a supervalorização de produtos colecionáveis associados aos conteúdos midiáticos que cultuam: “É possível encontrar aquele que coleciona tudo sobre uma modelo-cantora (como as ninfetas denominadas pop idols), bandas de rock, filmes de monstros ou, naturalmente, personagens de mangá”. (NAGADO, 2005, p. 55). Ainda sobre a cultura *otaku* no Brasil, Nagado acrescenta:

O público brasileiro é formado por muitas garotas e casais de namorados *otakus*, o que seria uma contradição no Japão. Muito mais soltos, entusiastas e barulhentos do que suas contrapartes orientais, os fãs brasileiros se acotovelam por um autógrafo de seu dublador preferido, pulam ouvindo *anime songs* como se estivessem em um show de rock e promovem uma confraternização bem brasileira, que certamente, estão distantes do fanatismo solitário e isolado presente em muitos *otakus* japoneses. (NAGADO, 2005, p. 56)

Esse encontro entusiasmado promovido pela comunidade *otaku* no Brasil pode acontecer em lugares públicos específicos como o Bairro da Liberdade em São Paulo, tradicional bairro japonês da capital paulista ou em eventos chamados animencontros (PEREIRA, 2013), ou seja, convenções de anime e cultura japonesa organizadas geralmente uma vez por ano para que os fãs possam se reunir, trocar experiências e comprar produtos colecionáveis de animes. Alguns exemplos de animencontros que acontecem pelo Brasil são: *Anime Friends* (São Paulo - SP), *Super Conquest* (Maceió - AL), *Shinobi Festival* (Juazeiro - BA), *Otaku Life* (Brasília - DF) e o *Anime Fan* (Porto Alegre - RS). Mas, apesar de esses eventos acontecerem somente uma vez por ano, a cultura *otaku* continua sendo movimentada diariamente através da internet.

Nos domínios da internet podemos encontrar diversos portais exibidores de animes e várias comunidades *otakus,* onde os fãs podem trocar experiências e compartilhar os conteúdos que produzem. A respeito da produção de conteúdo podemos citar: as atividades *fansubbing[[14]](#footnote-14)*, a produção de *fanfics[[15]](#footnote-15),* o bloguismo (ou portais de animes)e a produção de vídeos para o Youtube. A respeito dos espaços de interação online é possível mencionar os grupos *otakus* no Facebook, os fóruns especializados em animes e as páginas nas redes sociais que compartilham conteúdos do universo *otaku*.

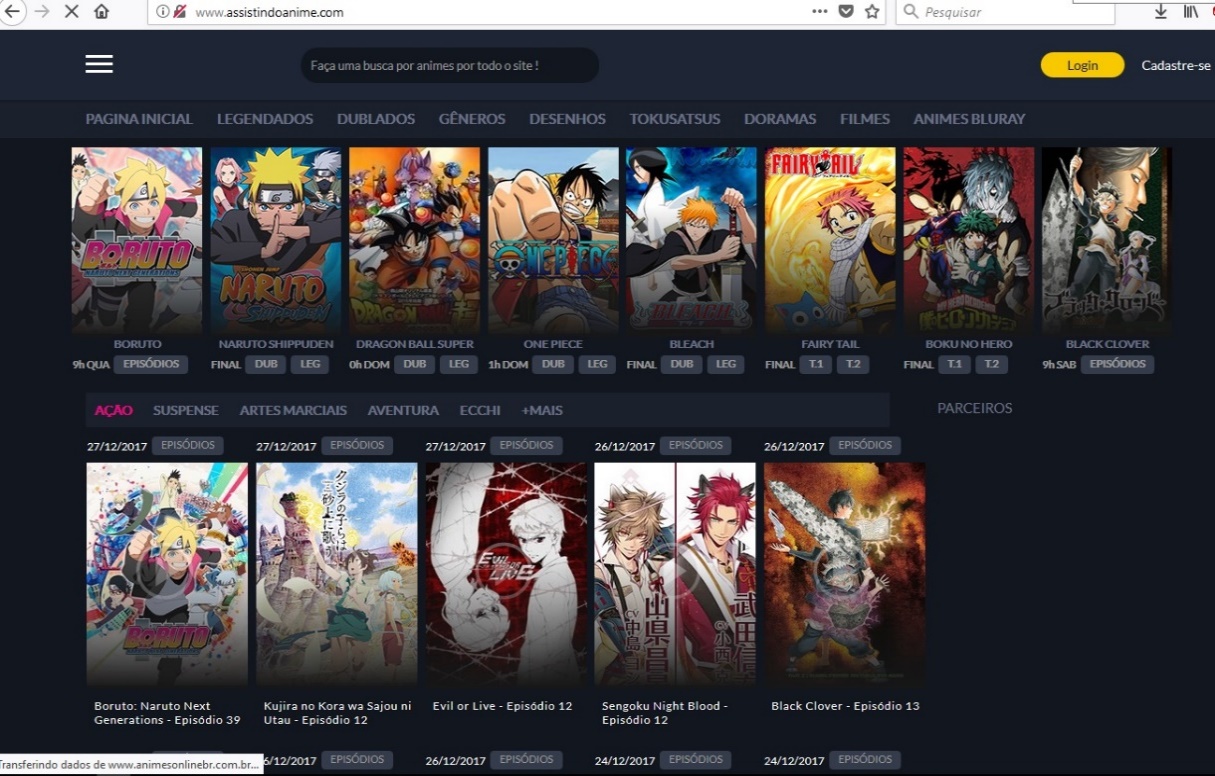
Sobre as atividades interativas realizadas em ambientes virtuais por consumidores de conteúdos de mídia da indústria cultural, Henry Jenkins (2008) nos lembra que

Inicialmente, o computador ofereceu amplas oportunidades de interação com o conteúdo das mídias e, enquanto operou nesse nível, foi relativamente fácil para as empresas de mídia controlar o que ocorria. Cada vez mais, entretanto, a web tem se tornado um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não prevista de relação com o conteúdo de mídia (JENKINS, 2008, p. 190)

Desse modo, a internet possibilitou o surgimento de vários espaços virtuais pelos quais os consumidores de animes podem interagir, criar e compartilhar conteúdos com outros fãs. Talvez o mais importante espaço de sustentação da cultura *otaku* na internet sejam os portais exibidores de animes, ou seja, sites onde estão hospedadas diversas séries que podem ser assistidas via *streaming* ou baixadas para serem vistas de modo *offline.* A importância dos portais exibidores para a cultura *otaku* reside no fato de serem os únicos meios pelos quais os fãs podem assistir as séries animadas na atualidade. Também vale mencionar que dentre os portais exibidores existem os gratuitos e os pagos. As plataformas gratuitas costumam hospedar uma quantidade de animes bastante superior aos serviços pagos, pois não pagam os direitos de exibição para os estúdios que detém os direitos de comercialização das séries. Os principais serviços pagos de exibição de animes no Brasil são o Netflix[[16]](#footnote-16) e o Crunchyroll[[17]](#footnote-17). O primeiro é uma plataforma que oferece todo tipo de conteúdo audiovisual e a segunda é uma plataforma especializada na exibição de séries japonesas. Por serem exibidores oficiais e venderem uma assinatura legal para a o acesso de conteúdos audiovisuais, os serviços pagos acabam oferecendo uma quantidade de animes muito inferior aos portais gratuitos em seus catálogos. Enquanto as plataformas gratuitas[[18]](#footnote-18) disponibilizam em torno de 1500 animes em seus catálogos, o Netflix e o Crunchyroll oferecem[[19]](#footnote-19) 72 e 516 animes, respectivamente.

Uma prática comum dos portais exibidores de animes é a inclusão de um *ranking* na página inicial dos sites onde são mostradas quais são as séries mais assistidas pelos visitantes dos sites. Nos 13 sites pesquisados[[20]](#footnote-20) as séries da franquia *Naruto* sempre aparecem entre os 5 primeiros colocados dos *rankings -* um dos motivos pelo qual o anime *Naruto* é o objeto principal de investigação desta pesquisa.

Logo abaixo encontra-se a página inicial do site *assistindoanime.com,* um exemplo de portal de exibição gratuita de animes:

**Figura 7: exemplo de portal gratuito de exibição de animes. Fonte: <<http://www.assistindoanime.com/>>.

Na imagem seguinte está incluída a página inicial do serviço pago de exibição de animes, Crunchyroll:

  
Figura 8: página inicial do serviço pago de exibição de animes, Crunchyroll. Fonte: <<http://www.crunchyroll.com/>>.

A maioria dos animes disponibilizados nas plataformas gratuitas de exibição são legendadas pelos próprios fãs através da prática *fansubber,* que consiste

na tradução, legendagem e distribuição informal de séries japonesas no meio on-line. Esses fãs reúnem-se em certos espaços da internet (sites, blogs, plataformas de comunicação, fóruns, etc.) formando coletivos conhecidos como *fansubs*, e distribuem (através de redes como IRC, BitTorrent dentre outros programas para troca de arquivos P2P, e mais recentemente, via streaming de vídeo) para os demais fãs suas versões legendadas. (URBANO, 2012, p. 2)

É interessante notar que essa nova atividade desenvolvida pelos consumidores também se configura como uma produção de conteúdo, pois são os próprios fãs que traduzem e elaboram as legendas para que outros fãs possam assistir as séries nas plataformas virtuais. Não fosse essa cooperação existente dentro da cultura *otaku* na internet também não seria possível que a maioria dos espectadores acompanhasse os animes, tendo em vista que o idioma original dos animes é o japonês. Nesse ponto, vale ressaltar que as qualidades de consumidor e produtor se confundem nos *fansubbers*; circunstância que levou Bruns (2008) a criar o termo *prosumer[[21]](#footnote-21)* ao estudar os hábitos de fãs nos ambientes virtuais.

Renata Prado Silva (2009, p. 11), explica que a prática do *fansub* é realizada

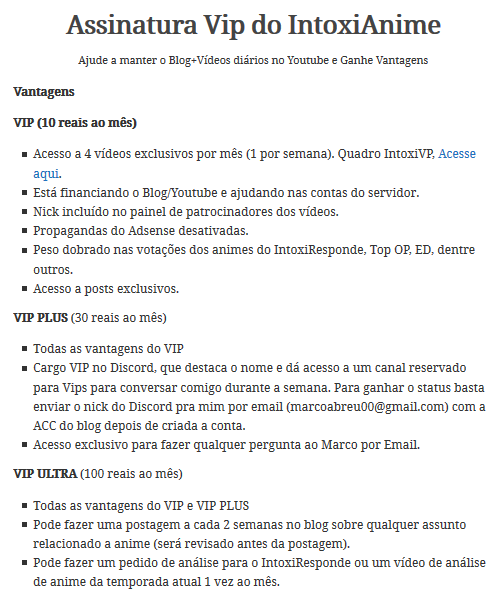
em equipe, geralmente com a seguinte divisão de tarefas: *raw*-*hunter*, tradutor, *timer*, *styler*, *typesetter*, *karaoke*-*maker*, revisor, *encoder*, *uploader* e *quality* *Checker*. O *raw*-*hunter* é uma pessoa que procura animes sem legenda para que todos os *fansubs* possam usar. Esse trabalho é comumente feito por uma pessoa que more no Japão e tenha acesso aos episódios originais e DVDs. O tradutor é responsável pela tradução. Esta é considerada a função mais importante na equipe. O timer é quem sincroniza as falas com a legenda. O *styler* edita as cores usadas e o estilo de legenda. O *typesetter* faz um trabalho polêmico entre os tradutores, que é a inserção de logotipos e traduções na própria animação. Por exemplo, em letreiros de estabelecimentos comerciais que apareçam no anime, o *typesetter* coloca a tradução abaixo dos caracteres japoneses. O *karaoke-maker* faz os karaokês de abertura, encerramento e algumas vezes dentro do próprio anime, em cenas que tenham música de fundo. O revisor lê todo o script e corrige erros. O *encoder* junta o anime sem legenda (o raw fornecido pelo *raw-hunter*) com os scripts, gerando o arquivo final. Dependendo da tecnologia utilizada, para que o trabalho do *encoder* fique satisfatório, cada episódio pode levar até 14 horas para ser finalizado, com a utilização de um equipamento potente. O *quality-checker* é responsável por assistir o anime completo em busca de erros, ajudando a corrigi-los. O final da cadeia destes *produsers* é o *uploader*, que divulga o resultado final na internet.

Outra prática exercida pelos *otakus* na internet é a produção de *fanfics*, que são textos escritos por fãs com base no universo de uma história oficial. A difusão dessas histórias extraoficiais acontece em sites especializados nesse tipo de conteúdo, como o portal “Nyah! Fanfiction[[22]](#footnote-22)” e o “Only Animes[[23]](#footnote-23)”. Dentro do universo das *fanfictions* foram surgindo gêneros que classificam os tipos de histórias que são produzidas pelos fãs. Um gênero bastante conhecido é o “*slash fiction*”, onde os personagens oficialmente heterossexuais passam a fazer parte de relacionamentos homoafetivos ou/e homoeróticos nas versões criadas pelos fãs (CARLOS, 2011).

Os blogs também são espaços virtuais muito importantes para a cultura *otaku* na internet, pois são lugares onde os fãs podem se informar a respeito das últimas notícias que envolvem o universo dos animes, podem acompanhar as análises dos blogs feitas sobre alguma série específica, conhecer os animes que são recomendadas pelos blogueiros, ouvir *podcasts*[[24]](#footnote-24) e acompanhar as listas de melhores animes do ano ou dos melhores animes de alguma categoria especifica.

No ramo dos blogs de animes também existem aqueles que oferecem conteúdos exclusivos através de assinatura VIP’s, como é o caso do blog *Intoxi Anime*[[25]](#footnote-25) que oferta diversas modalidades de assinatura, desde as mais básicas até aquelas que oferecem alguns recursos especiais como a escolha dos assuntos que serão publicados no site.

Na imagem seguinte se encontram os tipos de assinaturas oferecidas pelo blog *Intoxi Anime*, assim como consta no site:

  
Figura 9: Ofertas de assinaturas VIP’s do blog Intoxi Anime. Fonte: <http://www.intoxianim e.com/comta-da-assinatura/niveis-de-assinatura/>.

O *Intoxi Anime* também tem um canal homônimo no Youtube. Nesse canal são publicados vídeos de análises, notícias do universo *otaku*, listas temáticas de animes, teorias sobre o universo narrativo das séries, entre outros. Desse modo, o canal *Intoxi Anime* no Youtube cumpre quase o mesmo papel do blog, com a diferença de que os conteúdos divulgados no Youtube são em formato de vídeo e no blog são em formato de texto. Da mesma maneira, existem diversos outros canais no Youtube que divulgam conteúdos associados aos animes, pois, atualmente a produção e consumo de vídeos se tornou uma das práticas mais recorrente dos *otakus,* junto com a assistência de animes e a leitura de mangás.

Através da disseminação de canais *otakus* no Youtube podemos perceber uma tendência que havia sido mencionada por Henry Jenkins em *A Cultura da Convergência* (2008)que é a emergência da “cultura do conhecimento” nas comunidades online, pois o Youtube é uma plataforma virtual que permite a qualquer *otaku* expressar suas opiniões, divulgar teorias e compartilhar conhecimento com outros fãs de animes e contribuir com a *expertise* da comunidade *otaku* como um todo. Cabe mencionar que essa propensão cooperativista já havia sido indicada por Pierri Levy no livro *Cibercultura* (1999), onde o autor reportava o surgimento e aprimoramento da “inteligência coletiva” dentro das comunidades onlines. Esse conceito elaborado por Levy é aplicado por Jenkins ao analisar a cultura participativa dos fãs de conteúdos de mídia:

A inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos fazer sozinhos, agora podemos coletivamente. [...] A emergente cultura do conhecimento jamais escapará completamente da influência da cultura de massa, assim como a cultura de massa não pode funcionar totalmente fora das restrições do Estado-nação. (JENKINS, 2008, p. 56)

Os canais de animes no Youtube se tornaram, portanto, uma das principais vias de sociabilidade e troca de informações entre *otakus* nos ambientes virtuais. No entanto, não são todos os fãs que compartilham vídeos ou interagem com outros fãs nos espaços de interação virtual, pois assim como afirma Jenkins (2008): “a era da convergência das mídias permite modos de audiência comunitários, em vez de individualista. Contudo, nem todo consumidor de mídia interage no interior de uma comunidade virtual”. Pois, do mesmo modo que existem os fãs que assistem aos animes em plataformas de exibição, acompanham canais *otakus* no Youtube e interagem com outros fãs trocando informações, também existem aqueles que só consomem os conteúdos e preferem não interagir com as comunidades online.

Tanto os blogs de animes quanto os canais *otakus* no Youtube são alimentados por fãs que dedicam grande parte do tempo a pesquisar e elaborar conteúdos para serem compartilhados nas plataformas virtuais afim de que outros fãs possam acessá-los. Dessa maneira, alguns fãs de animes fizeram da produção e divulgação de conteúdo nos meios virtuais uma profissão, adquirindo suas rendas através do patrocínio de lojas especializadas em produtos *otakus* – como os itens colecionáveis – que veiculam suas propagandas dentro dos blogs ou por meio de assinaturas pagas como é o caso do *Intoxi Anime*.

Sabemos, portanto, que uma das consequências práticas da recepção da animação japonesa no Brasil é a própria produção de conteúdo associado aos animes. A partir dessas atividades alguns *otakus* acabaram adquirindo maior notoriedade e influência dentro das comunidades online por angariarem um número cada vez maior de seguidores nas redes sociais. Desse modo, acabou havendo uma estratificação entre os fãs de animes na internet, onde alguns produzem conteúdos e têm seus próprios seguidores, e outros que preferem somente assistir animes e acompanhar a produção de conteúdo de outros fãs.

Portanto, ao investigar a recepção da animação japonesa no Brasil, é essencial que sejam diferenciados os *fãs produtores* e os *fãs consumidores*[[26]](#footnote-26). Por isso, foram elaborados dois questionários para a coleta de informações acerca da recepção dos animes no Brasil através da internet. Um questionário foi direcionado aos fãs produtores de conteúdo *otaku* para o Youtube, e outro direcionado aos espectadores do anime *Naruto* que interagem com outros fãs dentro das comunidades online. O primeiro questionário será analisado a seguir, e o segundo será conferido no capítulo 3.

O questionário enviado aos fãs produtores foi respondido por 12 youtubers[[27]](#footnote-27), sendo que alguns têm mais de 300.000 inscritos[[28]](#footnote-28) em seus canais[[29]](#footnote-29), dos quais o maior é o canal “Fred | Anime Whatever” com 1.009.002[[30]](#footnote-30) de inscritos. Canais de diversas temáticas relacionadas ao universo *otaku* colaboraram com a pesquisa, desde canais especializados em listas de animes até aqueles que englobam toda a cultura *nerd/geek*. Nesse ponto, vale ressaltar que a cultura *otaku* pode ser considerada uma subcultura da cultura *nerd/geek*, pois essa última engloba, além dos animes, diversos outros conteúdos midiáticos da indústria de entretenimento mundial, e não só da cultura pop japonesa. Os *nerds* são conhecidos por apreciarem os super-heróis americanos de história em quadrinhos (Marvel e DC Comics), os filmes da saga Star Wars, os jogos de RPG online, entre outros.

Primeiramente, é importante que sejam apresentados os dados demográficos dos youtubers entrevistados para que tenhamos ciência dos perfis das pessoas que estão produzindo conteúdo *otaku* no Youtube; muitas vezes fazendo dessa atividade uma profissão.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOME DO CANAL** | **NOME DO YOUTUBER** | **IDADE** | **SEXO** | **ORIENTAÇÃO SEXUAL** | **ETNIA** |
| Fred | Anime Whatever | Fred Oliveira | 28 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Bunka Pop | Maria Luiza Barros | 24 | Feminino | Bissexual | Branco |
| Anime United | Dalton J. Silveira Jr. | 26 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Vlog do Enel | Bruno Bandeira S. Matos | 22 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Gabi Xavier | Gabriela Xavier | 26 | Feminino | Heterossexual | Branco |
| Canal TOP 10 - Animes | Heber de Paula | 28 | Masculino | Heterossexual | Pardo |
| Safadão Z | Zackary nailson torres | 19 | Masculino | Heterossexual | Pardo |
| Tobirama | Rodrigo Magalhães | 17 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Dark of AMVs | Rodrigo A. G. Andrade | 21 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Game Win | Bruno Alexandre B. Aguiar | 18 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Animes Blast News | Henrique Oli | 22 | Masculino | Heterossexual | Branco |
| Caveira Vlogger | Leonardo Araujo Vivas | 32 | Masculino | Heterossexual | Branco |

Tabela 1: Informações demográficas dos Youtubers entrevistados.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOME DO YOUTUBER** | **ESCOLARIDADE** | **OCUPAÇÃO** | **ESTADO CIVIL** | **CIDADE** |
| Fred Oliveira | E. Médio Completo | Youtuber | Casado (a) | Contagem - MG |
| Maria Luiza Barros | E. Superior Incompleto | Atriz | Solteiro (a) | São Paulo - SP |
| Dalton J. Silveira Jr. | E. Superior Completo | Youtuber | Solteiro (a) | Cons.Pena - MG |
| Bruno Bandeira S. Matos | E. Superior Incompleto | Estudante | Solteiro (a) | Rio de Janeiro - RJ |
| Gabriela Xavier | E. Superior Completo | Prod. de Vídeos | Solteiro (a) | Rio de Janeiro - RJ |
| Heber de Paula | E. Superior Completo | Youtuber | Solteiro (a) | Piracicaba - SP |
| Zackary nailson torres | E. Médio Completo | Programador | Solteiro (a) | São Paulo - SP |
| Rodrigo Magalhães | E. Médio Completo | Coord.Telecentro | Solteiro (a) | Campinas - SP |
| Rodrigo A. G. Andrade | E. Médio Completo | Desempregado. | Solteiro (a) | Belo Horizonte - RJ |
| Bruno Alexandre B. Aguiar | E. Superior Incompleto | Estudante | Solteiro (a) | Juazeiro - BA |
| Henrique Oli | E. Médio Completo | Youtuber | Solteiro (a) | Caratinga - MG |
| Leonardo Araujo Vivas | E. Médio Completo | Assistente Adm | Casado (a) | São Paulo - SP |

Tabela 2: Informações demográficas dos Youtubers entrevistados.

