

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Júlia Garcia Gouvêa Andrade

ANIMÊS ALÉM DAS MURALHAS:

conexões entre a qualidade audiovisual de *Shingeki no Kyojin* e a competência midiática na
fanfic AoT no Requiem

Juiz de Fora
Junho de 2023

Júlia Garcia Gouvêa Andrade

ANIMÊS ALÉM DAS MURALHAS:

conexões entre a qualidade audiovisual de *Shingeki no Kyojin* e a competência midiática na
fanfic AoT no Requiem

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em Comunicação.

Orientador(a): Profa. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela

Juiz de Fora
Junho de 2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Garcia, Júlia.

Animês Além das Muralhas : conexões entre a qualidade audiovisual de Shingeki no Kyojin e a competência midiática na fanfic AoT no Requiem / Júlia Garcia. -- 2023.

137 f. : il.

Orientadora: Gabriela Borges

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2023.

1. Qualidade no audiovisual. 2. Competência midiática. 3. Animê.
4. Fanfic. 5. Shingeki no Kyojin. I. Borges, Gabriela, orient. II. Título

Júlia Garcia Gouvêa Andrade

Animês Além das Muralhas: conexões entre a qualidade audiovisual de *Shingeki no Kyojin* e a competência midiática na fanfic *AoT no Requiem*

Dissertação apresentada ao curso de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 05 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Profª Dra. Gabriela Borges Martins Caravela - Orientadora

Universidade Federal de Juiz de Fora

Profª Dra. Letícia Perani Soares

Universidade Federal de Juiz de Fora

Profª Dra. Krystal Cortez Luz Urbano

Universidade Federal Fluminense

Juiz de Fora, 11/05/2023.



Documento assinado eletronicamente por **Gabriela Borges Martins Caravela, Professor(a)**, em 05/06/2023, às 11:30, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Krystal Cortez Luz Urbano, Usuário Externo**, em 05/06/2023, às 12:18, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Letícia Perani Soares, Professor(a)**, em 12/06/2023, às 08:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **1278375** e o código CRC **E03FE356**.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer aos meus pais, que nunca mediram esforços para me ajudar em todas as minhas jornadas. Ao longo do curso de mestrado tive ótimas experiências, que me enriqueceram não somente como pesquisadora, mas também como pessoa. Ao mesmo tempo, foi um período difícil, durante o qual batalhei com muitas questões pessoais. Percorrendo esse caminho agri-doce, sempre soube que meus pais estariam ali, prontos para percorrê-lo ao meu lado. O amor e o suporte que recebo deles não têm preço, e sou muito grata por esse apoio.

Falando em família, não poderia deixar de agradecer ao meu irmão, que me lembrou de como eu gostava de assistir animês. Foi ele que me apresentou a *Shingeki no Kyojin* e, sem isso, essa dissertação provavelmente não existiria. Apesar de saber que, ao ler esse agradecimento, ele certamente vai murmurar algo em desaprovação ou simplesmente falar “ah, tá bom”, eu não poderia deixar de dizer: Di, Juju te ama.

O amor também me leva a falar do meu marido, sem o qual eu não teria conseguido superar os obstáculos dessa jornada e, muito menos, identificar as diferenças entre os armamentos de Marley e Paradis na análise de *Shingeki*. Obrigada, meu amor, por cuidar tão bem de mim e por me explicar o que é um fuzil de ferrolho e um mosquete.

E o mais importante é agradecer a todos do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Ali eu aprendi, desde a graduação em Jornalismo, o que é ser um pesquisador. Vi a importância do trabalho em equipe, vi as possibilidades infinitas do estudo do audiovisual e entendi que as portas estão abertas para eu pesquisar sobre aquilo que gosto. Ter essa liberdade faz a pesquisa ser divertida e me motiva a continuar. Essa dissertação é fruto de todas as experiências que tive nesse grupo maravilhoso e, portanto, ela não é só minha, mas de todos os meus colegas e professores que me acompanharam nesse caminho.