As informações contidas nas duas tabelas acima demonstram que as pessoas que produzem vídeos relacionados ao universo *otaku* no Youtube têm 23 anos, em média, e são majoritariamente do sexo masculino (10 pessoas) e heterossexuais (11). Todos se declaram brancos (10) ou pardos (2), revelando que são poucos (pois pode ser que existam alguns youtubers negros que não estão entre os entrevistados) os fãs que produzem conteúdo *otaku* e se declaram negros. Metade dos entrevistados diz ter cursado o ensino médio ao passo que a outra metade diz estar cursando ou já ter cursado o ensino superior. Com relação a ocupação dos youtubers, um terço (4) dos entrevistados diz trabalhar somente com a produção de conteúdo para o Youtube e o restante diz se ocupar com outras atividades (atuação, produção de vídeos, programação, coordenação de telecentro, administração e estudos). A maioria dos youtubers são solteiros (10) e residem na região sudeste, de modo que somente uma pessoa disse morar em outra região (Juazeiro – BA).

Cada um dos canais apresentados na TABELA 1, apesar de produzirem vídeos voltados para os fãs de animes, apresentam temáticas e estilos diferentes, alguns produzem teorias de animes, outros só fazem listas e outros só produzem vídeos humorísticos. Na tabela seguinte serão apresentadas algumas informações referentes aos canais entrevistados.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NOME DO CANAL** | **Nº DE INSCRITOS\*** | **DESCRIÇÃO DO CANAL\*\*** |
| Safadão Z | 107.575 | sem descrição |
| Animes Blast News | 32.386 | Apenas mais um canal sobre animes! |
| Canal TOP 10 - Animes | 146.640 | Salve Clã! Em nosso Canal você encontra muitos Top's da Cultura OTAKU! Eu sou Heber, 27 anos - Youtuber, Publicitário. Amante da Cultura "OTAKU" |
| Gabi Xavier | 150.889 | Oi, eu sou a Gabi Xavier! Aqui você encontrará vídeos sobre: ANIMES, Japão, séries, games e filmes. |
| Tobirama | 58.689 | Uchiha bom,é uchiha morto |
| Game Win | 50.147 | ☰HYOOOO GALERAA☰ Em busca da curiosidade!! Canal de Animes, Mangás, Quadrinhos e Games para mais detalhes, inscreva-se e vamos começar!! |
| Caveira Vlogger | 7.484 | Animes, Mangás, Games e séries analisados por completo, pelo Caveira!!! UHUUU!!!!!!! |
| Fred | Anime Whatever | 1.009.002 | Conteúdo Otaku de forma descontraída é aqui! Bora interagir, então cola que é noiz! |
| Vlog do Enel | 193.760 | Meu nome é Bruno Bandeira, e este é o Vlog do Enel! Aqui você irá encontrar vídeos sobre: One Piece, Dragon Ball Super, Shingeki no Kyojin, Attack on Titan, Hunter x Hunter, Boku no Hero Academia, The Promised Neverland, Fairy Tail, Anime, Mangá e The Walking Dead. |
| Anime United | 286.292 | DS se dedica completamente ao mundo dos animes e mangás e games. Anime United é o mais jovem portal dedicado completamente ao mundo dos animes e mangás da internet. Confira nossas colunas, reviews, previews e fiquem bem informado com com as nossas notícias 7 dias por semana, além e claro de ouvir o melhor podcast de animes da internet o UNITEDcast. |
| Dark of AMVs | 51.040 | Esse é o canal da página Dark of AMVs |
| Bunka Pop | 342.892 | Bunka Pop é um programa de entretenimento para público jovem. Em uma linguagem casual e divertida, a dupla de apresentadores Jack Freitas e Moo-chan abordam temas focados em cultura pop oriental, cosplay, anime e mangá |

Tabela 3: Informações públicas dos canais de anime no Youtube.

\*Os números apresentados correspondem a última semana de novembro de 2017.

\*\*A descrição do canal é uma informação pública onde se indica que tipo de conteúdo é publicado no canal.

O maior e mais influente canal brasileiro de animes no Youtube é o “Fred | Anime Whatever”, apresentado pelo Fred Oliveira, 28. A maioria dos vídeos publicados no canal são vídeo análises de animes *shounen* como *Boruto: Naruto Next Generation* e *Dragon Ball Super*. O apresentador, de maneira descontraída, expõe suas opiniões acerca dos episódios dos animes que são lançados semanalmente na TV japonesa e disponibilizados nos portais de exibição online do Brasil. Na descrição pública do canal consta: “Conteúdo Otaku de forma descontraída é aqui! Bora interagir, então cola que é *noiz*! ”. No canal também são publicados diversos *vídeo reactions*, ou seja, vídeos em que o apresentador assiste a algum episódio de anime ao mesmo tempo que exibe suas reações e opiniões.

Na descrição de grande parte dos canais de anime no Youtube é dito que os vídeos publicados são referentes a cultura pop japonesa, games, mangás, etc. e não somente aos animes. Entretanto, a descrição do canal “Tobirama” foge desse padrão, pois diz: “Uchiha bom é Uchiha morto”. O nome do canal faz referência a um personagem do anime *Naruto* chamado Tobirama que é conhecido por odiar o clã Uchiha na série. Desse modo, o youtuber criador do canal “Tobirama” misturou um elemento narrativo da série *Naruto* com uma frase do senso comum e conservador brasileiro: “bandido bom é bandido morto” e assim elaborou a descrição do seu canal. Conquanto, é importante ressaltar que o canal “Tobirama” é caracterizado por produzir vídeos de caráter humorístico, sendo que a frase “Uchiha bom é Uchiha morto” é uma ‘piada interna’ da comunidade *otaku* brasileira.

Quando foi perguntado aos youtubers “Quais tipos de vídeo você produz para o seu canal? ”, algumas respostas foram:

* **Tobirama:** “Isso é uma boa pergunta, na verdade nem eu sei direito. Nos vídeos que eu faço eu penso no seguinte: "O tema central tem que ser *Naruto*, pegue qualquer assunto e produza algo engraçado para que possa entreter alguém por alguns minutos e talvez melhorar um pouco o dia dessa pessoa". Com isso em mente eu produzo algo aleatório que vier na minha cabeça”
* **Canal TOP 10 – Animes:** “Foco maior era Listas de TOP 10, mas com passar do tempo fui inserindo Teorias, notícias e as vezes até Análises”
* **Safadão Z:** “Anime crack e amvs”
* **Bunka Pop:** “Listas com indicações de obras e curiosidades culturais”
* **Vlog do Enel:** “Reviews, notícias, debates, teorias”

Os r*eviews* são vídeos em que são feitas resenhas de animes, abordando aspectos estéticos e narrativos de alguma série específica. Já os vídeos de notícias têm por objetivo informar os espectadores das novidades correntes no mundo *otaku*. Nos vídeos de teorias os youtubers expõem suas teses sobre o que acontecerá ou será revelado no enredo de algum anime. Os vídeos classificados como *Anime crack* são compilados de várias cenas de animes que são editadas junto com memes[[31]](#footnote-31) e músicas aleatórias de modo a criar um vídeo humorístico. Segundo o site *otakubfx.com[[32]](#footnote-32)* “a palavra *crack* é pejorativa, mas vai de cada um entender e relevar isso. Essa taxação de anime para anime crack seria uma forma de dizer que um anime normal está louco, drogado e sem noção. Ou seja, uma bela edição em uma cena normal deu origem a algo muito louco.” Outra prática comum dos youtubers é a publicação de *listas*, ou seja, vídeos em que são listados alguns animes sob um recorte temático específico. São exemplos de títulos de listas: “Os 5 melhores animes de terror” ou “Os 10 melhores animes *shoujo* de 2017”. Alguns canais como o “Bunka Pop” também costumam publicar vídeos sobre as curiosidades culturais do Japão que estão presentes nas animações japonesas, o que deixa transparecer que os animes são mecanismos que motivam os fãs a pesquisarem elementos da cultura nipônica – assunto que será abordado posteriormente. Outro tipo de vídeo bastante comum no meio *otaku* são os AMV’s (*Anime Music Vídeo*), que na definição de Marco Bellan (2010) são vídeos produzidos

a partir de colagens de cenas de animes ao som de uma música que tenha alguma relação com o anime, na visão do seu produtor. Sua forma de criação envolve relações próximas entre o anime e o estilo musical, pois todos são vinculados às preferências culturais e estéticas de seus criadores. (BELLAN, 2010, p. 8)

Apesar de a principal plataforma de divulgação ser o Youtube, os fãs produtores de conteúdo também se valem de outras redes sociais para publicar os conteúdos *otakus* e para se manterem conectados com os seus seguidores através de várias plataformas. Sendo assim, 80 % dos canais pesquisados têm uma página Facebook, 71,66% possuem um perfil no Twitter, 40% têm uma conta no Instagram e 15% têm site próprio. Portanto, a utilização de várias redes sociais pelos produtores de conteúdo é uma maneira de se manterem vinculados com os seus seguidores em qualquer espaço virtual possível.

As primeiras perguntas do questionário enviado aos produtores de conteúdo *otaku* visam compreender como ocorre a produção de conteúdos voltado para os animes na internet, desde quando estão envolvidos com essa produção de nicho, quais são os tipos de conteúdos produzidos, qual é o perfil do público consumidor e como tem sido trabalhar profissionalmente com a produção de vídeos no Youtube, As perguntas e respostas dos youtubers estão alocadas nas tabelas seguintes.

|  |  |
| --- | --- |
| **Há quanto tempo você produz conteúdo voltado para animes na internet?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | 1 ano |
| Animes Blast News | 4 anos |
| Canal TOP 10 - Animes | Nesse Canal estou a 3 Anos, desde 2014 |
| Gabi Xavier | Já produzi há muitos anos em blog, criação e administração de fóruns (populares no início dos anos 2000), mas estou produzindo no YouTube mesmo há uns dois anos. |
| Tobirama | Um ano e meio, antes disso eu apenas consumia o conteúdo. |
| Caveira Vlogger | 4 anos |
| Anime United | 10 anos |
| Fred | Anime Whatever | 5 anos |
| Dark of AMVs | 3 anos. |
| Game Win | 2 anos |
| Bunka Pop | De cosplay tem 6 anos, em blog/redes sociais, e pro YouTube, há um ano. |
| Vlog do Enel | 5 anos |

Tabela 4: Respostas da pergunta “Há quanto tempo você produz conteúdo voltado para animes na internet? ”.

Através das repostas sobre há quanto tempo os youtubers produzem conteúdo *otaku* na internet podemos concluir que, em média, eles começaram a produzir em torno do ano de 2012. No entanto, alguns produtores começaram em meados dos anos 2000, como é o caso da Gabriela Xavier do canal “Gabi Xavier” e do Dalton Silveira do canal “Anime United”. Também é interessante notar que alguns youtubers disseram que já produziram ou que produzem conteúdos para blogs, fóruns e redes sociais, confirmando a informação apresentada anteriormente de que, além de trabalharem com a plataforma Youtube, também produzem conteúdo *otaku* para outras mídias sociais.

|  |  |
| --- | --- |
| **Quais os temas dos vídeos que são mais visualizados no canal? Na sua opinião por que esses vídeos são os mais visualizados?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Humor pesado, denegrindo animes, e vários outros grupos afim de tornar uma zoeira universal , todos os grupos assistem e todos os grupos são zoados |
| Animes Blast News | Dragon Ball Super. Porque tem uma base de fãs maior e porque é mais fácil achar imagens para colocar na thumbnail, além de render mais assuntos. |
| Canal TOP 10 - Animes | Naruto/Boruto - Bom é o Anime que mais engaja os fãs, o fã assiste e quer procurar mais informações do mesmo, então recorre a Internet e consequentemente ao Youtube. Outros Animes como Dragon Ball Z tem até mais fãs em Números acredito eu, mas eles não ligam muito de ir atras de conteúdo relacionado, uma parte minima apenas que vão, e no Canal é o Segundo Anime com mais visualização em videos, mas a diferença é "Gritante" |
| Gabi Xavier | Reviews de animes ou de capítulos de mangás. Acredito que o meu público gosta da minha forma de explicar e destrinchar essas obras, então os vídeos desse tipo acabam sendo, geralmente, mais relevantes. |
| Tobirama | Entre os mais vistos estão as paródias de Oppenings de Naruto e um quadro onde eu transformava Youtubers em personagens de Naruto usando Photoshop. Acho que esses vídeos tem bastante visualizações pois são bem dinâmicos e quando foram feitos, eram novos no YouTube, talvez tenha surpreendido o público. |
| Caveira Vlogger | Ou vídeo com nomes chamativos(clickbaits) ou de séries que estão fazendo,ou fazem grande sucesso..No caso de Clickbait é por chamar a atenção,por provocar a curiosidade do público,já os de séries famosos,se deve a visibilidade da mesma |
| Anime United | Ecchi/Hentai - Provavelmente porque existe um tabu e quase ninguem comenta |
| Fred | Anime Whatever | Naruto. Popularidade. |
| Dark of AMVs | Os mais vistos são Naruto e são os mais visualizados por que o público gosta de Naruto. |
| Game Win | Os temas mais visualizados são os assuntos que mais alcançam e conecta o fã com o anime em vídeo. Pois, no meu caso, o que me fez gostar de Naruto foi a sua emocionante história, força de espírito e a sua similaridade com minha vida. Então, em foco eu busco trazer vídeos para fazer com que as pessoas se identifiquem no anime atravéz das similaridades que as pessoas possam ter com o anime, assim como eu tive: seja pela sua idade, gênio, história, jutsu, personagens, e entre outras. |
| Bunka Pop | Os mais polêmicos são mais visualizados, pois acabam chamando publico curioso de fora. |
| Vlog do Enel | Teorias, pela curiosidade das pessoas |

Tabela 5: Respostas da pergunta “Quais os temas dos vídeos que são mais visualizados no canal? Na sua opinião por que esses vídeos são os mais visualizados? ”.

Vemos na tabela acima que os vídeos mais visualizados nos canais de anime no Youtube são aqueles que estão associados a algum anime com uma grande base de fãs no Brasil, como *Naruto* e *Dragon Ball*. Mas também são bastante visualizados os vídeos de “humor pesado” e os que envolvem alguma temática polêmica dentro do universo *otaku*, como os *hentais*. E, assim como foi dito por Leonardo Araújo do canal “Caveira Blogger”, uma estratégia para chamar a atenção dos internautas é colocar títulos atrativos nos vídeos para atrais clicks (*clickbait*).

|  |  |
| --- | --- |
| **Qual é o maior público do canal em relação a faixa etária e gênero?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | 24 a 36 anos |
| Animes Blast News | 16-24 anos, cerca de 90% masculino. |
| Canal TOP 10 - Animes | 18 a 24 anos 55% Essa a estimativa do próprio Youtube, Mas pelo conhecimento que tenho sei que ta Equivocado, o meu maior público são crianças de 12 a 16 anos, mas como sei disso? Simples quando uma criança cria a conta no youtube sempre jogam idade maior, a maioria faz isso. Até ja fiz enquete nos videos e minha dedução foi correta poucos eram maior de Idade. |
| Gabi Xavier | Masculino de 18-35 anos. |
| Tobirama | Por incrível que pareça a média está mais ou menos entre 13 e 26 anos, sim, muitos adultos assistem meus vídeos, e eu converso com eles na maioria das vezes surpreso. Eu achava que a maioria seriam crianças abaixo de 12 anos, mas a grande parte do público é adolescente. |
| Caveira Vlogger | Homens entre 18 a 34 anos. |
| Anime United | 90%M 10%F - 18 a 24 anos o maior publico |
| Fred | Anime Whatever | 18-24 anos. Masculino. |
| Dark of AMVs | Entre 18 a 24 anos. |
| Game Win | Maior público é entre 18 a 24 anos. E aos gênero são 83% Masculino e 17% Feminino. |
| Bunka Pop | Por participação, acredito que seja maioria do gênero masculino entre 12 e 18 anos. |
| Vlog do Enel | Masculino, 18 a 25 anos |

Tabela 6: Respostas da pergunta “Qual é o maior público do canal em relação a faixa etária e gênero? ”.

De acordo com as respostas informadas pelos entrevistados, a maior parte do público dos canais de animes são homens de 18 a 35 anos. Porém, como lembra Heber de Paula do “Canal TOP 10 – Animes” esses dados podem estar equivocados, pois grande parte dos adolescentes com menos de 18 anos, quando criam suas contas no Youtube, costumam informar uma idade maior do que realmente possuem para não serem barrados pela censura.

|  |  |
| --- | --- |
| **O seu canal é associado/parceiro de outro canal, loja, portal, etc.? Quais?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Dream animes, e meu próprio serviço de desenvolvimento |
| Animes Blast News | Mais ou menos, as vezes tem anunciantes, mas eu divulgo produtos que ganho comissão, e nem falo com quem vende. |
| Canal TOP 10 - Animes | Tenho vários Parceiros o maior deles é o Player Solo, Loja até tenho conceito mas não está 100% Funcional |
| Gabi Xavier | De forma fixa, não. Apenas parcerias esporádicas, até o momento. |
| Tobirama | Sim, de muitos canais, faço parte da Aliança Shinobi, que é um grupo de Youtubers de anime que se ajudam entre si, o maior de nós atualmente é o Fred, do canal Fred Anime Wathever, passando dos 1 milhão de inscritos. Lojas parceiras eu já recebi algumas propostas, agora estou sem fazer vídeos, mas quando voltar provavelmente fecharei parceria com a Gearbest, uma loja Chinesa com produtos variados. Mas atualmente não tenho patrocínio. |
| Caveira Vlogger | Faço parte do Grupo 100 fichas,uma união de Youtubers |
| Anime United | Bandai Namco, Crunchyroll, Buscamisas, Konnet Telecom |
| Fred | Anime Whatever | lojabuscanimes.com |
| Dark of AMVs | Não. |
| Game Win | Diretamente com o Mangá Tube, (por enquanto apenas esse) |
| Bunka Pop | Associado aos canais Pipocando e demais produzidos pela produtora Blues Filmes. |
| Vlog do Enel | One Piece Ex |

Tabela 7: Respostas da pergunta “O seu canal é associado/parceiro de outro canal, loja, portal, etc.? Quais? ”.

Como se vê no quadro anterior os parceiros dos youtubers são outros portais de anime na internet ou patrocinadores que anunciam suas marcas nos canais de animes. É importante mencionar que os canais que mais recebem patrocínio são aqueles com maior número de inscritos e visualizações. Desse modo, os youtubers mais famosos conseguem adquirir sua renda através dos anunciadores unicamente, permitindo que se dediquem exclusivamente a produção de conteúdo *otaku* para web.

|  |  |
| --- | --- |
| **Para você a produção de conteúdos voltado para animes na internet (blogs, podcasts, youtube...) é um meio de arrecadação de renda? É o principal meio?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Sim, existem canais inteiros que vivem apenas desse meio de renda. |
| Animes Blast News | Sim, é o principal. |
| Canal TOP 10 - Animes | Sim, estaria sendo mentiroso se falasse que fazemos isso apenas pela paixão, mas claro que tem coisas que nos motivam muito mais que o dinheiro, até porque recebemos bem pouco por isso. |
| Gabi Xavier | Sim, porém não o principal. |
| Tobirama | Sim, é um meio, mas não paga muito ainda então não é o principal. Mas conheço pessoas que vivem disso, inclusive sustentam a família. |
| Caveira Vlogger | É possível se atingir esse patamar,mas para mim por enquanto não. |
| Anime United | Principal |
| Fred | Anime Whatever | Sim |
| Dark of AMVs | Não, não arrecado nada, faço amvs por hobbie, por amar edição e animes. |
| Game Win | Não necessariamente, até hoje eu apenas guardo todo o dinheiro que já ganhei. Na verdade, não sei o que fazer se um dia eu for gastar será para melhorar as possibilidades de postar vídeos mais rápidos. Um exemplo é um notbook. Na faculdade eu poderia editar vídeos das horas extras, é com um computador (Notebook) melhor a renderização dos vídeos iriam ser mais rápidas e o programa não iria travar tanto de demorar de responder os comandos. (Durante as edições o processador é memória(RAM) do PC é muito fraca, os comandos e colagens de imagens de movimento por exemplo, sempre travam e demoram de responder por minutos... e a espera demora as edições. Fora a hora que o programa fecha sozinho e eu tenho que editar sempre alguma coisa tudo de novo. |
| Bunka Pop | Pode chegar a ser, mas não pra mim ainda. |
| Vlog do Enel | Sim, no momento está sendo o principal meio. |

Tabela 8: Respostas da pergunta “Para você a produção de conteúdos voltado para animes na internet (blogs, podcasts, youtube...) é um meio de arrecadação de renda? É o principal meio? ”.

Nesse cenário em que os youtubers conseguem se dedicar exclusivamente à produção de vídeos, alguns canais brasileiros se tornaram tão grandes que ganharam notoriedade na mídia nacional, como é o caso do canal do Whindersson Nunes que tem 25.829.150 de inscritos no canal. Já, no ramo dos animes o maior canal é o “Fred Anime Whatever” com 1.009.002 de inscritos. Mas, por ser um canal de nicho (*otaku*) – diferente do canal Whinderson Nunes, que atrai um público mais abrangente por ser humorístico – o número de inscritos é bastante alto. Considerando esse fato, a próxima pergunta é:

|  |  |
| --- | --- |
| **Na sua opinião, é possível que algum canal de animes se torne grande como os canais mais famosos no Brasil? Por que?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Claro, já existem alguns como o Fred que tem 1 milhão de inscritos e é Full anime, e o watchmiojo.com com temática animes e séries que possui 11 milhões de inscritos |
| Animes Blast News | Não, pois a fanbase é menor que a de comédia, entretenimento comum e outros. |
| Canal TOP 10 – Animes | Sim, todo nicho tem seu publico e o Fred está ai pra provar, primeiro canal Otaku a chegar 1 Milhão, marco esse que mostra nosso potencial, e se ele chegou logo outros vão conseguir o mesmo patamar. Arrisco dizer que será Casa do Kame. |
| Gabi Xavier | Sim, hoje já temos um canal de anime - Anime Whatever - com mais de 1 milhão de inscritos e essa já é uma marca alta para o YouTube. |
| Tobirama | Sim, porque o público de animes só vem crescendo, e os canais também, mais e mais. É só questão de tempo até nós chegarmos "lá em cima". |
| Caveira Vlogger | Tecnicamente já temos alguns bem grandes,mas sim podemos ter canais com grande relevância a medida que esse tipo de mídia ganha notoriedade |
| Anime United | Fama é uma coisa relativa, ja temos alguns canais de 1 milhão de inscritos, então caminho é esse. |
| Fred | Anime Whatever | Sim, estamos chegando lá. |
| Dark of AMVs | Não, por que o público de animes no Brasil não é o maior de todos. |
| Game Win | Não grande o suficiente em relação aos mais famosos. Isso por causa da divergência do valor cultural japonês ao brasileiro. Um canal que produza um conteúdo que foque o público alvo do modismo brasileiro irá crescer muito mais em inscritos, fama e dinheiro do que um canal que possua foco em animes e de sua maioria possuindo cultura oriental. A própria falta de possibilidades para uma criança acessar a culturas diferentes por TV aberta como exemplo, é um reflexo disso. |
| Bunka Pop | Acredito que depende do formato, mas que é muito difícil por ser um conteúdo de nicho. |
| Vlog do Enel | Sim, só é um processo mais demorado por ser um nicho mais fechado. |

Tabela 9: Respostas da pergunta “Na sua opinião, é possível que algum canal de animes se torne grande como os canais mais famosos no Brasil? Por que? ”

Alguns youtubers disseram que os canais de animes não são tão grandes quanto os maiores canais brasileiros no Youtube porque não têm uma *fanbase[[33]](#footnote-33)* tão numerosa e por ser um conteúdo de nicho. Outros disseram que é possível que os canais de animes cresçam porque o público de animes vem aumentando no Brasil e citaram o canal “Fred | Anime Whatever” como um exemplo de canal de animes que conseguiu ultrapassar a quantidade de 1 milhão de inscritos. Aliás, vários entrevistados disseram que acompanham o canal do Fred, como pode ser visto na tabela seguinte:

|  |  |
| --- | --- |
| **Você acompanha algum outro canal no Youtube, blog, portal, etc., especializado em animes? Cite quais.** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Intoxi anime, canal 7 coisas, blog do intoxi anime além de seguir produtoras no twitter |
| Animes Blast News | Sim, LBTV, Intoxi Anime, Ei Nerd etc. |
| Canal TOP 10 - Animes | São inúmeros fica difícil citar mas digamos que todos canais Otakus grandes e muitos pequenos também, gosto de ficar bem antenado. |
| Gabi Xavier | Sim. Bunka Pop, Videoquest, Vlog do Enel, Sempre bom saber e outros. |
| Tobirama | Muitos, mas entre os principais o Fred Anime Wathever, Ei nerd e Bunka Pop. |
| Caveira Vlogger | Apenas vez ou outra assisto a Gabi Xavier |
| Anime United | Fred Anime Wathever, The Anime Man, Lost Pause |
| Fred | Anime Whatever | Não |
| Dark of AMVs | Não. |
| Game Win | Fred: Anime Whaterver, Casa do Kame, Ei Nerd, Intoxi Anime, Player Solo, Tio Orochi e Tio Black. |
| Bunka Pop | Fred do Anime Whatever. |
| Vlog do Enel | Video Quest e King of Lightning |

Tabela 10: Respostas da pergunta “Você acompanha algum outro canal no Youtube, blog, portal, etc., especializado em animes? Cite quais.”

Vários foram os canais de animes citados pelos próprios youtubers, revelando que grande parte dos fãs de animes acabaram se tornaram parte de uma cadeia de produção de conteúdos relacionados a indústria japonesa de entretenimento audiovisual.

Esse novo contexto, onde um fã brasileiro pode produzir conteúdos associados a um produto audiovisual oriundo do Japão sem a mediação de agentes mercadológicos, é uma das facetas da ‘mundialização da cultura’ (ORTIZ, 1994). Esse fenômeno global, impulsionado pelas tecnologias da informação, tem influenciado a formação da identidade dos jovens contemporâneos, pois atualmente as referências que constroem a subjetividade dos indivíduos não é mais estritamente local, mas mundial. Tal fato leva Quise Gonçalves Brito (2010) a afirmar que

A cultura pop japonesa, dentro desse fenômeno, é a combinação da fórmula americana de produção industrial de bens relativos ao campo da cultura, às simbologias, valores e práticas japonesas. O animê – ou de maneira simplificada, a animação japonesa – é a que mais e melhor representa esta mundialidade dentro da cultura pop nipônica.

As próximas perguntas visam compreender como ocorreu a entrada dos *youtubers* entrevistados no mundo dos animes e também descobrir qual foi a importância da animação japonesa para a formação das identidades desses fãs brasileiros.

|  |  |
| --- | --- |
| **Desde quando você assiste animes ou lê mangás?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | 2011 |
| Animes Blast News | Há mais de 10 anos |
| Canal TOP 10 - Animes | Sempre gostei, desde criança |
| Gabi Xavier | Desde criança (não sei exatamente a idade) |
| Tobirama | Quando eu tinha mais ou menos 3/4 anos minha mãe colocava um DVD de Cavaleiros do Zodíaco com a saga de Ádes pra mim ver porque era a única coisa que me deixava entretido. Depois, com 6/7 anos mais ou menos o SBT começou a exibir Naruto, e foi praticamente amor a primeira vista(kkkk), brincadeiras a parte foi nesse ponto que eu comecei a me interessar realmente pelo Anime. Quando pararam de passar episódios novos de Naruto no SBT eu acabei indo parar na internet, descobri que agora existia um "Naruto Shippuden" e de quebra vi muitos sites de animes nascerem, como a Naruto Project que é bem famosa hoje em dia. Também teve Dragon Ball Z e afins que vi episódios aleatórios na extinta TV Globinho, e que acabei vendo realmente no Cartoon Network e na internet. Mas resumindo desde os 4 anos (2004) que vejo anime, mas sabendo que é anime, mais ou menos desde 2007. |
| Caveira Vlogger | Praticamente desde os 5 anos |
| Anime United | Desde dos 13 anos |
| Fred | Anime Whatever | 6 anos |
| Dark of AMVs | Desde os meus 6 ou 7 anos |
| Game Win | Desde os 6 anos de idade. |
| Bunka Pop | Desde a infância. |
| Vlog do Enel | 2011 |

Tabela 11: Respostas da pergunta “Desde quando você assiste animes ou lê mangás? ”.

|  |  |
| --- | --- |
| **Você já estudou o idioma japonês? Os animes e mangás te motivaram a aprender japonês?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Sim |
| Animes Blast News | Sim. |
| Canal TOP 10 - Animes | Ainda não tive Interesse no Idioma |
| Gabi Xavier | Sim, estou estudando. Sim, motivaram muito. |
| Tobirama | Sim, sei o básico do japonês por ficar curioso com a língua que ouvia nos animes, então estudei um pouco. |
| Caveira Vlogger | Não |
| Anime United | Já estududei. Sim |
| Fred | Anime Whatever | Sim. Sim. |
| Dark of AMVs | Nunca estudei, mas sim me motivaram e pretendo aprender futuramente. |
| Game Win | Sim, apesar da dificuldade |
| Bunka Pop | Sim! E sim. |
| Vlog do Enel | Sim, mangás e animes são um ótimo incentivo e forma de praticar |

Tabela 12: Respostas da pergunta “Você já estudou o idioma japonês? Os animes e mangás te motivaram a aprender japonês? ”

As respostas da tabela XXX revelam que os animes são mecanismo incentivadores para os *otakus* aprenderem o idioma japonês, tendo em vista que 9 dos 12 entrevistados disseram que já estudaram o idioma. O tema é abordado no capítulo 3.

|  |  |
| --- | --- |
| **Você consome produtos derivados das animações japonesas? Quais?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | Mangá, streaming, roupas, pôsteres |
| Animes Blast News | Sim, posters, bonecos, adesivos, etc. |
| Canal TOP 10 - Animes | Camisetas |
| Gabi Xavier | Eventualmente. Camisetas, principalmente, ilustrações e enfeites. |
| Tobirama | Sim, Action Figures, Mangás e camisetas. |
| Caveira Vlogger | Sim,além de mangás,roupas jogos etc |
| Anime United | Figures, Mangás, Video Games, Colecionáveis em geral |
| Fred | Anime Whatever | Game, figures |
| Dark of AMVs | Camisas, colares e as vezes chaveiros. |
| Game Win | Mangá, Action Figures, |
| Bunka Pop | Sim. Mangás, merchandise oficial, fanart, canais oficiais de transmissão como crunchyroll. |
| Vlog do Enel | Sim. Mangás e miniaturas |

Tabela 13: Respostas da pergunta “Você consome produtos derivados das animações japonesas? Quais? ”.

Uma das atividades mais lucrativas do mercado de animes é a venda de produtos licenciados, tanto é que as séries *Pokémon* e *Os Cavaleiros do Zodíaco* foram criadas com o intuito de alavancar a venda de produtos licenciados, como videogames (*Pokémon*) ebonecos (*Os Cavaleiros do Zodíaco*). Na TABELA 13 vemos que os fãs de anime também disseram consumir mangás, roupas, pôsteres, adesivos, action figures[[34]](#footnote-34), jogos, assinaturas em plataformas oficiais de transmissão de animes, etc. Comumente esses produtos podem ser encontrados em eventos de anime e em lojas virtuais.

Figura 10: nas imagens estão alguns produtos de animes que os youtubers disseram consumir. Da esquerda para a direita vemos: um kit ninja do anime *Naruto*, camisa do anime *Nanatsu no Taizai* e dois figure actions do anime *Dragon Ball*. Fonte: google.com

|  |  |
| --- | --- |
| **De qual anime você mais gosta? Por que?** | |
| **Canal** | **Resposta** |
| Safadão Z | OreiGairu, foi o anime que mudou a minha vida e todo a minha consciência do quanto eu sou programado por tudo menos por mim mesmo, depois disso virei programador |
| Animes Blast News | Inazuma Eleven e Inazuma Eleven GO, acho que posso considerar como um. Porque é muito divertido, os jogos são ótimos, tem vários episódios e a história é muito boa; além disso eu gosto de futebol e assisti esse anime na minha infância e juventude. Ele acerta em tudo e tem um grande equilíbrio em drama, comédia, emoção, trilha sonora e por aí vai. |
| Canal TOP 10 - Animes | Tem 3 fases na minha vida primeira quando num conhecia muito a fundo esse universo Otaku foi "Dragon Ball". Depois a segunda fase foi "Naruto" que me introduziu ao Universo Otaku. E por fim a Terceira fase e a Atual destaco "One Piece", por ser o anime que mais me cativa pelo enredo pelos personagens por tudo.. |
| Gabi Xavier | Yu Yu Hakusho, porque é o anime com a maior quantidade de personagens que gosto e com história cativante do início ao fim. |
| Tobirama | Naruto, por muitos motivos como a ambientação, a forma como os personagens são construídos, os poderes que na minha opinião são geniais comparado a maioria dos shonens, etc. Mas o principal é a história e os valores morais e éticos que ela passa, Naruto mostra conflitos pessoais e sociais que mesmo não se passando no contexto do nosso mundo, fazem nós nos identificarmos e pensarmos no meio em que vivemos e em nossas atitudes, e transmite isso de uma maneira muito sútil, com o drama distribuído de maneira inteligente. Fora que há muitas reviravoltas inesperadas que, quando assistidas pela primeira vez, fazem você realmente ficar surpreso. |
| Caveira Vlogger | Slam Dunk,por possuir uma narrativa envolvente |
| Anime United | SCC, porque ele fala sobre gentileza e bondade. |
| Fred | Anime Whatever | Naruto, porque tem momentos emocionantes e personagens cativantes. |
| Dark of AMVs | Katekyo Hitman Reborn, por que tem uma história de superação e dedicação do personagem principal. |
| Game Win | Não posso responder de maneira tão genérica, pois não existe espaço para essa pergunta à um único anime. Mas, dito isso, o que tive mais experiência e afeto foi Naruto. |
| Bunka Pop | Não consigo escolher. Todos que vi me moveram de formas diferentes por conta da profundidade de roteiro, independente do gênero. |
| Vlog do Enel | One Piece. Primeiro anime que me fez adentrar de vez neste meio. |

Tabela 14: Respostas da pergunta “De qual anime você mais gosta? Por que? ”.

Segundo as respostas dos entrevistados, alguns animes são tidos como preferidos porque possuem uma história boa envolvente com personagens cativantes ou porque transmitem mensagens de bondade, de ética, moral, gentileza, etc. Essas informações, do mesmo modo que nos mostram quais são as qualidades dos animes que mais atraem o público brasileiro, também demonstram a importância que as animações japonesas tiveram na formação da identidade desses fãs, pois assistem animes desde que eram crianças, como indicado por eles na TABELA 11. Inclusive, o youtuber Zackary Nailson Torres do canal “Safadão Z” diz que o anime *OreiGairu* teve grande relevância em sua vida, ajudando-o a decidir qual seria sua profissão.

**CAPÍTULO 3 - A RECEPÇÃO DOS ANIMES ENTRE O PÚBLICO BRASILEIRO NA INTERNET**

Diferente dos capítulos anteriores, que tinham caráter introdutório e expositivo acerca da animação japonesa e seus percalços midiáticos enquanto fenômeno cultural na era da globalização, esse capítulo terá um viés analítico, pois trataremos de investigar a recepção da animação japonesa no Brasil através da internet. Para a realização dessa tarefa escolhemos a franquia[[35]](#footnote-35) *Naruto* como fio condutor de nossas análises. O anime foi escolhido devido ao grande êxito que a série vem obtendo no Brasil desde meados dos anos 2000, mesmo período em que ocorreu a expansão do acesso à internet no país[[36]](#footnote-36).

Nosso principal material de análise será um questionário de 36 perguntas sobre *Naruto* e animes em geral que foi divulgado em dois grupos/comunidades online de Naruto no *Facebook*, no qual 256 pessoas de todas as regiões do Brasil responderam. O questionário foi elaborado com o objetivo de elucidar os meandros da assistência de animes entre o público brasileiro. Dessa maneira, será possível descobrir quais são os hábitos virtuais desses espectadores, qual é o perfil preponderante do público e qual o efeito causado pela série em seus fãs.

**3.1 O anime *Naruto***

Antes de iniciarmos o estudo de recepção do anime *Naruto* através das respostas obtidas no questionário, é válido que sejam introduzidos o enredo e as características do anime para que estejamos melhor inteirados sobre o universo narrativo da série, o que permitirá que os ensaios posteriores fluam sem grandes ruídos.

Ressaltamos que grande parte das informações que serão incluídas adiante sobre a série Naruto foram adquiridas no maior portal online que contém informações sobre o anime no Brasil, denominado “Wiki Naruto”. Essa wiki[[37]](#footnote-37) é um exemplo da força e abrangência dos trabalhos coletivos feitos por fãs que se dedicam em construir e desvendar o universo narrativo do objeto midiático que cultuam. Esses hábitos de cooperação online corroboram com as teses de Henry Jenkis em *Cultura da Convergência* (2006) e Pierre Levy em *Cibercultura* (1999). Essas obras analisam os novos hábitos da cultura de fãs em meios virtuais, que é caracterizada pela cooperação entre indivíduos que almejam conhecer cada vez mais profundamente os universos narrativos e desvendar os mistérios que envolvem suas séries favoritas, filmes, programas de TV, etc. É nesse contexto da cultura de fãs em meios virtuais que buscamos compreender a recepção do anime *Naruto*.

*Naruto* é uma adaptação do mangá homônimo criado por Masashi Kishimoto em 1999, foi exibido pela primeira vez pelo canal japonês TV Tokyo em 3 de outubro de 2002. Até o presente momento foram produzidos 11 longas-metragens, sendo o primeiro de agosto de 2004 e o último de agosto de 2015. Também foram lançados 12OVA’s (Original Video Animation) ao longo dos 18 anos da franquia. No Brasil, o anime começou a ser exibido em 2007 pelos canais de televisão SBT e Cartoon Network

O mangá de Naruto, assim como a série animada, foi dividido em três partes. A primeira parte corresponde ao período em que o protagonista, Naruto Uzumaki, era uma criança e estava aprendendo a ser um ninja (ou *shinobi*). Essa fase é denominada *Naruto* (ou, como dizem os fãs, *Naruto Clássico*). A segunda parte é intitulada de *Naruto Shippuden* e conta as aventuras de Naruto Uzumaki durante a adolescência. A terceira fase narra a trajetória do filho do personagem Naruto Uzumaki, chamado Boruto Uzumaki. Essa última fase é denominada *Boruto: Naruto Next Generation.*

Dado a extensão da história, que tem mais de 18 anos, o universo narrativo de Naruto acabou se tornando deveras complexo, onde os personagens e os *plots* são largamente explorados no enredo da série. Consequentemente, o anime demanda do expectador um domínio razoável das regras implícitas no enredo, tal como conhecimentos acerca de técnicas ninjas, noções sobre a organização política e hierárquica do universo narrativo e memorização de eventos chaves que levaram a determinadas direções e tomadas de decisões importantes dentro da história. Assim, podemos entender o porquê do envolvimento dos *otakus* com esse tipo de produção ser tão intenso, pois demanda empenho e dedicação para que haja domínio satisfatório do universo narrativo. O sucesso comercial da franquia advém, em grande parte, dessa expertise que é adquirida pelos fãs da série, pois provoca expectativas e possibilita a elaboração de hipóteses sobre como se dará o desenvolvimento da história. Em outras palavras, o acompanhamento da série desperta curiosidades e desafios “teóricos” para os fãs, tais como: numa situação X, em que os personagens A e B se enfrentam, qual venceria? Entre determinados tipos de habilidades, quais são as superiores? Entre outros.

A trama da série *Naruto* gira em torno da trajetória do protagonista Naruto Uzumaki. O personagem vive numa vila de ninjas chamada Vila Oculta da Folha ou *Konohagakure,* em japonês. No começo da série, Naruto nos é apresentado com aproximadamente 10 anos de idade. Ele é um menino órfão e pobre que desconhece seus pais e suas origens (situação comovente, devido a importância do pertencimento a um clã nesse universo). Seu sobrenome é Uzumaki, oriundo de um clã que no passado foi muito influente e poderoso, devido a suas técnicas de selamento (*Fūinjutsu*) e ao grande vigor e energia (*Chakra*) de seus descendentes que eram líderes da Vila Oculta do Redemoinho (*Uzoshiogakure*) no País do Redemoinho. Esse povo, devido a sua força e capacidade militar, foi eliminado durante a Primeira Guerra Mundial Ninja, seus remanescentes se refugiaram em diferentes lugares do mundo, a maioria no País do Fogo, devido a uma antiga aliança com um dos clãs fundadores da Vila da Folha (capital do País do Fogo), os Senjus. Portanto, Naruto é um órfão que traz em seu nome os efeitos desagregadores da Guerra, bem como representa um passado quase esquecido de glória e prestígio de seu clã. Enquanto criança, Naruto Uzumaki pouco sabia sobre seu passado devido sua condição estigmatizada perante a vila, causando medo e repulsa pelo simples fato de existir

Naruto Uzumaki causa medo nos moradores da Vila da Folha porque carrega dentro de si uma das Bestas com Caudas. No universo da série existem nove Bestas com Caudas (Bijū), seres de imensa energia que são potencialmente capazes de eliminar vilas inteiras num piscar de olhos. Por isso causaram nos ninjas, além de medo, o interesse em manipulá-las com fins militares. Deter o controle de uma Besta significa, nesse contexto, respeito e poder perante outros povos. Todas as potências (grandes vilas ninjas) possuem Bestas com Caudas, por isso são dominantes e capazes de subjugar vilas menores ou desencadear guerras de proporções globais. A Vila Oculta da Folha detém a Raposa de Nove Caudas (ou *Kyuubi*), a Besta mais poderosa e temida desse mundo, que está selada dentro de Naruto Uzumaki. Consequentemente, o personagem tornou-se um sacrifício e uma arma de guerra, e por isso deverá aprender a dominar a besta afim de ser um ninja útil à Konohagakure (ou, somente, Konoha) e aterrorizar as potências inimigas. No entanto, devido a magnitude do poder da Kyuubi, tal responsabilidade implica grandes dificuldades e riscos, não só para Naruto, mas também para a Vila da Folha como um todo. Por isso, o personagem é estigmatizado por seus concidadãos, que receiam e desconfiam da capacidade do garoto em controlar o monstro, pois em momentos de fúria e descontrole a raposa pode se libertar e causar a morte daqueles que estiverem próximos. Cabe destacar, como plano de fundo, que a exclusão de Naruto e sua condição marginal durante a infância deve-se ao fato de no dia de seu nascimento, a Raposa de Nove Caudas ter destruído parte de Konohagakure. Porém, depois de controlada a fúria da Besta, ela foi aprisionada dentro de Naruto – um recém-nascido – pelo então Hokage[[38]](#footnote-38) Minato Namikaze. Naruto desconhece tal história, bem como a verdade daquele fatídico dia; também não sabe que dentro de si está aprisionado um monstro que houvera destruído a vila no passado.

Assim, Naruto passou sua primeira infância sendo repudiado pelos cidadãos de sua vila e, como que se rebelando contra sua condição marginal, comportava-se como um baderneiro, causando inúmeros problemas para a vida pública de Konoha, tudo para conseguir a atenção dos mais velhos, mesmo que fosse através da raiva. A situação começa a mudar a partir do momento em que passou a frequentar a Academia Ninja, lugar onde as crianças aprendem as habilidades necessárias à um shinobi, tornando-se assim integrantes de uma hierarquia militar, na qual o Kage é o ninja mais forte e líder da aldeia.

O maior sonho de Naruto é se tornar Hokage, ou seja, o Kage de Konoha. No entanto, Naruto apresenta diversas dificuldades de aprendizado na Academia Ninja. Por isso, foi caracterizado por seus colegas de academia como um sujeito medíocre com delírios de grandeza. Mas, através de muito esforço e treinos constantes, conseguiu se tornar tão poderoso quanto os melhores ninjas da aldeia, principalmente aqueles que dispunham de poderes de caráter hereditário, ou seja, transmitidos pelo sangue, que na série são chamados de *Kekkei Genkai* (técnica limitada à herança sanguínea). Desse modo, Naruto representa, durante toda sua trajetória, uma lição de mérito e perseverança, possibilitando que os espectadores se identificassem com a história de superação do herói.

Na medida em que superava os seus obstáculos, Naruto começava a provar que a descrença dos habitantes de Konoha foi injusta e efeito de um estigma sem sentido. Ao longo de sua jornada, Naruto faz diversos amigos e amigas, estabelecendo laços que tornavam a história cada vez mais intrigante e complexa. É importante salientar que na série as conquistas do herói são consequência da cooperação e estão submetidas ou orientadas por um imperativo moral: a preservação dos laços de amizade, mesmo que isso possa implicar em sacrifício pessoal, resultando na própria morte do sujeito. Assim, Naruto só lutou em razão desses laços, com o intuito de protegê-los. Tal fidelidade, oriunda de um espirito compassivo e receptivo para com os diferentes, tornou o personagem uma pessoa querida por todos que o conheciam, pois era capaz de promover reconciliações e acordos de paz. Desse modo, depois de passar por vários momentos de tensão e risco, não se tornou um assassino insensato, pois a morte do inimigo sempre foi o último recurso para ele. Por esse motivo, Naruto pode ser considerado uma espécie de antítese do mundo ninja representado na série. Portanto, o personagem era também um exemplo de virtude, representando um ideal de ética que fundamentará a concretização do seu sonho: tornar-se um Hokage.