Queria deixar um agradecimento especial à minha orientadora, Gabriela, por ter me ensinado tanto durante esses anos, por ter me dado tantas oportunidades e por ter compreendido com muita delicadeza os percalços da minha jornada. À Daiana, quem eu admiro enormemente, que sempre me ajudou em absolutamente tudo que precisei e me deu segurança para seguir em frente com meus projetos. Daiana, queria que soubesse que me inspiro em você como pessoa e como pesquisadora. E à Ya Ya, com quem compartilhei o projeto Ásia Pop, me fazendo companhia virtualmente nesse período de muito isolamento. Agradeço muito a todos.

O presente trabalho foi desenvolvido com apoio da CAPES através da concessão de bolsa de estudo de Mestrado e apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001

“Eu via tudo do outro lado do mar como inimigo. Então agora eu atravessei o mar. Eu dormi sob o mesmo teto que o inimigo. Eu comi a mesma comida que o inimigo. Reiner, eu sou igual a você. É claro, tinha gente que irritava. Mas também tinham pessoas boas. Mesmo além do mar, mesmo dentro das muralhas, somos todos iguais.”

Shingeki no Kyojin, Declaração de Guerra,
Episódio 64, 4ª temporada.

RESUMO

A cultura pop japonesa é um fenômeno global. No Brasil, desde a exibição de *Cavaleiros do Zodíaco*, os animês – animações japonesas, que se configuram como uma das principais facetas da cultura pop nipônica – se estabeleceram como produções largamente consumidas, acumulando fãs pelo país (NAGADO, 2007). Apesar disso, as pesquisas na área da ficção seriada ainda se concentram, majoritariamente, na experiência anglo-saxã (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013). No entanto, os animês se mostram objetos profícuos de análise, tratando tanto de questões relativas à sociedade japonesa quanto de questões universais (NAPIER, 2001). Nesse contexto, o presente trabalho visa analisar, sob a perspectiva da qualidade no audiovisual e da competência midiática, um dos animês de maior sucesso global ao longo da última década – *Shingeki no Kyojin* (NHK, 2013-presente) – e a *fanfic AoT no Requiem*, criada por fãs desse animê. O objetivo é estudar as conexões entre as características de qualidade de *Shingeki no Kyojin* e a operação da competência midiática na *fanfic* em questão. Parte-se do entendimento de que as características de qualidade do animê favorecem o desenvolvimento de habilidades relativas à competência midiática e estimulam a produção dos fãs. Para tal análise, utiliza-se o modelo teórico-metodológico de Borges e Sigiliano (2021), além de estudos de Jenkins (2012). Como resultado desta pesquisa, pode-se argumentar que elementos de qualidade em *Shingeki no Kyojin* estimularam o exercício do pensamento crítico e da produção criativa pelos fãs, mas são as lacunas entendidas em termos de qualidade do animê que efetivamente motivaram a escrita de *AoT no Requiem*. Conclui-se, dessa forma, que qualidade no audiovisual e competência midiática possuem relações complexas, mas vê-se na cultura de fãs e nos animês potencialidades interessantes para promover o exercício da análise crítica e da produção criativa.

Palavras-chave: Qualidade no Audiovisual. Competência Midiática. Animê. Fanfic. Shingeki no Kyojin.

ABSTRACT

Japanese pop culture is a global phenomenon. In Brazil, since the exhibition of *Knights of the Zodiac*, anime – Japanese animation, which are one of the main facets of Japan’s pop culture – has been established as largely consumed productions, gathering fans around the country (NAGADO, 2007). Despite this, research on fictional series still focus, primarily, on Anglo-Saxon experience (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013). However, anime are rich objects of analysis, discussing themes related to Japanese society and to universal matters as well (NAPIER, 2001). In this context, this dissertation aims to analyze, under the audiovisual quality and media competence perspective, one of the most successful anime over the past decade – *Shingeki no Kyojin* – and the *AoT no Requiem* fanfic, created by fans of this anime. The goal is to study the connections between *Shingeki no Kyojin*’s quality characteristics and the operation of media competence in the fanfic. We believe that the quality characteristics of the anime favor the development of abilities related to media competence and stimulate fan production. For this analysis, we use Borges and Sigiliano’s (2021) methodology, along with Jenkins’ (2012) studies on fanfiction. As a result of this research, we can argue that the anime’s quality elements stimulated critical thinking and creative production by fans, but the gaps understood in terms of anime’s quality are what effectively motivated fans to write *AoT no Requiem*. Therefore, we conclude that audiovisual quality and media competence have complex connections, but we see in fan culture and in anime interesting potential to foster critical analysis and creative production.