A fidelidade para com os laços de *amizade* é uma característica central no desenvolvimento dessa história, não atoa foi levada a prova até o final pelo personagem Sasuke Uchiha, melhor amigo de Naruto e ao mesmo tempo foragido e inimigo de Konoha (Vila da Folha). Tal situação constituiu um revés no qual Naruto ficava entre o grupo de amigos da Vila da Folha e o seu antigo companheiro Sasuke, que foi tomado pelo desejo de vingança e destruição de Konoha. Soma-se a isso a promessa que Naruto fez à sua companheira de equipe, Sakura Haruno, quando ainda eram crianças, de que traria Sasuke de volta ao convívio do grupo a qualquer custo.

Alguns aspectos como a violência, a importância dos treinos físicos, os combates e guerras, compõem as dimensões mais imediatas e perceptíveis do anime *Naruto*. A ambição dos shinobis em se tornarem cada vez mais fortes é um traço psicológico presente em diversos personagens da série, inclusive em Naruto. Muitas vezes, essa ambição é positivada pela necessidade de defesa pessoal e da coletividade. Desse modo, o contexto competitivo torna-se um condicionante para o desenvolvimento geral da história e consequentemente dos personagens.

Os ninjas, nesse contexto, são classificados de acordo com o nível de poder, de modo que o *shinobi* mais poderoso e respeitado ocupa o posto de Kage, ou seja, o chefe militar e mais alto representante político da vila. Abaixo do Kage estão os Jounnins, que são ninjas de elite que recebem as mais difíceis e perigosas missões. Ao lado dos Jounnins estão os ANBU (Ansatsu Senjutsu Tokushu Butai), esquadrão especial de assassinato e tática, e os Sennin, que são ninjas que dominam as “técnicas sábias”. Depois deles estão o Chunnins, ninjas intermediários, e os Gennins, ninjas iniciantes. Essa estrutura organizacional é comum em todas as grandes vilas shinobis do universo de Naruto, que estão dentro das cinco grandes nações, a dizer: País da Terra, País do Raio, País da Água, País do Vento e País do Fogo.

As aldeias *shinobis* movimentam suas economias prestando serviços como segurança pessoal, transporte de riquezas e informações, trabalhos comunitários, resgates, controle de incêndios e etc., e também estão envolvidas com atividades diretamente ligadas à Guerra como espionagem, assassinato, conspirações, tráfico de pessoas, etc. Portanto a riqueza de uma vila depende diretamente de seu poderio militar. Decorre dessa condição a importância de as vilas congregarem clãs poderosos através de alianças. A presença de clãs que possuem *Kekkei Genkai* implica vantagens táticas frente as vilas concorrentes, da mesma maneira são valorizados os clãs que desenvolvem técnicas secretas (*Hiden*), isto é, técnicas transmitidas de maneira tradicional aos descendentes do grupo. A título de exemplo, cabe citar a presença de eventos nos quais aldeias militarmente inferiores tentam capturar e sequestrar indivíduos portadores de *Kekkei Genkai*, com o intuito de apossar-se de seus segredos e poderes, pois as habilidades hereditárias são muito cobiçadas e constituem-se um lucrativo mercado negro. Portanto, a vida social do mundo ninja representado na série é economicamente determinada pela Guerra; os tratados de paz acabam sendo mais armistícios do que acordos de convívio pacífico ou de boa vizinhança. Considerando esse pano de fundo compreende-se a função do personagem Naruto bem como a mensagem de amizade por ele desempenhada.

Ao mesmo tempo que o protagonista constitui uma solução para os empasses e conflitos elaborados ao longo da trama, como se fosse a própria chave para paz e felicidade social daquele universo, também há o respeito para com a hierarquia e a função tradicional dos mais velhos, tais como pais, avós, professores da academia e outros superiores. Deve-se acrescentar que, por inevitabilidade, a estrutura social do universo de Naruto é organizada hierarquicamente e regida por um código rigoroso de honra e comprometimento pessoal para com as necessidades coletivas. Assim, o prestigio ambicionado pelo protagonista só poderá advir de sua persistência, da concretização de alianças e obtenção de amigos. Ou seja, de uma solução que não virá através da rebeldia, mas de acordos de honra e fraternidade que sejam feitos de maneiras diferentes, mesmo que através de condicionantes de ordem tradicional. A importância da identidade coletiva na formulação dos sonhos individuais, paralela a consciência da necessidade e de paz, determinam a mensagem basilar da história. Por isso, caberia indicar para futuras pesquisas em recepção audiovisual a maneira como são interpretados os ideais de equilíbrio e harmonia que se desdobram desse tipo de produção cultural.

**3.2 A internet e os espectadores brasileiros de *Naruto***

Para se entender o fenômeno da recepção da animação japonesa entre o público brasileiro de animes que vem desenvolvendo a cultura *otaku* na internet é de suma importância que algumas perguntas sejam respondidas, tais como: qual é o perfil do público de animes na internet? Quais são seus hábitos nos meios virtuais? Desde quando estão inseridos na cultura *otaku*? Quais são suas preferências estéticas? Guiados por essas indagações elaboramos um questionário que tinha a série Naruto como fio condutor das perguntas. Escolhemos esse anime, pois o mesmo vem obtendo um grande número de espectadores desde que começou a ser exibido na TV aberta e paga do Brasil.[[39]](#footnote-39)

O questionário foi divulgado em dois grupos de *Naruto* no *Facebook*: “NARUTO SHITPOSTING[[40]](#footnote-40)” (15.626 membros) e “Naruto BR [OFICIAL][[41]](#footnote-41)” (20.417 membros). Em uma semana[[42]](#footnote-42) 256 espectadores de todas as regiões do Brasil colaboraram com a pesquisa, possibilitando a obtenção de diversos dados quantitativos e qualitativos para a realização de nosso estudo. Começaremos analisando as informações demográficas para que tenhamos ciência a respeito do perfil desses espectadores de *Naruto* no Brasil.

GRÁFICO 1: Sexo dos espectadores de Naruto. GRÁFICO 2: Orientação sexual dos espectadores de Naruto.

GRÁFICO 3: Idade dos espectadores de Naruto.

Os dados contidos nesses três primeiros gráficos nos revelam que a maioria dos espectadores de *Naruto* são jovens de 17 a 22 anos do sexo masculino e heterossexuais. O resultado já era esperado tendo em vista que *Naruto* é um anime da categoria *shounen*, ou seja, voltado para o público jovem e masculino. No entanto, também é relevante a informação de que 41% do público seja feminino, indicando que, mesmo sendo um anime *shounen*, Naruto tem a capacidade de atingir os dois sexos quase equitativamente. Do mesmo modo, o Gráfico 2 nos mostra que a série é receptível a pessoas de diversas sexualidades, mesmo que seja assistido majoritariamente por heterossexuais (73%).

GRÁFICO 4: Estado civil dos espectadores de Naruto GRÁFICO 5: Quantidade de filhos dos espectadores de Naruto

GRÁFICO 6: Ocupação dos espectadores de Naruto entrevistados

GRÁFICO 7: Grau de escolaridade dos espectadores de Naruto entrevistados

As informações apresentadas acima estão em sintonia com o que nos foi revelado anteriormente pelo GRÁFICO 3, pois notamos que 95% são solteiros, ao passo que 96% não tem filhos. Esses fatores estão relacionados com a idade e grau de escolaridade dos entrevistados, pois a maioria ainda são estudantes (67,5%) de até 26 anos.

Os estudantes que estão cursando o ensino superior têm entre 18 e 26 anos e representam 61% dos entrevistados que pertencem a essa faixa etária. A porcentagem condiz com a atual realidade brasileira, pois uma recente pesquisa realizada pelo IBGE[[43]](#footnote-43) revela que “os estudantes de 18 a 24 anos que frequentam o ensino superior no Brasil somavam 58,5% do total de estudantes nessa faixa etária em 2014.”

Também podemos notar que as pessoas que utilizam a internet como recurso para se envolverem com o anime *Naruto* através de portais, blogs, comunidades, etc. estão nas regiões mais desenvolvidas do Brasil, como nos mostra os gráficos a seguir:

GRÁFICO 8: Regiões dos espectadores de Naruto entrevistados

GRÁFICO 9: Estados dos espectadores de Naruto entrevistados.

Por meio dos gráficos anteriores notamos que os espectadores entrevistados são residentes de 21 Estados de todas as regiões do Brasil, fato que nos possibilita fazer generalizações numa perspectiva nacional sobre a recepção da animação japonesa no Brasil através da internet – mesmo que a quantidade de entrevistados não seja tão numerosa para que sejam feitas afirmações conclusivas. Os gráficos anunciam que a grande maioria do público que utiliza a internet como mecanismo de acesso ao anime *Naruto* está localizado na região Sudeste e no Estado de São Paulo, dado condizente com o último relatório do IBGE[[44]](#footnote-44) sobre o acesso à rede no Brasil. No relatório o Sudeste aparece como a região que contém a maior concentração de pessoas com acesso à internet, estando bem à frente das regiões Sul e Nordeste que figuram em segunda e terceira posição respectivamente

A seguir serão apresentados os gráficos obtidos a partir de perguntas relativas ao anime *Naruto* especificamente. As questões foram elaboradas visando a compreensão da relação que se estabelece entre os espectadores e a série, pois é imprescindível que saibamos como se constitui a assistência desse anime que é um dos maiores representantes da animação japonesa no Brasil.

Ademais, ao utilizarmos o anime *Naruto* como fio condutor de nossas analises será possível obter conclusões que se estendam às experiências que os espectadores têm com outros animes, pois, a maior parte dos espectadores de Naruto também são fãs de outras séries animadas do Japão, como será mostrado posteriormente. A primeira pergunta intenta descobrir qual é a visão subjetiva dos entrevistados no que tange a própria posição enquanto espectadores do anime *Naruto*. A pergunta é:

GRÁFICO 10: Respostas da pergunta “Você é um(a) fã de Naruto?”

A informação de que 91% dos espectadores de Naruto se consideram fãs do anime é significativa, pois nos permite saber qual é o nível de afinidade estabelecida entre a série e o público brasileiro na medida em que o termo fã se refere ao apreço que os admiradores têm em relação ao seu objeto de culto dentro da cultura pop.

Cabe acrescentar que a palavra fã é oriunda de “*fan*”, uma abreviação de “*fanatic*”, que vem do latim “*fanaticus*”. Em relação ao termo, Henry Jenkins afirma que,

“*fanaticus*” simplesmente significa “Do ou pertencente ao templo, um servo do templo, um devoto”, mas rapidamente assumiu conotações mais negativas, “de pessoas inspiradas por ritos orgásticos e frenesi entusiástico” (*Dicionário Oxford de Latim*). Em sua evolução, o termo “fanático” mudou-se de uma referência a certas formas excessivas de crença religiosa e adoração para qualquer “entusiasmo excessivo e errôneo”, frequentemente evocado na oposição de crenças políticas, e então, mais geralmente, para loucuras “tais quais podem resultar da possessão de um demônio ou divindade” (*Dicionário Oxford de Inglês*)[[45]](#footnote-45). (JENKINS, 1992, p. 2, grifos do autor)

O Dicionário Michaelis *online[[46]](#footnote-46)* define fã como uma “pessoa entusiasta de um artista, seja de cinema, teatro, televisão, rádio, etc.”. É desse modo que o termo vem sendo utilizado para se referir aos admiradores da cultura pop atual – como é o caso do anime Naruto. E, assim como descreve Matt Hills (2002) em “*Fan cultures*”, o fã é

alguém que é obcecado por uma estrela, celebridade, filme, programa de TV, banda particular; alguém que sabe produzir uma enorme quantidade de informação sobre o objeto do fandom, e pode citar suas frases favoritas, letras, capítulos e versos. Fãs são frequentemente bem articulados. Fãs interpretam textos midiáticos numa variedade de formas interessantes e talvez inesperadas. E fãs participam em atividades comunais – não são ‘socialmente atomizados’ ou leitores/telespectadores isolados[[47]](#footnote-47).

Em sua explicação o autor cita o termo *fandom*, que significa reino dos fãs em inglês (*fan + kingdom*). Uma *fandom* é caracterizada por ser uma subcultura que interliga pessoas com os mesmos gostos e afinidades em torno de uma comunidade cooperativa e interpretativa. Nesse sentido podemos afirmar que os grupos no *Facebook,* onde foi divulgado o questionário que estamos analisando, são duas *fandons* de *Naruto*, pois reúnem pessoas que assistem ao anime em um espaço onde podem conversar e compartilhar conteúdos sobre a série.

Contudo, o termo fã pode ser considerado pejorativo por pessoas que não querem ser identificadas enquanto sujeitos obcecados por algo ou alguém, o que pode ter sido levado em consideração para que 9% dos entrevistados respondessem que não são fãs de *Naruto*, apesar de assistirem a série.

A próxima pergunta se refere à data em que os espectadores tiveram o primeiro contato com o anime: “Quando você começou a assistir Naruto? Cite a data aproximadamente.”. A partir das respostas dos 256 entrevistados foi possível obter uma média referente ao ano em que os fãs começaram a assistir o anime, que foi em 2009.

Quando perguntados sobre qual foi a plataforma em que assistiram o anime pela primeira vez o resultado foi:

GRÁFICO 11: Respostas da pergunta “Em qual plataforma você assistiu Naruto pela primeira vez? ”.

A emissora de TV aberta que exibiu *Naruto* foi o SBT, onde a série japonesa fez parte da grade infantil do canal de 2007 a 2011. E, ao associarmos o fato de a grande maioria dos espectadores (65,2%) ter assistido Naruto pela primeira vez na TV aberta com a data em que começaram a assistir o anime aproximadamente (2009), concluímos que a televisão foi a principal mídia de divulgação do anime e formadora da maior parte do público da série. Mas, isso não é algo surpreendente, pois outros animes que também têm uma grande base de espectadores brasileiros foram veiculados na TV aberta, assim como *Dragon Ball Z, Pokémon, Hunter X Hunter*, entre outros. Isso acontece porque a televisão ainda é a principal mídia de massas no Brasil que veicula conteúdos audiovisuais a quase todos os domicílios do país. Além do mais, o sucesso de público dos animes transmitidos pelos canais de TV é explicado pela decisão das emissoras em comprar os direitos de exibição das séries que já revelaram grande potencial de público no Japão e em outros países ocidentais, o que acaba sendo replicado no Brasil.

Portanto, é possível afirmar, através dos gráficos anteriores, que o anime Naruto atraiu um público formado por pré-adolescentes de 9 a 14 anos (público alvo dos animes *shonem*), pois a maioria dos espectadores atuais têm entre 17 e 22 anos e começou a assistir o anime pela TV aberta em torno de 2009 (quando era exibido pelo SBT).

Mas, apesar de a maioria dos fãs ter assistido o anime pela primeira vez na televisão, não foi nessa plataforma que acompanharam a maior parte da série. A informação pode ser conferida no gráfico abaixo:

GRÁFICO 12: Respostas sobre qual foi a plataforma que os espectadores acompanharam o anime Naruto

Atualmente, o principal meio pelo qual os fãs de animes acompanham as séries animadas são as plataformas gratuitas na internet. Alguns fatores nos ajudam a responder esse fenômeno: 1) o acesso à internet tem se expandido consideravelmente desde meados dos anos 2000, possibilitando que os brasileiros assistam as séries em plataformas virtuais; 2) os canais de televisão brasileiros (abertos e pagos) não transmitem mais tantos animes como outrora exibiam e 3) as emissoras exibem somente uma parte da história dos animes, ou seja, até o trecho em que os direitos de exibição foram adquiridos pelo canal, fato que leva os espectadores a terminarem de assistir o anime pela internet.

No presente momento[[48]](#footnote-48) os únicos canais de televisão atuantes no Brasil que exibem animes são: Rede Brasil, Tooncast e Cartoon Network. Na Rede Brasil são exibidos *Os Cavaleiros do Zodíaco, Dragon Ball Z, Street Fighter* e *Speed Racer* num programa chamado “Sessão Oriental”, que veicula esses animes que foram lançados nos anos 1990. Entretanto, mesmo que a Rede Brasil seja um canal de TV aberta, não atinge um número de telespectadores expressivos no Brasil. Já nos canais a cabo, Tooncast e Cartoon Network, são exibidos *Pokémon* e *Dragon Ball Super*. Conclui-se, portanto, que a quantidade de animes exibidos na televisão é bastante limitada e não atinge um público expressivo como as grandes emissoras brasileiras: Globo, SBT, Record, Band e Rede TV.

Por outro lado, as plataformas virtuais dispõem de uma vasta quantidade de animes em seus catálogos. Mas, primeiramente, é importante ressaltar que dentre as plataformas virtuais existem as gratuitas e aquelas que oferecem um serviço de entretenimento audiovisual por assinatura. Os mais conhecidos dentre os serviços por assinatura são o Crunchyroll[[49]](#footnote-49), especializado em animes e o Netflix[[50]](#footnote-50), que dispõe de todo tipo de conteúdo audiovisual. No Netflix há uma sessão reservada somente para animações japonesas, onde estão disponíveis 72 títulos. Já no Crunchyroll há cerca de 546 animes[[51]](#footnote-51), sendo que parte deles têm os episódios lançados na plataforma quase simultaneamente a exibição oficial que é feita pelos canais de televisão japoneses. De acordo com o site da plataforma, “a Crunchyroll é líder mundial em serviço de vídeo de Anime e mídias asiáticas” e “tem escritórios em São Francisco (Estados Unidos), Los Angeles e Tóquio e é integrante da Associação Japonesa de Animação (AJA). ”

A diferença entre os serviços por assinatura (Netflix e Crunchyroll) e as plataformas gratuitas é que as últimas não remuneram as produtoras que detém os direitos autorais pela exibição dos animes em seus portais, o que possibilita a disponibilização de um número muito maior de séries do que os serviços pagos. Um exemplo é o site *anitime.com[[52]](#footnote-52)* que tem cerca de 2160 animes disponíveis.

A existência de diversas plataformas de exibição abre espaço para diferentes experiências estéticas àqueles que assistem animes, pois, se na televisão a cópia do anime geralmente é exibida com dublagem em português, na internet a grande maioria dos animes são legendados. Ao perguntarmos para os fãs de Naruto se os mesmos assistiam o anime Naruto dublado ou legendado, o resultado foi o seguinte:

GRÁFICO 13: Respostas da pergunta “Você assistiu ou assiste Naruto dublado ou legendado”.

Os números acima já eram esperados, tendo em vista que a maior parte dos espectadores acompanhou o anime através de plataformas gratuitas na internet. Porém, na maioria das plataformas de exibição virtuais, tanto nas gratuitas como nas pagas, os fãs têm a possibilidade de optar pela versão legendada ou dublada do anime Naruto[[53]](#footnote-53).

O fato de 89% dos espectadores preferirem assistir o anime legendado pode ter dois motivos: 1) os sites só disponibilizam os episódios dublados depois de os mesmos serem exibidos por algum canal de TV, de modo que os espectadores que não querem esperar até que alguma emissora adquira os direitos de exibição e contrate o serviço de dublagem dos episódios acabam assistindo os animes legendados em plataformas virtuais; 2) ao optar por assistir o anime legendado, o fã, muitas vezes, está fazendo uma escolha estética, pois os animes legendados contam com a dublagem original em japonês e é uma maneira de os espectadores saberem como o roteiro se desenvolve de acordo com as singularidades da cultura japonesa. Um exemplo disso são os honoríficos japoneses que são mencionados pelos personagens quando se referem a outrem. Os honoríficos carregam um significado ligado a posição social do falante e da pessoa mencionada, característica muito presente nos animes que se perde nas dublagens para outros idiomas. Porém, existem diversos outros elementos da cultura japonesa nos animes, o que nos leva a próxima pergunta:

GRÁFICO 14: Respostadas da pergunta “Você costuma pesquisar na internet sobre os elementos contidos no anime Naruto que você não conhece? Exemplifique. ”

Apesar de a maioria das pessoas responderem que pesquisam sobre os elementos narrativos que não conhecem no anime Naruto, grande parte disse que não costuma pesquisar nada (30,8%). Contudo, o destaque são os 37,1% que disseram pesquisar coisas a respeito das profundidades do universo narrativo, circunstância que é analisada em um gráfico especifico que contém os elementos narrativos citados pelos espectadores.

GRÁFICO 15: Citações referentes as pesquisas que são feitas sobre o universo narrativo de Naruto na internet.

Entende-se como “profundidade narrativa” todos elementos que pertencem ao universo da série, mas que foram pouco explorados no enredo, fazendo com que os espectadores procurem por explicações mais completas em sites especializados no assunto, como é o caso da *Wiki Naruto,* citada anteriormente.

No gráfico acima vemos que um dos itens mais pesquisados sobre o universo narrativo de Naruto são as profundidades a respeito dos personagens. Nessas pesquisas estão incluídas a história completa do personagem, poderes que o mesmo utiliza, nível de força comparado a outros personagens, curiosidades, objetivos, etc. Geralmente essas informações referentes às características dos personagens, acrescentadas pelos fãs nas wikis, estão presentes no *Data book*[[54]](#footnote-54) oficial da série que é escrito pelo autor do mangá.

Algumas pesquisas também são referentes às profundidades da história do anime, tais como eventos que aconteceram em episódios anteriores que os fãs não se recordam, ou mesmo informações que nunca apareceram no enredo da série, mas que estão presentes na bíblia[[55]](#footnote-55) do anime, como a ancestralidade e a árvore genealógica de determinados personagens.

Também são comuns pesquisas relacionadas aos objetos que têm importância narrativa para o entendimento da série. Os objetos mais importantes do anime Naruto são as ferramentas ninjas utilizadas em batalhas, pois, dependendo da ferramenta que um ninja utiliza, poderes especiais podem ser invocados, acarretando numa vantagem de combate perante o inimigo.

As teorias também são assuntos bastante buscados pelos espectadores, pois, através de um apanhado de informações a respeito da série, os fãs tentam prever o que será revelado pelo enredo nos próximos episódios. A criação dessas teorias pode ser considerada uma atividade lúdica que os fãs praticam em suas *fandons* ou publicam em seus blogs pessoais. Vale destacar que esse tipo de atividade desenvolvida por fãs é um comportamento que pode ser encontrado em fãs de diversos outros conteúdos da cultura pop, desde pessoas aficionadas por animes até àqueles que amam Star Wars.