Keywords: Audiovisual Quality. Media Competence. Anime. Fanfic. *Shingeki no Kyojin*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - A Menina do Outro Lado, Akira e Tomie	34
Figura 2 - Animês mais assistidos na Crunchyroll nos segundo e terceiro trimestres de 2020.	45
Figura 3 - Assuntos mais comentados no Twitter na data de estreia da quarta temporada de Shingeki no Kyojin.	46
Figura 4 - Shingeki no Abaporu	47
Figura 5 - Esquema de análise da criação.....	71
Figura 6 - Esquema de análise da circulação.....	72
Figura 7 - Esquema de análise da experiência estética.....	73
Figura 8 - Modelo teórico-metodológico completo de análise de séries ficcionais	75
Figura 9 - Metodologia definida para análise de Shingeki no Kyojin e de AoT no Requiem.....	77
Figura 10 - Representação das muralhas construídas para proteger a humanidade	80
Figura 11 - Titã Colossal e Titã Blindado	81
Figura 12 - Ambientação em Paradis e em Marley, respectivamente	82
Figura 13 - Armamento de Paradis e Marley, respectivamente	83
Figura 14 - Personagens de Shingeki no Kyojin	83
Figura 15 - Braçadeiras usadas pelos Eldianos	85
Figura 16 - Noite em Libério, com tons quentes, e noite em Paradis, com tons frios.....	86
Figura 17 - Trechos da vinheta da primeira parte da quarta temporada de Shingeki no Kyojin.....	87
Figura 18 - Tweet comparando frame da vinheta ao quadro Guernica, de Picasso	87
Figura 19 - Trechos da vinheta de encerramento da primeira parte da quarta temporada	89
Figura 20 - Imagem que ilustra a história de Hizuru.....	90
Figura 21 - Alguns dos personagens que conferem diversidade à narrativa	107
Figura 22 - Páginas de AoT no Requiem	117
Figura 23 - Mapa-múndi representando a localização dos colaboradores do projeto	118

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. MURALHA MARIA: CULTURA POP DO JAPÃO AO BRASIL.....	14
2.1 CONTROVÉRSIAS DO POP	14
2.2 CULTURA POP JAPONESA	18
2.2.1 Geopolítica do pop japonês.....	25
2.2.2 Animês e mangás	30
2.2.2.1 <i>Histórico e contextualização</i>	31
2.2.2.2 <i>Complexidade e potencial da animação japonesa</i>	35
2.3 CULTURA DE FÃS	38
2.3.1 Os fandoms de animês e mangás	42
2.3.1.1 <i>O fandom de Shingeki no Kyojin no Brasil</i>	45
3. MURALHA ROSE: AUDIOVISUAL DE QUALIDADE E O ESTÍMULO À COMPETÊNCIA MIDIÁTICA	49
3.1 COMPETÊNCIA MIDIÁTICA	49
3.2 QUALIDADE NO AUDIOVISUAL	56
3.2.1 O que é qualidade?	56
3.2.2 Discussões sobre a ficção	61
3.3 RELAÇÕES ENTRE QUALIDADE NO AUDIOVISUAL, COMPETÊNCIA MIDIÁTICA E CULTURA DE FÃS	65
4. MURALHA SINA: ANÁLISE DE SHINGEKI NO KYOJIN E DE AOT NO REQUIEM.....	70
4.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE	70
4.2 SHINGEKI NO KYOJIN E AOT NO REQUIEM	78
4.2.1 Animê – Sob a ótica da criação	79
4.2.2 Fanfic – Sob a ótica da produção criativa	110
4.2.3 Competência midiática – As potencialidades do animê e a operação das dimensões da competência midiática na fanfic	115
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	120

6. REFERÊNCIAS	125
APÊNDICE A – Tabela das temporadas de Shingeki No Kyojin	133
APÊNDICE B – Tabela dos personagens de Shingeki No Kyojin	134

1. INTRODUÇÃO

Desde a década de 90, com o sucesso de *Cavaleiros do Zodíaco* na TV Manchete, os animês vêm angariando fãs fiéis no Brasil (NAGADO, 2007). Embora a cultura pop japonesa tenha chegado bem antes disso na televisão, com séries *tokusatsu* exibidas já na década de 60 em emissoras como Record e Bandeirantes, foi apenas no final do século XX que os animês se estabeleceram com força, e de vez, no país. As animações foram seguidas pelos mangás, que também conquistaram espaço na rotina de leitura de parte dos brasileiros e movimentam, ainda hoje, uma notável indústria editorial.

Inicialmente, os animês eram consumidos, de forma oficial, principalmente pela TV aberta, em programas infantis matinais, ou pela TV paga, em canais diversos. Franquias de estrondoso sucesso, como *Naruto* e *Pokémon*, foram exibidas em grandes emissoras, como SBT e Globo. No entanto, com as mudanças nos modos de distribuição e de consumo audiovisual, vê-se que, hoje, os serviços de *streaming* captam a maior parte do público, especialmente com a chegada, no Brasil, de plataformas voltadas especificamente à disponibilização de animês, a exemplo da Crunchyroll e da Funimation.

Entretanto, se hoje os serviços de *streaming* oferecem um enorme catálogo de animês para os brasileiros, nem sempre a oferta acompanhou a demanda no país, o que motivou muitos fãs a buscarem essas produções de forma extraoficial (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013). Nesse cenário, emergem práticas como o *fansubbing*, que se tornou uma das principais formas de mediação dos animês para o público brasileiro (URBANO, 2013). Legendadas e distribuídas por fãs, produções que não estão em catálogos nacionais ou que ainda não foram oficialmente disponibilizadas são frequentemente consumidas por aqueles que não desejam esperar ou que não possuem condições financeiras para contratar serviços de *streaming*. Outros tipos de práticas de fãs, como o *scanlation*, a escrita de *fanfics* e a participação em eventos de *cosplay* são também populares dentre os fandoms da cultura pop japonesa no Brasil.

Apesar do sucesso inegável do pop japonês no mercado global, os trabalhos científicos na área da comunicação, particularmente os que abordam fãs e ficção seriada, se concentram, majoritariamente, na experiência anglo-saxã (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013). No entanto, os animês se mostram objetos profícuos de análise, não somente pela popularidade, mas também pelas potencialidades que carregam quanto ao estímulo ao pensamento crítico e à produção criativa. Nesse sentido, enquanto Napier (2001) argumenta que os animês são capazes de trabalhar com temas maduros por meio de storylines complexos

– se revelando espelhos da sociedade japonesa, mas também trazendo questões universais –, Jenkins (2012) pontua que *fandoms* de animês e mangás se tornaram centros para a expressão de jovens, enfatizando, nesse contexto, o potencial de as *fanfics* estimularem a leitura crítica e criativa. Tais questões se relacionam às noções de qualidade no audiovisual e competência midiática¹.

Borges (2014) indica, dentre outras características, que programas de qualidade devem encorajar a resposta crítica do público, abordando questões de determinada relevância política e social, além de buscar inovações narrativas e estéticas. Dessa forma, Borges e Sigiliano (2019) defendem que a oferta de conteúdos de qualidade está ligada à promoção da literacia midiática, uma vez que tais devem ser capazes de incentivar uma reação crítica, referente à interação com mensagens, e criativa, atrelada à produção própria de significados, sendo essas capacidades elementos basais dentro da literacia midiática.

Nesse contexto, tendo em vista a expressiva presença da cultura pop japonesa no Brasil, além das potencialidades dos animês e da cultura de fãs para a promoção da competência midiática, escolheu-se analisar, nesta dissertação, um dos animês de maior sucesso ao longo da última década – *Shingeki no Kyojin* (NHK, 2013-presente) – e uma *fanfic* derivada desse animê – *AoT no Requiem* – como um estudo de caso das possíveis conexões entre qualidade no audiovisual e competência midiática. Parte-se da hipótese de que o animê não apenas apresenta, de fato, características de qualidade, como também instiga a produção de conteúdo pelos fãs a partir de algumas dessas características, o que, conseqüentemente, favorece o desenvolvimento da competência midiática.