Um exemplo das atividades lúdicas praticas pelos fãs em suas comunidades online é mencionado por Henry Jenkins em *A Cultura da Convergência* (2008), onde o autor discorre a respeito da decepção que os fãs da série *Twin Peaks* tinham com o andamento do enredo:

Enquanto os críticos reclamavam que *Twin Peaks* estava tão complicada a ponto de se tornar quase incompreensível à medida que a temporada avançava, as comunidades de fãs começavam a reclamar que a série estava se tornando previsível demais. A capacidade da comunidade de unir seus recursos coletivos trazia novas exigências para a série que nenhuma produção televisiva na época teria sido capaz de satisfazer. Para se manterem entretidos, começaram a criar teorias de conspiração e explicações mais interessantes, pois tinham muito mais profundidade do que qualquer coisa que pudesse ir ao ar. (2008, p. 64)

Na tabela[[56]](#footnote-56) abaixo estão descritos os outros elementos narrativos de Naruto que são bastante pesquisados pelos fãs de Naruto:

|  |  |
| --- | --- |
| **Jutsu** | Jutsu (術; literalmente significa "habilidades/técnicas") são as artes místicas que um ninja utiliza na batalha. Para usar uma técnica, o ninja precisará usar seu chakra, de modo a puxar e soltar as duas energias do chakra. Ao formar os selos de mão, o ninja pode manifestar a técnica desejada. Há três tipos básicos de técnicas: ninjutsu, genjutsu e taijutsu. E subcategorias como: fūinjutsu, juinjutsu e senjutsu. |
| **Clã** | Um clã (一族, Ichizoku; literalmente significa "família"), no sentido mais amplo do termo, refere-se a uma família ou grupo de ninjas que formam uma unidade básica de uma aldeia shinobi. A maioria desses clãs eram forças militares mercenárias que se estabeleceram, formando vilas shinobi. Ser membro de um clã é determinante para as relações de sangue e genética, que é vital no uso de Kekkei Genkai e técnicas secretas. |
| **Poderes oculares** | Os poderes oculares são denominados Dōjutsu (瞳術, "Técnicas Oculares"). O Dōjutsu é uma artimanha ninja obtida através de linhagem sanguínea de determinados clãs ou sujeitos, por isso não necessitam de Selos de Mão para serem ativados. Em sua maioria facilitam o uso de técnicas ou a utilização de defesas contra Taijutsu, Ninjutsu e Genjutsu, assim se torna mais fácil lutar contra a maioria de seus inimigos. |
| **Selos de mão** | Os selos de mão são usados para realizar ninjutsu, genjutsu e outras artes secretas do taijutsu. A quantidade necessária de chakra para executar uma técnica é manipulada pelos selos de mão. Para cada técnica há diferentes sequências de infinitas combinações de selos, o que requer memorização. |
| **Kage** | Um Kage (影; literalmente significa "Sombra") é o líder de uma das cinco vilas ocultas mais poderosas e geralmente reconhecido como o mais poderoso ninja nas suas respectivas aldeias. Eles são conhecidos coletivamente como os Gokage (五影, Cinco Kage; literalmente significa "Cinco Sombras"). |
| **Kekkei genkai** | Kekkei genkai (血継限界; literalmente significa "uma técnica limitada a herança sanguínea") são habilidades passadas geneticamente em clãs específicos. É possível que um shinobi possua mais de uma dessas habilidades. Dōjutsu é um tipo de habilidade kekkei genkai usada pelos olhos, mas existem outras kekkei genkais usadas através do corpo, que incluem combinar simultaneamente um chakra elementar com outro, criando um tipo novo e único de chakra. |
| **Jinchūriki** | O Jinchūriki (人柱力; literalmente significa "Poder do Sacrifício Humano") são seres humanos que têm bestas com caudas seladas dentro deles. Eles exibem poderes extraordinários e, em alguns casos são mais poderosos que suas criaturas com caudas, porque eles têm a inteligência para usar os poderes das bestas de forma eficaz. |
| **Bestas com Caudas** | As Bestas com Caudas (尾獣, Bijū), são as nove gigantes titânicas dentro da série Naruto. Elas são diferenciadas pelo número de caudas que têm, que variam de um a nove. Os Bestas com Caudas são formas de chakra vivas, por vezes referidos como "Monstros de Chakra" (チャクラのバケモノ, Chakura no Bakemono), dando-lhes o poder que agora ajudam os shinobis em batalha. |
| **Chakra** | Chakra (チャクラ) é a energia essencial para a realização de técnicas ninjas. Ele é feito moldando a energia física (身体エネルギー, Shintai Enerugī) presente em cada célula do corpo e a energia espiritual (精神エネルギー, Seishin Enerugī) adquirida do exercício e da experiência. Por meio de métodos como os selos de mão, o chakra pode ser manipulado para criar efeitos como andar sobre a água, exalar fogo ou criar ilusões. |

Tabela 15: Glossário dos elementos presentes no universo do anime Naruto.

No GRÁFICO 14, percebemos que os espectadores também pesquisam sobre as lendas do folclore japonês, as comidas típicas do Japão, termos e expressões em japonês que desconhecem, história e estilo das artes marciais japonesas, entre outras referências à cultura japonesa contidas no anime Naruto. A partir desse tipo de pesquisa feita pelos fãs, podemos afirmar que os animes são um mecanismo de encontro cultural em que se defrontam o repertório tradicional japonês e o repertório cultural de espectadores de diversos outros países onde o anime circula. Desse modo, quando os fãs pesquisam sobre os elementos nipônicos referenciados nas animações japonesas, passam a conhecer uma cultura que talvez não tivessem conhecido sem o contato com os animes.

Assistir animes legendados também é uma forma de os fãs aprenderem, mesmo que minimamente, alguns aspectos do idioma japonês. O fundamento dessa afirmação é apresentado no gráfico seguinte, onde são incluídas as respostas da pergunta: “O anime Naruto te ensinou alguma coisa? Comente.”.

GRÁFICO 16: Citações dos ensinamentos que os espectadores de Naruto disseram ter aprendido com o anime.

Vemos que parte dos entrevistados disse que o anime foi um meio de aprender expressões e termos em japonês, assim como aprender sobre mitologia, costumes, lendas e a cultura do Japão, fatos que corroboram nossas colocações anteriores. Além do mais, quando os entrevistados foram questionados: “O anime Naruto é uma série que te fez conhecer melhor a cultura e história do Japão? ”, 80% responderam que sim.

Porém, os itens mais citados em relação ao que os espectadores aprenderam assistindo Naruto são instruções de cunho ético, moralizante e motivacional, tais como ensinamentos sobre o valor da amizade, fidelidade, perseverança, amar as pessoas próximas, acreditar em si mesmo, etc. Tais características fazem com que o protagonista, Naruto Uzumaki, seja o personagem mais querido pelos espectadores brasileiros, pois o mesmo transmite todas essas qualidades que o público brasileiro diz aprender assistindo ao anime. Contudo, outros personagens também dispõem desses atributos, levando os fãs a estimarem outros personagens da série, como se vê abaixo:

GRÁFICO 17: Os 10 personagens mais citados pelos entrevistados enquanto preferidos.

Para a elaboração do gráfico acima utilizamos um sistema de pontuação feito a partir do cruzamento dos dados de 3 perguntas: “qual é o seu personagem preferido de Naruto? Qual o seu segundo personagem preferido? Qual o seu terceiro personagem preferido? ”. O método utilizado foi o de contabilização da média ponderada do número de citações que cada personagem teve nas três perguntas.

Como já mencionamos, o personagem Naruto Uzumaki é o mais querido pelos fãs brasileiros, depois aparece Itachi Uchiha, em segundo lugar. Na trama do anime, Itachi é um ninja prodígio do clã Uchiha que, após se tornar um guerreiro de elite, passa a ser considerado um criminoso de alta periculosidade por ter assassinado todo o seu clã. Mas, no decorrer da história, é revelado que o personagem cometeu o horrível massacre com a intenção de proteger a Vila da Folha (Konoha) de uma conspiração do próprio clã Uchiha que pretendia executar um golpe militar para ter o controle político de Konoha. Após a consumação do massacre e ser considerado um criminoso, Itachi decidi desertar a Vila da Folha. Contudo, apesar de ser estigmatizado por todos seus concidadãos, ele continua protegendo Konoha secretamente ao se juntar a uma organização criminosa como espião.

A trajetória do personagem revela que ele era um grande ninja que sacrificou a sua reputação para salvar o irmão mais novo (único membro da família que não matou) e a Vila da Folha, mesmo que para isso tivesse que dizimar todo o seu clã. Itachi, portanto, tem diversos atributos apresentados no GRÁFICO 16, assim como a fidelidade, pois nunca traiu a Vila da Folha, e amor às pessoas próximas, pois sacrificou sua vida pelo irmão mais novo, fatores que explicam o motivo pelo qual os espectadores brasileiros o consideram um dos seus personagens favoritos. Além do mais, Itachi é um dos ninjas mais fortes do anime, característica bastante cultuada pelo público, como será visto posteriormente.

Os outros personagens citados também dispõem das qualidades/ensinamentos que os espectadores brasileiros disseram apreciar no anime *Naruto*. O personagem Rock Lee, por exemplo, é um ninja conhecido por ser perseverante e nunca desistir de seus objetivos; Minato Namikaze foi um líder shinobi que sacrificou sua vida para salvar a Vila da Folha da besta de nove caudas; Shikamaru Nara é um companheiro fiel e protetor das pessoas próximas, etc. Do mesmo modo, todos os personagens citados pelos entrevistados detêm as qualidades que os espectadores disseram aprender com o anime. Não obstante, todos os 10 personagens preferidos do público possuem alguma habilidade excepcional que os diferencia de outros personagens. A maioria deles tem algum vínculo afetivo com o protagonista da série, e 90% são homens. A única personagem feminina que aparece entre os dez personagens mais queridos é Sakura Haruno, companheira de equipe[[57]](#footnote-57) de Naruto Uzumaki, Sasuke Uchiha e Kakashi Hatake na trama.



Figura 11: Ilustrações dos 5 personagens mais citados como preferidos pelo público brasileiro em suas respectivas ordens da esquerda para direita. A caracterização dos personagens corresponde a saga *Naruto Shippuden*. Fonte: Google.com

Grande parte dos ensinamentos que foram mencionadas pelos entrevistados na pergunta “O anime Naruto te ensinou alguma coisa? ” estão relacionadas a um espirito coletivista e de ajuda mútua entre os indivíduos: companheirismo, ajudar os amigos, lealdade, amar as pessoas próximas, etc. Essas qualidades são aspectos ideológicos da cultura japonesa constituídos historicamente desde o período Yayoi (300 a.C. até 250 d.C.) em que a agricultura se expandiu no Japão e os vilarejos passaram a se fixar e criar modelos cooperativistas e coletivos de organização social (SAKURAI, 2007, p. 58), fazendo com que a cultura de valorização do grupo perante o individualismo se estendesse até os dias atuais, com maior preponderância nos períodos feudais – cabe ressaltar que no universo do anime Naruto a organização política social é uma referência a organização que havia no Japão feudal, pois, assim como no anime, a sociedade japonesa se organizava em torno dos clãs e de uma autoridade absoluta, que no caso do Japão antigo era o Imperador e no caso da Vila da Folha do anime *Naruto* é o Hokage[[58]](#footnote-58).

Porém, as ideias coletivistas foram se esgotando, principalmente, após a derrota do Japão na Segunda Grande Guerra, quando o Estados Unidos passou a influenciar intensamente na reconstrução da nação japonesa e na imposição de uma nova ideologia individualista voltada para o consumo. Célia Sakurai salienta que após a derrota do Japão na Segunda Guerra o *ethos* que vigorava no imaginário japonês

passa rápida e obrigatoriamente por uma redefinição, pois a ideologia dominante até então no Japão colocava todo os japoneses num círculo de proteção e de ideais comuns. E o processo de incorporação das mudanças na identidade nacional japonesa, dadas à circunstancias, foi extremamente penoso, tanto que hoje não se pode dizer que está concluído. (2007, p. 204)

Como afirma Sakurai, não se pode dizer que o processo de incorporação da ideologia capitalista ocidental está concluído no Japão. Nesse sentido os animes corroboram com a afirmação da autora, pois diversos costumes tradicionais japoneses são referenciados nos animes de maneira positiva, como em *Naruto, One Piece, Os Cavaleiros do Zodíaco, Shingeki no Kyojin,* entre outros, em que os ideais da coletividade são veementemente destacados como meio para se atingir o bem comum e a única forma de se derrotar os inimigos. Poderíamos dizer também, sem a pretensão de sermos conclusivos, que esses ideários são universais na medida em que os brasileiros afirmam que essas características estão entre as principais coisas que aprenderam com a série *Naruto*, mas que estão presentes na maioria dos animes *shonem* (os mais assistidos), e também pelo fato de os animes fazerem sucesso em todas as partes do mundo, como é o caso de *Naruto*. E, como afirma Quise Gonçalves Brito (2013, p. 126) “o Japão é provedor de 60% de todas as animações exibidas globalmente, o que confirma, numericamente, a visibilidade de que gozam as animações japonesas na atualidade e a hegemonia conquistada em seu segmento”. Ademais, as animações japonesas são o tipo de audiovisual mais exportado pelo Japão e um dos grandes ícones da cultura pop mundial.

É possível dizer que os animes, por incluírem diversos elementos culturais japoneses em suas narrativas, são uma maneira de o Japão expandir sua cultura para diversas partes do mundo, pois diversos animes são exibidos em canais de TV de vários países ao mesmo tempo que circulam clandestinamente em plataformas virtuais. Por conseguinte, a presença dos animes em diferentes países abre possibilidades para que espectadores não japoneses passem a admirar a cultura japonesa tanto quanto as próprias animações. Tal alegação se confirma através do gráfico a seguir:

GRÁFICO 18: Respostas da pergunta “você é um admirador/fã de animes   
 e da cultura japonesa? ”

Como bem já vimos no GRÁFICO 14, o anime Naruto foi um mecanismo incentivador para que os espectadores brasileiros passassem a pesquisar assuntos relacionados ao Japão: mitologias, lendas, artes marciais, expressões, religião, comidas típicas, história, cultura, etc. Os animes são, portanto, uma forma de a cultura nipônica se expandir pelo mundo, podendo ser considerado um recurso de *softpower[[59]](#footnote-59)*.

Consequentemente, as animações japonesas também são produtos de exportação que acabam gerando receitas bilionárias para os estúdios japoneses de animação. Porém, Gonçalves Brito (2013) nos explica que os estúdios têm dificuldades para gerir o fluxo de demanda global por animes, o que os leva a focarem mais no mercado doméstico. Mas,

apesar dos percalços e do foco no mercado interno, a indústria japonesa de animação tem conseguido manter a competitividade dos seus produtos fora de suas fronteiras. No entanto, essa competitividade não retorna como um benefício econômico relevante, posto que do total da receita obtida com a comercialização de animês (TV, cinema e DVD's), um mercado avaliado em 2 bilhões de dólares, apenas 10% provém das exportações, como destaca a pesquisa do Finpro/FinNode Japan, de 2010. Essa discrepância indica a ineficiência das empresas japonesas em gerir uma demanda global para suas produções e explica, em parte, o desinteresse que muitos estúdios têm demonstrado com a exportação desses conteúdos. (BRITO, 2013, p. 143-144)

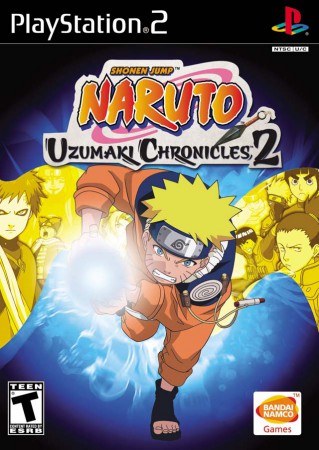
No entanto, as animações japonesas têm garantido um número considerável de espectadores no Ocidente. Isso se deve, em grande parte, ao fato de serem compartilhadas em plataformas virtuais de maneira gratuita, pois, assim como vimos no GRÁFICO 12, a maioria do público atual acompanha as séries através desses meios. Nesse contexto, a série Naruto é um dos melhores exemplos do êxito que as animações japonesas vêm obtendo no Brasil através da internet.

Ao falarmos de plataformas virtuais, é pertinente lembrar que na página inicial de alguns portais exibidores de animes são incluídos um *ranking* das séries mais assistidas pelos visitantes dos sites. Nos 13 sites[[60]](#footnote-60) pesquisados, o anime Naruto (tanto *Naruto Clássico*, como *Naruto Shippuden* e *Boruto*) sempre aparece entre os 5 primeiros colocados do *ranking*. Em razão disso, as seguintes perguntas se tornam pertinentes: por que Naruto tem feito tanto sucesso no Brasil? Quais são as características que mais atraem o público brasileiro desse anime? ” Tais indagações foram direcionadas aos 256 espectadores de Naruto que foram entrevistados para esta pesquisa.

GRÁFICO 19: características que foram citadas pelos entrevistados a respeito das características de Naruto que mais atraem os espectadores.

Algumas das características citadas pelos entrevistados já haviam sido mencionadas em perguntas anteriores sobre o anime Naruto, tais como o fato de a série ter sido exibida pela TV aberta com dublagem, a transmissão de ensinamentos e mensagens positivas, a presença de personagens carismáticos e os elementos da cultura japonesa referenciadas no anime. Em contrapartida foram mencionadas outras características que nos permitem elaborar um panorama das preferências estéticas do público brasileiro de animes, tais como: lutas bem trabalhadas, magias e temática ninja. Esses aspectos indicam que a inclusão de batalhas com superpoderes em meio a um universo exótico são elementos que cativam o público fã de animes, como é o caso de Naruto, onde há a inclusão de diversas batalhas entre ninjas que utilizam as técnicas chamadas *jutsus*. Os gêneros narrativos também foram mencionados enquanto elementos constituintes do anime Naruto que atraem o público brasileiro. Os gêneros citados foram: humor, aventura, romance e ação.

Lembremos que todas essas características supracitadas estão presentes, em geral, nos animes *shonem*, como *One Piece, Dragon Ball, Full Metal Alchemist*, etc. Todavia, nos chama a atenção o fato de os espectadores afirmarem que a venda de licenciados também seja um atrativo para que uma parte do público brasileiro comece a assistir o anime *Naruto*, pois o mais comum é que aconteça o inverso: a boa receptividade de algum anime torna-se um elemento catalisador da venda de produtos licenciados. Nesse sentido, a venda de bonecos de *Os Cavaleiros do Zodíaco* nos anos 1990 no Brasil foi um caso exemplar da equação: sucesso do anime = boa venda de licenciados. Entretanto, como foi demonstrado através das respostas dos espectadores entrevistados, os produtos licenciados também podem ser as primeiras mídias pelas quais o público têm contato com a história e estética/design do anime, podendo levá-los a assistir a série. Nessa perspectiva os jogos de videogame e *cardgame* são exemplos de licenciados onde são apresentados, de forma lúdica, a estética, os personagens, a temática e o universo do anime associado ao jogo.

 Figura 12: Capa do jogo “Naruto Uzumaki Figura 13: C*ardgame* do anime Naruto Chronicles” para Playstation 2.

No GRÁFICO 19 foi mencionado outro item curioso: a nostalgia. Esse item demonstra que o sentimentalismo também pode ser um fator para que os espectadores permaneçam assistindo *Naruto*, pois vimos anteriormente que a maior parte dos espectadores da série têm entre 17 e 22 anos e que começaram a assistir o anime em torno de 2009, quando tinham entre 9 e 14 anos. Do mesmo modo, a maior parte dos espectadores disse que está acompanhando *Boruto: Naruto Next Generation* (2017), ou seja, a continuação das séries *Naruto* (2002) e *Naruto Shippuden* (2007).

GRÁFICO 20: Respostas da pergunta “Você acompanhou todas as sagas de Naruto (clássico, Shippuden e Boruto)? ”

Logo, se os fãs disseram que a nostalgia é um dos motivos que os incentiva continuarem assistindo a série *Naruto* por bastante tempo (desde 2009 até 2017) poderíamos afirmar, considerando o tempo que os espectadores disseram que estão acompanhando a franquia *Naruto*, que a assistência do anime é um hábito que os fãs têm praticado desde a infância, fato que possibilitou a criação de laços afetivos entre os espectadores e a franquia *Naruto*. O mesmo fenômeno pode ser estendido a outros animes, como será demonstrado adiante.

A constituição de um panorama mais geral no que concerne a recepção da animação japonesa no Brasil através da internet necessita que saibamos quais os tipos de animes tendem a ser mais assistidos pelos espectadores brasileiros e por quê. Em razão disso as seguintes perguntas foram feitas aos entrevistados “você assiste ou assistiu outros animes além de Naruto? Cite os que você mais gosta ” e “qual anime você mais gosta? Por quê? ”

GRÁFICO 21: Os 35 animes mais citados pelos espectadores de Naruto na pergunta “quais animes você assiste ou assistiu além de Naruto? ”

No gráfico acima estão elencados os 35 animes mais citados dentre aqueles que os espectadores disseram assistir ou já assistiram além de *Naruto*. Na mesma questão, somente 9 pessoas de 256 disseram que não assistem outros animes além de Naruto, demonstrando que são poucas as pessoas que assistem ou assistiram somente a um anime. Portanto, deduzimos que se o número de pessoas que assiste a apena um anime fosse maior, essa informação estaria em nosso levantamento, tendo em vista que *Naruto* é o anime mais assistido atualmente, dividindo a posição com *Dragon Ball Super*.

Outro dado relevante é que 51,4% dos 35 animes mais citados foram exibidos em algum canal de TV aberta ou paga no Brasil, revelando que a televisão foi uma grande formadora de público de animes até a alguns anos atrás, pois o último anime lançado em algum canal de TV aberta do Brasil – considerando os animes que foram citados no questionário – foi *Super Onze,* exibido na Rede TV, em 2010. Porém, esse quadro tende a mudar na medida que os canais de TV aberta estão deixando de exibir programas de desenhos animados e também porque a internet tem alcançado cada vez mais usuários no Brasil, permitindo que os animes sejam assistidos através de plataformas virtuais unicamente.

Abaixo estão os animes mais citados na pergunta “Qual anime você mais gosta? ”.

GRÁFICO 22: Os 13 animes mais citados dentre aqueles que os espectadores brasileiros mais gostam.

Como era de se esperar o anime mais citado foi o próprio *Naruto*, pois o questionário foi direcionado aos espectadores dessa série. Os outros animes que aparecem na lista de preferidos do público brasileiro são todas animações da categoria *shounen* e dispõem das qualidades desse segmento de animes; qualidades essas que foram novamente mencionadas nas respostas dadas sobre o motivo pelo qual os espectadores disseram gostar dos animes em questão:

GRÁFICO 23: Respostas dos espectadores em relação às características que mais gostam nos animes.

No gráfico acima são apresentadas diversas qualidades que os espectadores já haviam dito apreciar no anime *Naruto*, mas que voltaram a ser mencionadas a respeito de outros animes em geral, induzindo-nos a afirmar que determinadas características narrativas podem ser consideradas elementos de identificação universal (história bem construída, personagens carismáticos, ensinamentos éticos e morais, fraternidade, batalhas, humor, perseverança, etc.), principalmente quando estamos falando em animes. Portanto, é a inclusão dessas características que garante o sucesso comercial das séries animadas japonesas, assim como acontece com as séries apresentadas no GRÁFICO 22.

Quando os entrevistados foram questionados sobre o porquê de classificarem determinados animes como preferidos, grande parte das respostas estavam associadas ao sentimento da ‘nostalgia’, que aparece em segunda posição no GRÁFICO 23. Porém, a nostalgia não é uma qualidade inerente dos animes, mas, sim, um sentimento que emerge da relação anime - espectador. O sentimento nostálgico é tão potente quando se trata de conteúdos midiáticos e histórias serializadas que um dos maiores canais brasileiros no Youtube é o “Canal Nostalgia”, que tem 10.428.335 inscritos[[61]](#footnote-61). A produção de conteúdo desse canal é voltada à diversas temáticas da indústria cultural que eram populares nos anos 1990 e 2000, principalmente os programas de TV infantis da época. Na descrição pública do canal consta a simples frase: “Porque reviver coisas da infância é legal pra cacete![[62]](#footnote-62) ”

Para os fãs, a trilha sonora também é um elemento importante na composição dos animes. As músicas de abertura e encerramentos dos episódios são os componentes principais da trilha sonora e do anime como um todo, pois são os únicos elementos contínuos dos animes, ou seja, que ocorrem em todos os episódios de uma temporada, proporcionando a associação entre uma música[[63]](#footnote-63) e um anime específico.

Na cultura *otaku* essas músicas são denominadas *anime songs* e são muito importantes para a experiência que os fãs têm com as séries, pois permitem que os espectadores apreciem, memorizem e até mesmo cantem as músicas no momento em que estão assistindo o anime. Os *anime songs* também marcam presença nos eventos e convenções de anime, de modo que quando são tocadas, os fãs podem cantar e dançar com outros fãs e relembrar as experiências que tiveram ao assistir alguma série. Outra atividade associada aos *anime songs* que acontece em diversas convenções de animes é o *animekê*, palavra derivada da junção de *Anime* + *Karaokê*. No *animekê*, qualquer pessoa que esteja frequentando o evento pode se apresentar ao público, cantando as músicas dos animes preferidos em um karaokê.

Outro item que consta no último gráfico como uma característica atraente das animações japonesas é o ‘realismo narrativo’. Em consonância com a resposta dos espectadores, poderíamos afirmar que a transmissão de emoções é a principal qualidade realista dos animes. A representação de emoções é uma característica tão importante que os japoneses, em favor da transmissão de emoções, costumam abrir mão do realismo estético visual, distorcendo as formas naturais antropomorfas dos personagens (Figuras X e Z). A característica dos olhos grandes talvez seja a mais marcante singularidade no que se refere as distorções antropomorfas dos animes, pois, segundo Moliné (2004), os olhos grandes facilitam, para os autores, a transmissão de emoções sinceras e psicologicamente profundas.

   
Figura 14: Personagem Sakura, do anime Figura 15: Personagem Luffy, protagonista do anime *One Piece* *Sakura Card Captor*. Fonte: Google.com Fonte: Google.com

Outra característica associada ao realismo nas animações japonesas é a construção e o desenvolvimento dos personagens, elaborado de maneira complexa e por um largo período de tempo, possibilitando que a identificação com os personagens seja maior do que nas animações ocidentais. Assim sendo, Monica L. Faria (2008) explica que

Além de serializadas, nas histórias dos animês e mangás o tempo não pára. Diferentemente dos desenhos e quadrinhos americanos, nos quais os heróis têm sempre a mesma idade e as histórias podem não se alterar com o tempo sendo até intermináveis, nas produções japonesas as histórias acabam (p. 8).

Nesse sentido, o protagonista Naruto Uzumaki é um icônico exemplo de personagem complexo e que demorou para ser construído. A história do personagem iniciou-se com o lançamento do primeiro episódio da mangá em 1999. Nessa época Naruto era uma criança que sofria muita discriminação dos habitantes de sua vila e seu maior sonho era se tornar Hokage, o ninja mais poderoso e respeitado da vila. Vários anos se passaram e a trajetória do personagem só foi se encerrar em 2014 com o lançamento do último episódio do mangá de *Naruto Shippuden*, quando o personagem já era um adulto e tinha conseguido realizar seus objetivos, tornando-se um grande herói.



Figura 16: Representação do desenvolvimento do personagem Naruto Uzumaki desde o início do mangá *Naruto* (1999) até a fase *Boruto: Naruto* *Next Generation* (2016). Fonte: Google.com

No que concerne ao realismo também podemos incluir a representação da violência nas animações japonesas, principalmente nos animes que são voltados para o público masculino. Sobre o assunto, Luyten nos lembra que

A violência parece já estar presente na tradição japonesa. A figura dos samurais, descrita pela literatura, emerge de um clima de lutas constantes, onde o que não faltava era sangue, cabeças rolando e corpos dilacerados pelas espadas (Luyten, 2000, p.56)

Mas, apesar de existir uma atmosfera violenta nos animes, o índice de criminalidade no Japão é baixíssimo e o porte de armas só é autorizado com justificativa legal. Essa disjunção entre ficção e realidade no contexto de produção cultural do Japão pode ser considerada incoerente para o público ocidental. Nesse sentido, Maffesoli (2005) aponta que, sob uma perspectiva cultural

Deve-se observar que o vivido em destaque nas artes-marciais vive-se em pontilhado na totalidade da vida japonesa: tudo é objeto de uma codificação precisa que o estrangeiro tem dificuldade para desembaraçar. É aí que se pode falar em paradigma pós-moderno em relação a essa sociedade: os códigos tecem as redes constitutivas do corpo social. (p.125)

Contudo, não é somente a codificação de signos ligados a violência que, na perspectiva ocidental, são componentes incongruentes com os costumes japoneses, pois, na linguagem e construção narrativa dos animes são incluídos diversos outros elementos que não correspondem à tradição cultural nipônica.

Nessa perspectiva, poderíamos dizer que a inclusão de elementos que não fazem parte do histórico cultural do Japão na construção dos animes é um tipo de hibridização (BORGES, 2008). Esse aspecto das animações japonesas é tratado por Patrícia M. Borges em *Traços ideogramáticos na linguagem dos animês,* onde a autora aborda as referências à cultura ocidental presentes nos mangás e animes:

A coexistência de elementos opostos se manifesta na valorização do Ocidente relacionado como sinônimo de modernidade para os japoneses, elegendo como modelo e aparência física das personagens o corpo ocidental. Assim a produção dos mangás e animes revela um processo semelhante dos outros segmentos da cultura japonesa, nos quais o espirito nipônico soube captar e filtrar aspectos de outros povos, para depois incorporá-los às necessidades e anseios nipônicos. (BORGES, 2008, p. 12)

Mas, para além dos elementos tecnológicos e da aparência física dos personagens das animações japonesas, também existem outras referências a elementos tradicionais da cultura ocidental incluídos na narrativa dos animes. O maior exemplo dessas ocorrências talvez seja o cristianismo que veementemente aparece no enredo dessas animações; as vezes figurando como elemento central da trama. Alguns animes que fazem referências ao cristianismo são: *Cowboy Bebop, Death Note, Hellsing, Trinity Blood, Samurai Champloo, Sakamichi no Apollon* e *One Piece*.

As religiões estão bastante presentes nas animações japonesas, e assim como nos é mostrado no GRÁFICO 23, as ‘referências às religiões’ são alguns dos elementos que o púbico brasileiro diz apreciar nos animes. O Xintoísmo e o Budismo, duas religiões tradicionais do Japão, constantemente aparecem no enredo das séries animadas. No anime *Naruto*, por exemplo, encontramos algumas alusões aos deuses xintoístas como *Izanami, Izanagi, Suzanoo* e *Amaterasu*. O nome desses deuses é utilizado para denominar as técnicas mais poderosas do clã Uchiha no universo da série.

Sobre as referências ao budismo nos animes é conveniente citar um dos mais poderosos personagens de *Os Cavaleiros do Zodíaco* que é o cavaleiro Shaka de Virgem. O nome Shaka é originário Shakyamuni, o fundador histórico do budismo. Shakyamuni era filho de Shuddhodana, rei de Shakya. Seu nome é composto de Shakya, o nome de sua tribo, e da adjetivação "amuni" que quer dizer sagrado ou sábio. Na série animada Shaka de Virgem passa grande parte do tempo meditando afim de elevar seu espírito, e as suas técnicas de luta fazem alusão a elementos da tradição budista.

O último item mencionado pelos espectadores enquanto um elemento atraente das animações japoneses são as ‘reflexões filosóficas’. O anime *Death Note*, que foi o mais citado dentre aqueles que os entrevistados disseram ter assistido além de *Naruto* (gráfico 21), é um bom exemplo de anime que incita os espectadores às reflexões filosóficas. Na série o protagonista, Light Yagami, é um estudante japonês que encontra um caderno sobrenatural chamado “*Death Note”*. O caderno permite que o seu portador mate qualquer pessoa ao escrever o nome da vítima nas páginas do caderno e visualizar mentalmente o rosto dela. Depois de aprender a utilizar o caderno, Light decide se tornar uma espécie de Deus justiceiro que mata os criminosos. Porém, no decorrer da trama as atitudes de Light passam a instigar algumas reflexões sobre de ética e moral: a decisão arbitrária pela morte de alguém é o melhor caminho para uma melhoria social? Quais são as razões sociais que levam as pessoas a se tornarem criminosas? Um garoto de colegial pode decidir sobre os rumos da vida de alguém? É saudável viver sob o espectro da constante vigilância, pensando que a qualquer momento você pode morrer por um descuido ético? Essas são algumas das reflexões incitadas pelo anime *Death Note*.

Contudo, mesmo que diversas características dos animes sejam atraentes para o público ocidental, a inclusão de diversos elementos narrativos que não fazem parte do repertório histórico cultural de um público não japonês pode ocasionar o surgimento de espaços vazios (ISER, 1996) durante o processo de interpretação que o espectador ocidental desenvolve ao assistir algum anime. O assunto será tratado no tópico seguinte.

**3.3 Ensaio sobre a recepção e o efeito estético dos animes em públicos ocidentais**

Investigar a recepção dos animes também é buscar compreender os meandros do encontro entre a obra e os espectadores, pois consequências estéticas estão implicadas nesse encontro. Por isso, as análises feitas no final desta pesquisa configuram-se como um ensaio analítico acerca da recepção e do efeito estético dos animes em espectadores brasileiros. As análises que serão feitas a seguir podem ser consideradas um ensaio porque não é possível que sejam feitas conclusões a respeito da experiência estética que os espectadores têm ao assistirem os animes. E, as conclusões não são possíveis porque a experiência que cada sujeito tem é uma experiência única que não pode ser qualificada, sendo mutável a depender do repertório histórico cultural de cada indivíduo. No entanto, algumas hipóteses mais generalizantes podem ser feitas sobre o assunto. Assim sendo, buscaremos entender, à luz da teoria da recepção literária, como acontece a recepção da animação japonesa entre o público brasileiro.

Os estudos de recepção foram muito importantes dentro do campo literário na medida que possibilitaram a formulação de métodos investigativos que permitiam esboçar a historicidade de obras literárias específicas, e também para se entender o efeito estético provocado por textos narrativos ficcionais em diferentes leitores. É esse segundo aspecto funcional da teoria da recepção literária que utilizaremos como ferramenta teórica para a análise do efeito estético provocado pela animação japonesa nos espectadores brasileiros. Os principais teóricos utilizados para a execução dessa análise serão Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser, integrantes da Escola da Constança, e Umberto Eco, semioticista italiano.

Ressaltamos que, apesar de o foco dos autores supracitados serem os estudos de recepção no campo da literatura, os conceitos elaborados pelos teóricos podem ser aplicados aos estudos de recepção audiovisual aqui realizados, pois os animes, assim como os textos literários, são objetos (item a ser interpretado) com potencial de provocar efeitos e significações que serão elaborados por um receptor (teor de subjetividade e geração de sentido). Desse modo, os estudos teóricos de recepção literária podem nos ajudar a compreender a recepção de conteúdos narrativos nipônicos em espectadores brasileiros. O estudo estará centrado na série *Naruto*, tendo em vista que é o anime com mais espectadores no Brasil, como demonstrado anteriormente. Ademais, as respostas dos 256 espectadores de *Naruto* que foram entrevistados nesta pesquisa também nos ajudarão a prosseguir com as análises acerca do efeito estético dos animes.

Para entendermos os pressupostos teóricos dos estudos de recepção literária é vital que comecemos por retomar as teses da Escola de Constança. As teorias dessa escola se iniciaram em 1967 com a aula inaugural de Hans Robert Jauss, intitulada *Was ist und zu welchem Ende studiert man Literaturgeschichte?* (O que é e com que finalidade se estuda História da Literatura?). Em 1969, Jauss publica o livro “A história da literatura como provocação à teoria literária”, onde articula as teses que foram apresentadas em sua palestra inaugural na Escola de Constança. Em sua proposta metodológica, o autor oferecia um novo tipo de abordagem para os estudos literários, pois as correntes teóricas que vigoravam na época, a formalista e a marxista, se focavam no estudo das obras unicamente, ignorando os leitores como polos geradores de sentidos dos textos. Percebendo isso, Jauss então propõe um deslocamento do centro dos estudos literários ao afirmar que o foco de análise deveria ser a recepção dos textos e a historicidade da interpretação de uma mesma obra em diferentes leitores de diferentes épocas:

Ambos os métodos, o formalista e o marxista, ignoram o leitor em seu papel genuíno, imprescindível tanto para o conhecimento estético quanto para o histórico: o papel do destinatário a quem, primordialmente, a obra literária visa. (JAUSS, 1994, p. 23)

Jauss também enfatiza que, ao longo do tempo, a recepção pode ocorrer de duas maneiras distintas. O primeiro tipo de recepção seria aquele que se concretiza entre a obra e seu público contemporâneo e o segundo diz respeito às leituras que são feitas em tempos posteriores a publicação da obra, revelando a historicidade da interpretação de um mesmo texto em diferentes leitores. Desse modo o autor afirma:

A aplicação, portanto, deve ter por finalidade comparar o efeito atual de uma obra de arte com o desenvolvimento histórico de sua experiência e formar o juízo estético, com base nas duas instâncias de efeito e recepção. (JAUSS, 2002, p. 70)

Tendo estabelecido que era de suma importância a investigação da relação estabelecida entre as obras e os diferentes leitores de diferentes épocas, o estudioso elabora o conceito ‘horizonte de expectativas’, originário da noção de “horizonte” proposta por Hans George Gadamer. O horizonte de expectativas, como explica Jauss, é parte integrante dos dois polos dialógicos (texto e leitor) e corresponde aos anseios, necessidades e projeções que tanto a obra como o leitor constroem a partir do repertório histórico-cultural que ambos possuem.

Assim sendo, Jauss afirma que a recuperação (ou elaboração) do horizonte de expectativas da recepção e da obra são etapas importantes para a formulação do juízo estético de uma obra ao longo dos tempos. Nesse processo metodológico, o delineamento do horizonte de expectativas da obra seria uma tarefa relativamente fácil, tendo em vista que é parte integrante do próprio texto e do seu contexto de surgimento. Porém, a elaboração do horizonte de expectativas da recepção seria uma tarefa mais difícil, e Jauss propunha que esse trabalho poderia ser realizado se fossem tomados o conjunto de críticas e comentários feitos sobre uma obra ao longo do tempo, resgatando assim sua historicidade.

O método presente na teoria estético-recepcional de Jauss requere que a análise histórica da recepção de uma obra seja dividida em dois eixos: o eixo sincrônico, correspondente a leitura contemporânea ao surgimento da obra (onde é mais provável que exista menor distância entre o horizonte de expectativas da obra e do leitor) e o eixo diacrônico, em que são resgatadas as críticas/comentários posteriores ao contexto de surgimento da obra, revelando o grau de importância e mutabilidade da mesma.

[...] a natureza eminentemente histórica da literatura se manifesta durante o processo de recepção e efeito de uma obra, isto é, quando esta se mostra apta à leitura. A relação dialógica entre o leitor e o texto – este é o fato primordial da história da literatura, e não o rol elaborado depois de concluídos os eventos artísticos de um período. A possibilidade de a obra se atualizar como resultado da leitura é o sintoma de que está viva; porém, como as leituras diferem de cada época, a obra mostra-se mutável, contraria à sua fixação numa essência sempre igual e alheia ao tempo. (JAUSS apud. ZILBERMAN, 1989, p. 33)

Ao ressaltar a importância dos aspectos diacrônico e sincrônico da leitura, Jauss pressupõe que leitores localizados em diferentes épocas têm diferentes horizontes de expectativas. Portanto, a interpretação e os significados dados a uma determinada obra em períodos distintos serão diferentes. Por conseguinte, a descoberta dos significados que uma obra adquiriu numa determinada época seria possível, como crê Jauss, se forem descobertas as perguntas para qual a obra foi uma resposta naquele tempo (quais eram os anseios e o imaginário da recepção da época?). Sobre esse jogo de perguntas e respostas estabelecidas entre o texto e os leitores é dito que:

[...] responde a necessidades do público com o qual dialoga, sem o que sua presença não se justifica. Assim, a reconstituição do horizonte de expectativas diante do qual foi criada e recebida uma obra possibilita chegar às perguntas a que respondeu, o que significa descobrir como o leitor da época pode percebê-la e compreendê-la, recuperando o processo de comunicação que se instalou. (JAUSS apud. ZILBERMAN, 1989, p. 36)

Ao tratar de estabelecer novos horizontes para a teoria literária, focando-se no estudo da recepção, o autor forneceu uma metodologia que abriu caminho à compreensão não somente da obra em si, mas também do efeito estético – tema trabalhado mais profundamente por outro teórico da Escola de Constança, Wolfgang Iser.

Não obstante, ao investigarmos a recepção dos animes no brasil é conveniente que utilizemos o conceito de horizonte de expectativa proposto por Jauss, pois é uma valiosa ferramenta analítica para desvendarmos os meandros do efeito estético provocado pelos animes nos espectadores brasileiros. E, assim como foi dito anteriormente, o horizonte de expectativas do sujeito e da obra dependem do repertório histórico cultural de ambos. Portanto, o horizonte de expectavas dos animes está intimamente ligado a história e cultura nipônica, ao passo que o horizonte de expectativas do público brasileiro está associado a história e cultura do Brasil. Tomando como base essa afirmação poderíamos supor que, devido às diferenças culturais, haverá ruídos na comunicação entre os anime e o público brasileiro. Mas, em contrapartida, sabemos que as animações japonesas têm logrado exitosos índices de audiência desde que chegaram o Brasil. A ocorrência desse fenômeno, aparentemente insólito, pode ser explicada pelos gráficos apresentadas no subcapítulo anterior (gráficos 19 e 23), onde são demonstradas as qualidades dos animes que mais atraem o público brasileiro. Analisando os gráficos percebemos que os animes contém algumas características que podem agradar diversos tipos de público, podendo ser consideradas universais, como: personagens carismáticos ou bem construídos, história bem desenvolvida, universo complexo, mensagens de perseverança, ensinamentos éticos, valorização da amizade, realismo narrativo, superpoderes, humor, design atraente, lutas bem trabalhadas, etc. Porém, os espectadores também mencionaram outras características que não fazem parte do repertório histórico cultural dos brasileiros: referências a mitologia japonesa, história do Japão, costumes japoneses, ninjas, etc. É estranho o fato de os espectadores terem mencionado essas características como atrativas, pois não fazem parte da tradição cultural brasileira. Portanto, cabe a pergunta: de que modo ocorre a interpretação dos brasileiros a respeitos dos elementos específicos da cultura nipônica?

Para nos ajudar a esclarecer essa questão é válido que recorramos a uma outra concepção teórica que foi abordada por Regina Zilberman em “Estética da recepção e história da literatura” que é o par de conceitos criados por Jauss: “fruição compreensiva (*verstehendes Geniessen*) e compreensão fruidora (*geniessendes Verstehen*), processos que ocorrem simultaneamente e que indicam que só se pode gostar do que se entende e compreender o que se aprecia”. Desse modo, torna-se apropriada a seguinte questão: como se processará a interpretação de um público não japonês em relação a alguns elementos que compõem a narrativa dos animes se os significados elaborados por esses espectadores não estiverem de acordo com os sentidos originais que esses elementos têm na cultura japonesa?

Poderíamos afirmar que se o público não japonês fosse capaz de associar os signos específicos da cultura nipônica presentes nos animes com os seus significados originais o entendimento global do anime seria outro, pois se houver associação entre os signos e os seus significados culturais a complexidade narrativa da obra pode aumentar, assim como as significações e representações possíveis durante a fruição/interpretação.

O anime *Naruto* é um bom exemplo de anime que contém diversos elementos da cultura tradicional japonesa, assim como as referências ao folclore japonês, a história e mitologia nipônica, entre outros. A título de exemplo, cabe mencionar que o “Conto do Galante Jiraiya”, o “Conto da Princesa Kaguya”, a “Lenda da Raposa de Nove Caudas” e a “Lenda de Son Goku” são alguns elementos tradicionais do folclore japonês que estão presentes em *Naruto*. Assim sendo, num primeiro momento a audiência brasileira terá dificuldades em associar esses elementos aos seus significados originais. No entanto, mesmo que esses signos culturais não façam parte do repertório de um espectador brasileiro, o anime pode ser considerado um mecanismo de estímulo ao aprendizado dos significados originais desses símbolos culturais, pois, como foi mostrado anteriormente, 69,1% dos expectadores brasileiros de Naruto disseram que costumam pesquisar sobre os elementos do anime *Naruto* que não conhecem (gráfico 14). Dentre os elementos que são mais pesquisados estão: lendas japonesas, divindades xintoístas, história e cultura do Japão, comidas típicas, significado do nome de personagens, etc.

Os espectadores também foram questionados se conheciam alguns dos elementos da cultura oriental presentes no anime Naruto:

GRÁFICO 24: Respostas dos espectadores para a pergunta “Você GRÁFICO 25: Respostas dos espectadores para a pergunta conhece o “Conto do Galante Jiraya” da mitologia japonesa? ” “Você conhece o “Conto da Princesa Kaguya” da mitologia

japonesa? ”

Gráfico 26: Respostas dos espectadores para a pergunta “Você GRÁFICO 27: Respostas dos espectadores para a pergunta conhece a lenda da “Kyubi no Kitsune” do folclore japonês? ” “Você conhece a "Lenda de Son Goku" da tradição japonesa? ”

Como pode ser constatado nos gráficos acima, grande parte do público diz conhecer os elementos da cultura oriental presentes no anime Naruto, revelando que os animes são importantes meios de difusão da cultura asiática, principalmente da tradição japonesa. Percebemos também que a lenda mais conhecida pelo público entrevistado é a “Lenda de Son Goku”, isso porque a lenda também está presente no anime *Dragon Ball*, que é tão conhecido quanto *Naruto* no Brasil. Aliás, o nome do protagonista de *Dragon Ball* também é Goku e, assim como na lenda, o personagem pode se transformar em macaco e possui grandes poderes mágicos.

Tendo em vista que *Naruto* é o nosso principal objeto de análise é importante que nos foquemos na “Lenda da Raposa de Nove Caudas”, pois o protagonista que dá nome à série carrega dentro de si essa raposa mitológica, permitindo que o personagem usufrua de uma grande quantidade de *chakra* (energia) para a realização de *jutsus* (técnicas) poderosos. Todavia, na história do anime a Raposa de Nove Caudas é um monstro terrível que já causou grandes desastres na Vila da Folha (onde o personagem Naruto reside), matando vários habitantes. Num dado momento, quando Naruto ainda era um recém-nascido, a temível raposa foi selada dentro de seu corpo pelos próprios pais, sendo que esses acabaram morrendo por um ataque da raposa. Por esse motivo Naruto Uzumaki cresce sem a presença dos pais e tendo que lidar com o ódio e negação da população por ser a criança que carrega o demônio raposa dentro de si. Essas circunstâncias fazem com que o sonho do protagonista seja se tornar o mais forte ninja e ser reconhecido por todos de sua vila. Tal objetivo permeia a vida do personagem durante toda a série e é um dos principais *leitmotiv’s* da história.

No Japão a Raposa de Nove Caudas é chamada de *Kyuubi no Kitsune* e, por ser uma importante entidade mitológica do folclore japonês, está representada em diversos animes como *Inuyasha, Yu Yu Hakusho, Love Hina, Pokémon*, etc. O termo *Kyuubi* significa nove caudas e *Kitsune*, espírito da raposa. A *Kyuubi no Kitsune* é uma raposa mágica da classe *Mononoke*, ou seja, espíritos animais que podem se transformar em seres humanos. Acredita-se que a inteligência dessa raposa pode superar a de qualquer ser humano comum e que gosta de pregar peças nas pessoas por diversão. De acordo com a lenda, essas raposas podem chegar a uma idade muito avançada e, a cada 100 anos, nasce uma nova cauda em seu corpo, tornando-a mais forte a cada cauda que se desenvolve. Quando chega aos 1000 anos alcança seu número máximo de caudas, nove, daí o nome *Kyuubi no Kitsune*. Mas, apesar das histórias negativas que caracterizam a raposa de nove caudas, no Japão ela é considerada um monstro místico sagrado, símbolo da ordem, sabedoria e prosperidade futura. Portanto, o signo da raposa carrega um arcabouço de significações transmitidas através da mitologia, de modo que a presença dessa figura nos animes terá um impacto no público nipônico diferente do público brasileiro.

Portanto, o signo da raposa carrega consigo significados mitológicos que oferecem indicações interpretativas para o público japonês. Mas, o que acontece no processo de geração de sentido de um público não japonês que se depara com a figura da raposa ao assistir o anime Naruto? Seria correto afirmar que para os espectadores brasileiros a inclusão da Raposa de Nove Caudas como uma entidade superpoderosa no enredo do anime é uma escolha aleatória? Se essa hipótese for considerada verdadeira, também havemos de considerar que uma audiência não japonesa estará incapacitada de fazer associações com os significados que estão implícitos no enredo das animações, e é possível que sejam dados sentidos errôneos, incompletos ou simplesmente diferentes daqueles que foram intencionados pelo autor.

Para nos ajudar a responder a essas questões, as teses de Vera Teixeira de Aguiar em “O verbal e o não verbal” e Umberto Eco em “Obra Aberta” são instrumentos valiosos. A primeira autora discorre em seu livro sobre os processos comunicativos, tanto os verbais como os não verbais, e retoma a tríade clássica da teoria da comunicação: emissor-mensagem-receptor. Ela também explica que a comunicação pode ocorrer de modo imediato ou mediato. O primeiro refere-se aquele tipo de comunicação com status de presença, ou seja, quando o emissor se encontra próximo do receptor e pode observar as reações causadas pela emissão das mensagens. O segundo, corresponde ao processo comunicativo em que o emissor não tem informações sobre quais são os efeitos causados no seu interlocutor, pois a comunicação acontece a distância e pode ser de dois tipos,

ou o emissor mantém uma troca de mensagens por telefone, e-mail, carta, de modo bastante dinâmico; ou seu receptor não é marcado, diluindo-se no tempo e no espaço como um público possível cujo retorno o autor muitas vezes não chega a conhecer ou percebe vagamente, sem um diálogo direto. (AGUIAR, 2004, p. 14)

Consequentemente, a recepção do público brasileiro de animes corresponde ao segundo tipo de comunicação mediata, pois o criador do anime (ou *mangaká[[64]](#footnote-64)*) não direciona o conteúdo da sua obra visando diretamente esse tipo de interlocutor, pois como vimos anteriormente a indústria de animação japonesa tem seu foco voltado para o mercado interno. Por isso, os espectadores brasileiros corresponderiam ao que a autora chama de “receptor diluído no tempo e no espaço como um público possível” não intencionado de antemão.

Vera T. Aguiar também menciona outros aspectos da comunicação que são as qualidades racionais e as afetivas. A linguagem verbal, na maioria das vezes, está ligada às construções lógicas da fala, e as linguagens não verbais, mais próximas das emoções. Porém, ela ressalta que as duas modalidades estão sempre em contato:

Levando em conta tais aspectos, percebemos que, na verdade, estamos diante de duas linguagens. Uma é objetiva, definidora, cerebral. Lógica e analítica, voltada para a razão, a ciência, a interpretação e a explicação. A outra é muito mais difícil de definir, porque é a linguagem das imagens, das metáforas e dos símbolos, expressa sempre em tonalidades que não se decompõem analiticamente. No primeiro caso, estão as palavras escritas ou faladas; no segundo, os gestos, a música, as cores, as formas, que se dão de modo global. (AGUIAR, 2004, p. 28)

Desse modo, poderíamos inferir que no processo comunicativo entre os animes e os espectadores brasileiros o aspecto mais facilmente apreensível é o da modalidade verbal. Nos animes a linguagem verbal corresponde as falas dos personagens e dos narradores. E, para que façam sentido dentro do enredo, tais falas devem ser construídas de maneira lógica, correspondendo a causas e consequências dentro da narrativa e indicando as intenções dos personagens. Portanto, no que concerne ao aspecto verbal, a audiência brasileira pode compreender o que se passa sem maiores dificuldades, exceto nos momentos em que os personagens citam referências do folclore japonês, costumes, ou palavras que não possuem tradução e os *fansubbers* optam por manter as formas originais das palavras. Em contrapartida, os elementos não verbais dos animes, ou seja, a linguagem das imagens, das metáforas, dos símbolos, das cores, dos gestos, etc., podem sofrer um esvaziamento de significados ou mesmo passar por um processo de ressignificação. Um exemplo dado por Vera Aguiar é: “se para nós, ocidentais, o vermelho pode significar poder (e o manto do papa é dessa cor), para algumas culturas africanas, ele está ligado ao luto, pois evoca luta, sangue, morte. ”

Sobre esse movimento de esvaziamento ou ressignificação durante o processo de comunicação ou experiência estética, Umberto Eco nos ajuda a compreender melhor quando explica, em “Obra Aberta”, a função referencial da linguagem:

Diante de uma expressão como “Aquele homem vem de Milão” realiza-se em nossa mente uma associação unívoca entre significante e significado: adjetivo, substantivo, verbo e complemento circunstancial de lugar, representado pela preposição “de” e pelo nome próprio da cidade, referem-se, cada um, a algo de bem definido ou a uma ação inequívoca. Isto não significa que a expressão em si possua todos os requisitos para significar abstratamente a situação que, de fato, significa quando a compreendo: a expressão é um puro coacervo de termos convencionais que, para serem compreendidos, pedem uma colaboração de minha parte, e exigem precisamente que eu faça convergir sobre cada termo uma soma de experiências passadas que me permitam esclarecer a experiência em processo. Bastaria que eu nunca tivesse ouvido pronunciar o termo Milão e desconhecesse que ele se refere a uma cidade, para que a comunicação que eu recebo resultasse infinitamente depauperada. (ECO, 1969, p. 75)

A partir desse trecho percebemos que, para que haja êxito no processo comunicativo, é necessário que exista uma base referencial comum entre o emissor da mensagem e o receptor, de modo que o receptor faça convergir sobre cada significante (verbal ou não verbal) uma soma de experiências passadas que permitam esclarecer a experiência estética em processo. Portanto, quando o público brasileiro entra em contato com um conteúdo audiovisual japonês, a base de referencialidade é a sua própria vivência, constituída historicamente num determinado contexto sociocultural. Desse modo os elementos comunicativos da linguagem dos animes, principalmente os não verbais, podem passar despercebidos ou serem ressignificados quando em contato com um público não japonês

E, se não existe uma base de referência comum entre os animes e os espectadores brasileiros, como são interpretados os símbolos e gestos japoneses presentes nos animes? Uma resposta possível para essa questão é que os signos japoneses presentes nos animes adquirem para o público ocidental a qualidade de “proposições com função sugestiva”, outro aspecto da linguagem tratada por Umberto Eco em sua exposição:

Examinemos agora a oração “*Aquele homem vem de Baçorá*”. Endereçada a um habitante do Iraque, ela teria, mais ou menos, o mesmo efeito da frase sobre Milão dita a um italiano. Dita a uma pessoa absolutamente ignorante, que desconheça por completo a geografia, poderá deixá-la indiferente, ou quando muito curiosa, perante este impreciso lugar de proveniência, ouvido pela primeira vez, que provoca em sua mente uma espécie de vácuo, um esquema referencial falho, um mosaico desfalcado de pedras. Dita enfim a uma terceira pessoa, a menção de Baçorá poderia despertar imediatamente a lembrança, não de um local geográfico determinado, mas de um lugar do fantástico, conhecido através da leitura de *As Mil e Uma Noites*. (1969, p. 77)

Como foi dito por Eco, a palavra “Baçorá” pode representar um referencial geográfico para os Iraquianos e um referencial fantástico para quem já leu *As Mil e Uma Noites*. Portanto, para essa segunda pessoa, se trataria de uma proposição sugestiva e não imediata, pois não tem relação pragmática com a vivencia da mesma. Considerando esses pressupostos, é possível dizer que a Raposa de Nove Caudas seria um signo sugestivo para um espectador japonês do anime *Naruto*, pois corresponde a um referencial mitológico. Entretanto, para uma pessoa ignorante a respeito do significado da raposa na cultura japonesa, o efeito causado seria de indiferença, 5 Na atualidade essa procura pode ser feita de modo bastante simples, visto que a principal janela de exibição dos animes é o computador com acesso à internet. Aliás, essa procura pelos significados originais realmente acontece como foi demonstrado pelas respostas dos espectadores de *Naruto* que foram entrevistados, onde 69,1% disseram pesquisar os elementos que não conhecem na trama de Naruto.

Ao dissertarmos a respeito do efeito estético provocado pelo signo da raposa presente no anime Naruto em diferentes espectadores (japoneses e não japoneses), estamos tratando do processo de constituição de sentido ou significação no momento da fruição. Sobre esse tema podemos citar algumas colocações de Wolfgang Iser, outro teórico da Escola de Constança, em “O ato da leitura”:

Se uma significação apreendida alcança sua significabilidade ou até sua legitimação através de sua relação com um padrão de referências extratextuais, então essa significação, enquanto resultado do texto, não pode mais ter um caráter estético. Pois a significação é referencial, ou seja, ela tem um caráter discursivo. O acontecimento do texto, ao invés, antes se apresenta, em face de seus resultados, como uma fonte da qual estes se originam. Por certo esse evento termina em um sentido constituído. Esse sentido tem em principio um caráter estético, porque significa a si mesmo; pois a partir dele advém algo ao mundo que antes nele não existia. (ISER, 1996, p. 54)

A análise feita por Iser sobre o processo de significação nos revela que o significado dado pelo fruidor no momento da experiência estética pode ser um novo discurso que antes não existia, pois, a maneira como o sujeito interpretou determinados estímulos não era previsto pelo autor e passou a existir a partir do contato do espectador com a obra. Portanto, o novo discurso é fruto do cruzamento do repertório da obra com o do fruidor. Por esse motivo, Iser também faz uma outra colocação sobre a função interpretativa: “em vez de decifrar o sentido, ela evidencia o potencial de sentido proporcionado pelo texto”, a partir dessa afirmação podemos concluir que mesmo que existam diversos elementos específicos da cultura japonesa nos animes esses signos poderão ser reinterpretados, proporcionando o surgimento de novos sentidos narrativos.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo de sua trajetória no Brasil os animes se tornaram os maiores representantes do audiovisual nipônico no país e conseguiram angariar uma legião de fãs em torno dessas séries animadas. O sucesso dos animes se iniciou nos anos 90, quando foram transmitidas algumas séries nos canais de televisão brasileiros, principalmente na TV Manchete. Contudo, a expansão do consumo de animes só foi acontecer em meados dos anos 2000 com o aumento do acesso do público brasileiro à internet. Nos meios virtuais os fãs de animes, ou *otakus*, encontraram um terreno fértil para criar comunidades, trocarem informações e compartilhar as séries animadas produzidas do outro lado do mundo. A construção desse cenário só foi possível mediante as possibilidades de compartilhamento de conteúdo no atual contexto da globalização em que as tecnologias da informação permitem que as comunicações aconteçam de maneira rápida entre diversos atores do mundo inteiro. Dessa maneira, abriu-se caminho para o estabelecimento de uma rede global *underground* em torno da cultura pop japonesa, principalmente dos animes e mangás. No entanto, apesar de fazerem parte da indústria de entretenimento, a rede *otaku* de sociabilidade virtual é construída e mantida pelos próprios fãs de animes espontaneamente e sem o intermédio do mercado.

Durante o período de pesquisa acerca da recepção da animação japonesa no Brasil através da internet foi possível a obtenção de informações relevantes sobre as consequências práticas da recepção de animes no país. Dentre as atividades praticadas pelos fãs de animes nos ambientes virtuais podemos citar a criação de blogs *otakus*, a produção de vídeos para o Youtube, os fóruns de discussão online, os grupos e páginas em redes sociais e a criação de histórias ficcionais extraoficiais, como é o caso das *fanfics*. Essas atividades, muitas vezes, se estendem a outras comunidades de fãs de outros conteúdos da indústria de entretenimento cultural, como os gamers, os amantes de Star Wars e de Harry Potter. Portanto, é notável que a animação japonesa, assim como outros conteúdos provenientes da indústria de entretenimento global, que esses conteúdos têm exercido grande influência na formação da identidade dos indivíduos que os consomem.

Desse modo podemos afirmar que o capitalismo, assim como nos primórdios da sociedade moderna, continua produzindo homogeneizações sociais, pois a indústria tende a criar tribos locais e globais – também chamadas de *fandom* (*fan + kingdom*) – em torno de produtos de entretenimento cultural. Nessas tribos os indivíduos passam a adquirir as mesmas preferencias estéticas, a consumir os mesmos produtos e a performatizar suas identidades de maneiras parecidas. Todas essas características performáticas e identitárias podem ser encontradas dentro da cultura *otaku*, uma subcultura que emerge nos países ocidentais em torno dos produtos oriundos da indústria japonesa de entretenimento. No entanto também é possível observar a existência de outras subculturas homogeneizantes que se constituem a partir de outros produtos culturais, como os que foram mencionados anteriormente. Tais constatações empíricas colidem com a noção de pós-modernismo reivindicada por algumas correntes de pensamento, pois não seria possível dizer que a modernidade, caracterizada pela produção industrial e venda de produtos padronizados para as grandes massas, foi superada, considerando que a mercado continua estabelecendo padrões sociais e criando subjetividades homogeneizantes através da indústria cultural.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AGUIAR, V. T*. O verbal e o não verbal*. São Paulo. UNESP, 2004.

BATISTELLA, Danielly. *Palavras e imagens: a transposição do mangá para o anime no Brasil*. Porto Alegre, 2014. 289f. Tese (Doutorado). Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

BELLAN, Marco. *A INOVAÇÃO DO AMV: O anime music video e suas relações com a pós-modernidade e a cibercultura*. São Caetano do Sul, 2012. 114f. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal De São Caetano Do Sul.

BORBA, Maria Antonieta Jordão de Oliveira*. Teoria do efeito estético*. Niterói: EdUFF, 2003.

BORGES, Patrícia M. *Traços Ideogramáticos na Linguagem dos Animês*. São Paulo: Via Lettera, 2008.

BRITO, Quise Gonçalves. *Animê como recurso de soft power: comunicação e cultura na situação de globalização*. Cuiabá, 2013. 187f. Dissertação (Mestrado). Instituto de Linguagens da Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá.

BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond*. Nova York: Peter Lang, 2008.

CARLOS, Giovana Santana. *O(s) fã(s) da cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil*. Curitiba, 2011. 197f. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba.

CAVALHEIRO, Renato de Faria. *Propaganda ideológica em mídia impressa: uma busca pela verdade acerca de possível influência do mangá japonês sobre a juventude brasileira*. São Paulo, 2009. 205p. Dissertação (Mestrado). Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo.

DE ABREU, Thiago Cosme. *Taketori monogatari: a obra e o discurso (pretensamente) amoroso*. 2016. 97f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2016.

ECO, Umberto. *Obra Aberta*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1969.

ELIAS, Herlander. *A Galáxia de Anime: A Animação Japonesa como New Media.* Covilhã, LabCom, 2012.

FARIA, Mônica Lima de. *História e narrativa das animações nipônicas: algumas características dos animês.* In: Actas de Diseño Nº5, Año III, Vol. 5, Buenos Aires, 2008.

GRAVETT, Paul. Mangá: *Como o Japão Reinventou os Quadrinhos*. Trad. Ederli Fortunato. São Paulo: Editora Conrad, 2006.

HALL, John Whitney. *The Cambridge History of Japan:* Early Modern Japan. New York: Cambridge University Press, 2006.

HILLS, Matt. *Fan Cultures*. Londres: Routledge, 2002.

ISER, Wolfgang. *O ato de leitura: uma teoria do efeito estético*. Tradução: Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1996, v. 1.

JAUSS, Hans Robert. *A história da literatura como provocação à teoria literária*. Trad. de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Ática, 1994.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture.* New York: New York University Press, 2006.

KAGUYA Hime. Disponível em: <www.nippo.com.br/historiadojapao/n084.php>. Acesso em: 11 de novembro de 2017.

KAWASAKI, Shimin Museum. *Nihon no manga 300 nen kaisetsu zuroku.*Kawasai: Kawasaki Shimin Museum, 1996.

LaMARRE, Thomas (2009). *Anime Machine: A Media Theory of Animation*.

Minnesota: University of Minnesota Press.

LIMA, Luiz Costa (Coord.). *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. Luiz Costa Lima (Trad.). 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LUYTEN, Sonia, M. Bibe. *Cultura pop japonesa: manga e anime*. São Paulo. Hedra, 2005.

LUYTEN, Sonia Bibe. *Mangá. O poder dos quadrinhos japoneses*. São Paulo: Hedra, 2000.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Editora Forense-Universitária, 2005.

MAFFESOLI, Michel. *A Transfiguração do Político – a tribalização do mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MATRIX, Sidneyeve. *The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends*. Jeunesse: Young People, Texts, Cultures, v. 6, n. 1, 2014, p. 119-138.

MOLINÉ, Alfonso. *O grande livro dos Mangás*. São Paulo: Editora JBC, 2004.

MONTE, Sandra. *A presença do animê na TV brasileira*. São Paulo: Ed. Laços, 2010.

NAGADO, Alexandre*. Almanaque da Cultura Pop Japonesa*. Via Lettera, 2007.

NAGADO, Alexandre. *O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal*. In:

LUYTEN, Sonia Bibe. (Org.) Cultura Pop Japonesa: mangá e animê. São Paulo: Hedra, 2005.

ORTIZ, Renato. *Mundialização da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RAPOSA de Nove Caudas, Kyuubi no Kitsune. Disponívl em: <http://culturajapao.com.br/tradicional/mitologia/raposa-de-9-caudas-kyuubi-no-kitsune/>. Acesso em: 4 de agosto de 2017.

THORN, Matt (2005). The History of Manga (2007) [www.mattthorn.com/

mangagaku/history.html] [http://web.mit.edu/sturkle/www/constructions.html]

SAKURAI, Célia. *Os Japoneses*. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

SAMPAIO, *Theano Neves. Construindo “Universos Alternativos”: Recepção e produção de sentido a partir das fanfictions*. In: Revista Novos Olhares - Vol.3 N.2, São Paulo, 2014.

SAITO, Cecilia Noriko Ito. *Cultura pop japonesa e as novas referências midiáticas: o fenômeno otaku e hikikomori*. REU, Sorocaba, SP, v. 38, n. 2, p. 249-260, dez. 2012

SANTOS, Diandra Souza. *Ali é o leste e Julieta é o Sol: Romeu e Julieta renascem em anime na Terra do Sol Nascente*. Salvador, 2015. 97f. Dissertação (Mestrado). Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

SATO, Cristiane A. *A cultura popular japonesa: animê*. In: LUYTEN, Sônia Maria Bibe. Cultura Pop Japonesa. São Paulo: Hedra, 2005. p. 27-42

SATO, Cristiane A. *Japop. O poder da cultura pop japonesa*. São Paulo: NSP Hakkosha, 2007.

SCHMALTZ NETO, Genis Frederico. *Paixões e traços míticos no discurso do animê: Uma nálise em Death Note*. Goiânia, 2013. 125f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás, Goiânia.

SCHODT, Frederik. *Mangá! Mangá! The World of Japanese comics*. Tóquio; Nova York: Kodasha Inter, 1988.

SILVA, Renata Prado. *Fansub e scanlation: caminhos da cultura pop japonesa de fã para fã via web*. XIV Intercom sudeste. 2009. Disponível em: <http://www.intercom. org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0145-1.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2010.

SOARES, Gabriel Theodoro. *Cosplay: Imagem, corpo, jogo*. São Paulo, 2006. 81f. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

URBANO, Krystal Cortez Luz. *Fãs, Cultura Otaku e o “consumo da experiência” dos animes no Brasil.* X POSCOM - Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, 2013.

URBANO, Krystal Cortez Luz. *Fansubbers em cena: mediação e distribuição de animês em tempos de globalização da cultura.* Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto – MG, 28 a 30/06/2012

Wiki Naruto. Disponível em: <<http://pt-br.naruto.wikia.com/wiki/Wiki_Naruto>>. Último aceso em 10 de dezembro de 2017.

ZILBERMAN, Regina*. Estética da recepção e história da literatura*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

**REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS**

PlayTV. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/PlayTV>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Introdução aos Cavaleiros do Zodíaco. Disponível em: <<https://www.cavzodiaco.com.br/informacoes/introducao-aos-cdz/emissoras-no-brasil>>. Último acesso em 11 de dezembro de 2017.

Os Cavaleiros do Zodíaco. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Os_Cavaleiros_do_Zod%C3%ADaco#Anime>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Nickelodeon exibe desenho Yu-Gi-Oh GX em março. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u58182.shtml>>. Último acesso em 15 de dezembro de 2017.

Exclusivo: FlashStar Lança Yu-Gi-Oh! 5D’s em DVD (AT). Disponível em: <<http://www.jbox.com.br/2013/09/25/exclusivo-flashstar-lanca-yu-gi-oh-5ds-em-dvd/>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Yu-Gi-Oh: PlayArte anuncia primeiras temporadas em DVD. Disponível em: <<http://anmtv.xpg.uol.com.br/yu-gi-oh-playarte-anuncia-primeiras-temporadas-em-dvd/>>. Último acesso em 11 de dezembro de 2017.

Dragon Ball Z. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Dragon_Ball_Z>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Animes que foram exibidos em uma ou mais emissoras de TV. Disponível em: <<https://animeportifolio.wordpress.com/anime/animes-que-foram-exibidos-em-uma-ou-mais-emissoras-de-tv/>>. Último acesso em 11 de dezembro de 2017.

Naruto Shippuden e One Piece estreiam no canal PLAY TV. Disponível em: <<https://redeblast.com/post/naruto-shippuden-e-one-piece-estreiam-no-canal-play-tv>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Toonami (Brasil). Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Toonami_(Brasil)> >. Último acesso em 15 de dezembro de 2017.

TV Diário transmite Pokémon a partir de segunda-feira (5). Disponível em: <<http://tvdiario.verdesmares.com.br/entretenimento/tv-e-cinema/tv-diario-transmite-pokemon-a-partir-de-segunda-feira-5-1.1610927>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Animação que mandou 600 crianças japonesas para o hospital estreia aqui em março. Record traz desenho polêmico. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv14029904.htm>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Primeira Temporada de Pokémon no Tooncast. Disponível em: <<http://www.jbox.com.br/2009/12/07/primeira-temporada-de-pokemon-no-tooncast/>>. Último acesso em 11 de dezembro de 2017.

Especialistas tentam explicar o sucesso dos desenhos japoneses entre as crianças; produções viram arma na guerra pela audiência entre as redes de TV. TV brasileira se rende a desenho nipônico. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv1607200019.htm>>. Último acesso em 15 de dezembro de 2017.

Digimon estreia com boa audiência. Disponível em: <<http://www.dgabc.com.br/Noticia/160624/digimon-estreia-com-boa-audiencia>>. Último acesso em 11 de dezembro de 2017.

Grade de programação dos canais de TV do primeiro semestre de 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1901200505.htm>>. Último acesso em 20 de novembro de 2017.

Entrevista: Márcio S. Reginnette, da CD & DVD Factory. Disponível em: <<http://www.jbox.com.br/2011/01/26/entrevista-marcio-s-reginnette-da-cd-dvd-factory/>>. Último acesso em 11 de dezembro de 2017.

**SITES PARA ASSISTIR ANIMES**

Portal "Anbient". Disponível em: <https://www.anbient.com/>. Último acesso: 12 de dezembro de 2017.

Portal "Animalog". Disponível em: <http://www.animalog.biz/>. Último acesso em: 11 de dezembro de 2017.

Portal "Animes Fusion". Disponível em: <http://www.animesfusion.org/> Último acesso em 7 de dezembro de 2017.

Portal "Anitime". Disponível em: <https://www.anitime.com.br/> Último acesso em 7 de dezembro de 2017.

Portal "Animes Onile BR". Disponível em: <http://www.animesonlinebr.com.br/>. Último acesso: 12 de dezembro de 2017.

Portal "Anime Kai". Disponível em: <http://www.animekai.info/>. Último acesso: 12 de dezembro de 2017.

Portal "Animes Online Q". Disponível em: <http://www.animesonlineq.net/>. Último acesso em: 11 de dezembro de 2017.

Portal "Anitube". Disponível em: <http://www.anitube.biz/>. Último acesso em: 11 de dezembro de 2017.

Portal "Animes Online Full". Disponível em: <http://www.animesonlinefull.com/> Último acesso em 7 de dezembro de 2017.

Portal "Assistindo Animes Online BR". Disponível em: <http://www.assistindoanimesonlinebr.com.br/> Último acesso em 7 de dezembro de 2017.

Portal "Dream Animes". Disponível em: <ttps://www.dreamanimes.com.br>. Último acesso: 12 de dezembro de 2017.

**CANAIS DE ANIMES NO YOUTBUBE**

Canal do Youtube “Gabi Xavier”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/gabielf/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Tobirama”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCqALj4HdIEWXodY-De7izqQ/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Safadão Z”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCHVyUpKj_TKt8sYO0GzA6UQ/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “GameWIN”. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/channel/UCJU3cIp74TE_4QZWLNpBuDg/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Dark AMVs”. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/user/DarkofAMVs/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Canal do Caveira Vlogger”. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/user/canalcaveiravlogger/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Animes Blast News”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCFHccS_Xv5wRA8rXg4OyKDg/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Fred | Anime Whatever”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/DepoimentosTube/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Bunka Pop”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCftNzwQtUCWOcSkRdEADS2g/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Anime United”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCsJTILBiwQ_51L2yN67ZGeQ/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “Vlog do Enel”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/TripulacaoOnePiece/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

Canal do Youtube “CANAL TOP 10 - ANIMES”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UC9-DGg10DyU0WrpxFd2Mjjw/videos>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017.

**GLOSSÁRIO**

**Aca-fã (*aca-fan*)**: termo criado por Henry Jenkins para designar a identidade mista de um pesquisador, ou seja, alguém que é ao mesmo tempo acadêmico e fã daquilo que estuda. Para o teórico, a declaração de um pesquisador como aca-fã é uma forma metodológica que visa uma melhor exploração do estudado.

***Anime Music Video* (*AMV*):** clipe musical montado por fãs a partir de cenas de animês com músicas de bandas orientais ou ocidentais.

***Anime songs* (ou *anisongs*):** músicas de animês. Conforme Alexandre Nagado (2007) também é um termo genérico para músicas de *live-actions* e de videogames, podendo ser trilha sonora ou não de audiovisual.

**Animê ou anime**: oriunda do inglês “*animation*”, a palavra japonesa designa animação no geral, porém é utilizada no exterior para se referir aos desenhos animados procedentes do Japão. Atualmente, algumas animações com uma estética aproximada a de animações nipônicas também são assim chamadas.

**Animencontro:** termo proposto por Carlos Machado (2009) para especificar as convenções de fãs da cultura pop japonesa.

**Card game:** jogo de cartas onde, como nos casos de Pokémon e Yu-Gi-Oh, as cartas representam criaturas com diferentes habilidades e fraquezas para serem postas em combate.

**Convenção:** reunião oficial de distribuidores de animes, garage kits, etc., freqüentada por otakus.

***Cosplay*:** vestir-se (e em alguns casos atuar, gesticular) como algum personagem. O termo vem do inglês “*costume*”, “fantasia”, e “*play*”, “brincadeira”.

**Cultura pop:** utilizada no decorrer desta pesquisa num sentido de cultura midiática, com características massivas, para não se confundir principalmente com cultura popular, a qual não necessita da mídia para existir e circular. (Mais detalhes na Introdução)

**Cultura pop japonesa:** expressão que passou a designar no Ocidente um conjunto de produtos/conteúdos midiáticos originários do Japão (como mangás e animês), associado a práticas realizadas pelo fandom (como *cosplay* e *scanlation*).

**Evento de anime:** termo comumente usado para as convenções de fãs.

***Fan fiction* (*fanfic*):** ficção escrita por fã com base em uma obra original ou em várias.

**Fandom:** refere-se ao grupo de fãs, como um coletivo.

***Fansub****:* comunidade de fãs dedicadas à tradução, legendagem e distribuição de animes na rede.

***Fansubbing*:** prática realizada por fãs de legendar audiovisuais. Divide-se em *harsub* e *softsub*.

***Fansubber*:** nome pelo qual é chamado quem realiza *fansubbing*.

***Fan Art*:** desenhos de personagens famosos oriundos de animes, mangás, games e demais produtos (não necessariamente japoneses) produzidos por fãs.

***Geek*:** um tipo de nerd voltado para tecnologias.

***Hentai*:** palavra japonesa que significa “anormal”, “pervertido”, sendo principalmente associada ao erótico e pornográfico.

**HQ:** abreviação de História em Quadrinhos.

***Live-action*:** trata-se de gravação/filmagem realizada com atores reais, em diferentes formatos de audiovisuais.

**Mangá:** palavra japonesa para histórias em quadrinhos. No Ocidente, passou a significar as HQs oriundas do Japão. Mais recentemente, os quadrinhos estrangeiros feitos com linguagem e estética nipônicas também passaram a ser chamados de mangá, como nos casos dos mangás coreanos e chineses, além dos mangás brasileiros.

***Mangaká*:** quadrinista, aquele que desenha e/ou escreve histórias em quadrinhos.

***Mecha*:** do inglês “*mechanical*”, diz respeito a enredos com robôs, ciborgues e/ou androides.

**Nerd:** descreve alguém, muitas vezes de forma negativa, com um conhecimento muito profundo a cerca de um tema, o que geralmente faz do mesmo ser visto como um desajustado social e apartado do considerado “normal”. Aqui é entendido quase como um sinônimo de fã, pois é comum ser conhecedor/seguidor de certos produtos midiáticos, principalmente da cultura pop. Possui diversas ramificações, como o *geek* e o *otaku*.

**Otaku:** no Japão, designa uma espécie de nerd, no pior dos sentidos, ou seja, alguém obcecado por algum hobby ou fã de algo/alguém, com problemas em se relacionar com o sexo oposto e com a sociedade, num sentido patológico. Nos últimos anos, o país vem adotando uma imagem melhor de otaku em resposta ao cenário internacional de consumo de sua cultura pop. No Ocidente, otaku tornou-se quase um sinônimo de fã de cultura pop japonesa.

**OVA:** um Original Video Animation é um anime feito diretamente para o mercado de vídeo (às vezes contém histórias alternativas e, por vezes, têm qualidade gráfica superior por não ser produzido em série).

***Quality Checker* (*QC*):** termo utilizado, principalmente, no *fansubbing*, e também no *scanlation*, trata-se do “verificador de qualidade”, ou seja, o revisor.

***Raw*:** do inglês, “cru”, descreve o material bruto que será trabalhado no processo de *scanlation*, ou seja, as páginas digitalizadas de uma história em quadrinhos.

***Raw Hunter*:** o *scanlator* que procura, ou “caça” (“*hunt*”), mangás digitalizados, os “*raw*”*.*

***Slash fiction*:** subgênero de *fan fiction*, no qual os personagens, oriundos de uma obra original, são narrados pelos fãs com foco em relações homoafetivas e/ou homoeróticas, geralmente, em contraposição à sua orientação sexual na versão oficial.

***Tokusatsu*:** abreviatura de “*tokushuu kouka satsuei*”, significa filmagem com efeitos especiais, sendo associado a filmes e seriados *live-actions* no Japão (NAGADO, 2007). No fandom de cultura pop japonesa ocidental, geralmente, é empregado para se referir a seriados como, por exemplo, “*Jaspion*”.

***Torrent* (ou *BitTorrent*):** é um sistema de download de arquivos P2P. A ideia básica é que quando um usuário procura por um arquivo, ele baixa "pedaços" do arquivo de outros usuários até que o arquivo fique completo.

1. *Tokusatsus* são filmes ou séries *live-action* de super-heróis produzidos no Japão com ênfase nos efeitos especiais e artes marciais. [↑](#footnote-ref-1)
2. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Anuario\_Estatistico\_do\_Cinema

   \_Brasileiro\_2014.pdf>. Último acesso: 01 de agosto de 2016. [↑](#footnote-ref-2)
3. Mais sobre o assunto em: VIEIRA, Renan. *Rede Manchete – um estudo de caso*. UNESP, 2009. [↑](#footnote-ref-3)
4. Dados do IBGE revelam o crescimento do acesso à internet em meados dos anos 2000 no Brasil. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppjts/000000129623051

   22013234016242127.pdf>. Último acesso: 30 de abril de 2016. [↑](#footnote-ref-4)
5. História em quadrinhos japonesas. Vale mencionar que quando um mangá alcança bastante sucesso comercial acabam sendo adaptados em séries animadas, ou animes. [↑](#footnote-ref-5)
6. Companhia japonesa fabricante de brinquedos e produtora de animações. [↑](#footnote-ref-6)
7. A autora se referia ao começo do século XX. [↑](#footnote-ref-7)
8. O Tokugawa bakufu foi uma ditadura feudal estabelecida no Japão em 1603 por Tokugawa Ieyasu e governada pelos xoguns da família Tokugawa até 1868. [↑](#footnote-ref-8)
9. É importante ressaltar que a estética dos *ukiyo-ê* já adiantava uma tendência que viria a ser conhecida no ocidente como Impressionismo. (LUYTEN, 2000) [↑](#footnote-ref-9)
10. A Era Tenpõ está situada no período Edo e foi criada para demarcar as catástrofes japonesas que aconteceram na época, como o incêndio que que alastrou a capital Edo e o terremoto que ocorreu em Kyoto. A palavra Tenpõ significa “Divina proteção imperial” (HALL, 2006). [↑](#footnote-ref-10)
11. Desenhista e roteirista de mangás. [↑](#footnote-ref-11)
12. Percebe-se o uso dessa técnica quando um personagem corre por um campo aberto, por exemplo, e vê-se que as árvores ao fundo são sempre iguais. Até então quadros por segundo eram postos nas câmeras produzidos individualmente, fotografando-se uma imagem desenhada repetidamente fazendo-se pequenas mudanças a um modelo; quando esses fotogramas são ligados entre si, o filme resultante é visto a uma velocidade de 16 ou mais imagens por segundo e há uma ilusão de movimento contínuo. (SCHMALTZ NETO, 2013) [↑](#footnote-ref-12)
13. Disponível em: <<http://dh.sdh.gov.br/download/resolucoes-conanda/res-163.pdf>>. Último acesso em 29 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-13)
14. O termo será explicado posteriormente. [↑](#footnote-ref-14)
15. O termo será explicado posteriormente. [↑](#footnote-ref-15)
16. Disponível em: <<https://www.netflix.com/>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-16)
17. Disponível em: < <http://www.crunchyroll.com/> >. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-17)
18. Os dados foram adquiridos em 13 portais exibidores de animes diferentes. O endereço dos sites consta na bibliografia. [↑](#footnote-ref-18)
19. Dados correspondente a dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-19)
20. Pesquisa realizada em dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-20)
21. Esse conceito tenta dar conta de uma realidade em que a palavra produção não é capaz de representar com precisão uma situação na qual os papéis de produtor e consumidor se confundem (BRUNS, 2008). [↑](#footnote-ref-21)
22. Disponível em: <<https://fanfiction.com.br/>>. Último acesso em 28 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-22)
23. Disponível em: <<https://onlyanimes.net/fanfics/>>. Último acesso em 28 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-23)
24. A palavra *podcast* é uma junção de “Pod” (Personal On Demand) com “broadcast” (radiodifusão) e consiste num arquivo de vídeo onde pessoas comentam algum assunto específico, funcionando quase como um programa de rádio. [↑](#footnote-ref-24)
25. Disponível em: <<http://www.intoxianime.com/>>. Último acesso em 28 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-25)
26. Apesar de utilizar a noção de “fãs consumidores” é importante lembrar que esses fãs não estão em posição exclusivamente passiva/consumistas, pois muitos deles interagem dentro das comunidades online com outros fãs, partilhando informações e estabelecendo laços de amizade virtual. [↑](#footnote-ref-26)
27. Produtores de conteúdo para o Youtube. [↑](#footnote-ref-27)
28. O Youtube tem um recurso chamado “inscrever”. Com esse recurso, sempre que o usuário acessar o Youtube terá ciência dos últimos vídeos divulgados nos canais inscritos. Ou seja, o usuário pode escolher quais conteúdos serão direcionados para ele. [↑](#footnote-ref-28)
29. Os links dos canais aqui mencionados constam na bibliografia. [↑](#footnote-ref-29)
30. Número referente a última semana de novembro de 2017. [↑](#footnote-ref-30)
31. Meme é um termo utilizado para descrever imagens, vídeos, gifs etc. humorístico que se espalham massivamente pela Internet [↑](#footnote-ref-31)
32. Disponível em: <<https://otakubfx.com.br/o-que-e-anime-crack-significado-e-origem/escola-otaku/>>. Último acesso em 28 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-32)
33. Termo usado para se referir à base de fãs de algum conteúdo da indústria cultural. [↑](#footnote-ref-33)
34. Um action figure (figura de ação) é uma figura plástica de um personagem de alguma história de ficção (geralmente animações) que pode mudar de posição, ou seja, movimentar braços pernas e outros membros. Os action figures são diferentes de bonecos estátuas, que são fixos e não possuem movimento. [↑](#footnote-ref-34)
35. Naruto configura-se como uma franquia midiática global. Além de atuar no ramo dos animes e mangás, Naruto também é uma marca difundida através de diversos outros produtos licenciados. [↑](#footnote-ref-35)
36. Dados do IBGE revelam o crescimento do acesso à internet em meados dos anos 2000 no Brasil. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppjts/0000001296

    2305122013234016242127.pdf>. Último acesso: 30 de abril de 2016. [↑](#footnote-ref-36)
37. Wiki é uma página da web que inclui documentos e informações a respeito de um tema específico, permitindo que os documentos sejam editados coletivamente com uma linguagem de marcação muito simples e eficaz, por meio da utilização de um navegador web. Uma wiki pode ser editada por qualquer pessoa que deseje alterar ou acrescentar alguma informação ao texto. [↑](#footnote-ref-37)
38. Ninja mais forte e líder da Vila Oculta da Folha. [↑](#footnote-ref-38)
39. Atualmente (dezembro de 2017) o anime não está sendo exibido por nenhuma emissora de TV do Brasil. Assim, concluímos que o público atual acompanha a série somente pelas plataformas virtuais. [↑](#footnote-ref-39)
40. Link: <https://www.facebook.com/groups/200183500476958/?ref=bookmarks> [↑](#footnote-ref-40)
41. Link: <https://www.facebook.com/groups/narutoshitpost/?ref=bookmarks> [↑](#footnote-ref-41)
42. O período em questão se refere a última semana do mês de novembro de 2017. [↑](#footnote-ref-42)
43. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-12/ensino-superior-avanca-25-pontos-percentuais-entre-jovens-estudantes-em-10>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-43)
44. Relatório do IBGE de 2015 sobre o acesso à internet no Brasil. Disponível em: <[ftp://ftp.ibge.gov.br/  
    Trabalho\_e\_Rendimento/Pesquisa\_Nacional\_por\_Amostra\_de\_Domicilios\_anual/2015/Sintese\_Indicadores/Indicadores/08tecnologia\_xls.zip](ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anual/2015/Sintese_Indicadores/Indicadores/08tecnologia_xls.zip)>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-44)
45. No original: “In its most literal sense, ‘fanaticus’ simply meant ‘Of or belonging to the temple, a temple servant, a devotee’ but it quickly assumed more negative connotations, ‘of persons inspired by orgiastic rites and enthusiastic frenzy’ (Oxford Latin Dictionary). As it evolved, the term ‘fanatic’ moved from a reference to certain excessive forms of religious belief and worship to any ‘excessive and mistaken enthusiasm’, often evoked in criticism to opposing political beliefs, and then, more generally, to madness ‘such as might result from possession by a deity or demon’ (Oxford English Dictionary)”. [↑](#footnote-ref-45)
46. Disponível em: < <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/f%C3%A3/>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-46)
47. No original: “*somebody who is obsessed with a particular star, celebrity, film, TV programme, band; somebody who can produce reams of information on their object of fandom, and can quote their favoured lines or lyrics, chapter and verse. Fans are often highly articulated. Fans interpret media texts in a variety of interesting and perhaps unexpected ways. And fans participate in communal activities – they are not ‘socially atomized’ or isolated viewers/readers*”. [↑](#footnote-ref-47)
48. Período referente a dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-48)
49. Disponível em: <<http://www.crunchyroll.com/>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-49)
50. Disponível em: <<https://www.netflix.com/>>. Último acesso em 9 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-50)
51. Essa é a quantidade de animes disponível no catálogo brasileiro da plataforma. [↑](#footnote-ref-51)
52. Disponível em: <<https://www.anitime.com.br/>>. Último acesso em 10 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-52)
53. Outros animes que foram exibidos na televisão brasileira também são disponibilizados dublado e legendado na maioria das vezes. No caso do anime Naruto, só há dublagem até o 50º episódio da saga Naruto Shippuden. [↑](#footnote-ref-53)
54. Na cultura *otaku* Data book é um dossiê que contém todas as informações a respeito dos personagens de um anime. O Data book geralmente é escrito pelo autor da obra, que no caso de Naruto é Masashi Kishimoto. [↑](#footnote-ref-54)
55. A bíblia de um anime é um livro que contém todas as informações a respeito do universo da série. [↑](#footnote-ref-55)
56. A maioria das informações da tabela foram encontradas na Wiki brasileira de Naruto. Disponível em: <<http://pt-br.naruto.wikia.com/wiki/Wiki_Naruto>>. Último aceso em 10 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-56)
57. No universo de Naruto, os ninjas costumam formar grupos de 4 para treinar e realizar suas missões [↑](#footnote-ref-57)
58. Ver tabela 1. [↑](#footnote-ref-58)
59. Na teoria das relações internacionais o termo *Softpower* é usado para descrever a habilidade de um corpo político para influenciar indiretamente o comportamento ou interesses de outros corpos políticos por meios culturais ou ideológicos. [↑](#footnote-ref-59)
60. O endereço dos sites consta na bibliografia. [↑](#footnote-ref-60)
61. Dados referentes a 15 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-61)
62. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/about>>. Último acesso em 15 de dezembro de 2017. [↑](#footnote-ref-62)
63. É importante ressaltar que a maioria das músicas de abertura e encerramento dos episódios dos animes são músicas de bandas japonesas de Rock e Pop. [↑](#footnote-ref-63)
64. Termo usado para se referir aos autores de *mangás* (quadrinhos japoneses), que posteriormente podem se transformar em animações. [↑](#footnote-ref-64)