Para embasar esse estudo, no segundo capítulo explora-se o conceito de cultura pop e, em específico, o contexto do pop japonês, perpassando a história dos animês e mangás, bem como as potencialidades dessas produções. Constrói-se, ainda, um panorama da cultura de fãs e dos *fandoms* de animês e mangás em particular. Já no terceiro capítulo, define-se melhor o que se entende por competência midiática e explica-se as diferentes terminologias utilizadas nesse campo de pesquisa. Também são apontadas as perspectivas distintas acerca da qualidade na TV e do que se pode entender por qualidade. Por fim, a partir de tais discussões, esse capítulo

¹ Escolheu-se utilizar, nesta pesquisa, majoritariamente o termo “competência midiática”, usado por Ferrés e Piscitelli (2015). Uma vez que esses autores embasam parte da metodologia de análise nessa dissertação, julgou-se adequado usar a terminologia empregada por eles. Entretanto, outros pesquisadores podem utilizar termos diferentes para se referir à mesma área de estudo, como “literacia midiática”, “alfabetização midiática”, dentre outros. Portanto, apesar da opção pela terminologia “competência midiática”, outros termos similares também aparecem ao longo da dissertação, a depender do autor a que se faz referência e do contexto.

encerra-se com a abordagem das relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs.

O quarto capítulo começa com a explanação da metodologia utilizada para a análise do animê e da *fanfic*. Optou-se por usar o modelo teórico-metodológico de Borges e Sigiliano (2021), com algumas modificações para atender a análise da *fanfic*, considerando, para tanto, os estudos de Jenkins (2012). Dessa forma, em um primeiro momento, realiza-se uma análise audiovisual de *Shingeki no Kyojin*, em relação à estética e ao conteúdo, buscando avaliar se o animê apresenta características de qualidade. Em seguida, analisa-se a *fanfic* de modo a entender o que motivou os fãs a escrevê-la e se tais motivos se relacionam a algum dos elementos de qualidade de *Shingeki no Kyojin*. Por fim, avalia-se a operação das seis dimensões da competência midiática, propostas por Ferrés e Piscitelli (2015), na *fanfic AoT no Requiem*.

Conclui-se, a partir dessas análises, que elementos de qualidade de *Shingeki no Kyojin* foram determinantes para o processo de interpretação crítica da obra e o engajamento na produção criativa por parte dos fãs. A profundidade e a relevância dos temas tratados no animê foram o ponto de partida para inúmeras discussões dentro do *fandom*, o que estimula a análise crítica de mensagens, bem como a produção de conteúdo próprio. No entanto, foram lacunas nesses elementos de qualidade que efetivamente motivaram a escrita de *AoT no Requiem* e, para identificá-las, já é necessário que haja certa proficiência em termos de competência midiática. Qualidade no audiovisual e competência midiática possuem, portanto, interações complexas. Nesse contexto, a cultura de fãs pode funcionar como ferramenta para discutir e trabalhar tanto a interpretação crítica quanto a produção criativa de forma lúdica. Nesse sentido, espera-se que esta pesquisa possa contribuir não somente para elucidar possíveis relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs, mas para também, em alguma medida, derrubar o estigma que ainda envolve animês e mangás, muitas vezes explorado por meio de discursos sensacionalistas e falaciosos e alimentado pela ideia de que animações devem ser destinadas especialmente a crianças².

² Um exemplo claro desse estigma pode ser visto no programa Domingo Espetacular, da Record, que em outubro de 2021 veiculou uma matéria alertando pais e responsáveis sobre o suposto perigo do animê Death Note, cuja classificação etária, tanto nos serviços de streaming quanto no mangá publicado pela JBC, é 18 anos, não sendo voltado, portanto, ao público infanto-juvenil.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5DhcHviRR3Y&ab_channel=DomingoEspetacular. Acesso em 2 de fevereiro de 2022.

2. MURALHA MARIA: CULTURA POP DO JAPÃO AO BRASIL

Como pontuado, este estudo tem como objetivo explorar as relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs, tendo como objetos o animê *Shingeki no Kyojin* e a *fanfic AoT no Requiem*. Nesse sentido, faz-se necessário contextualizar e discutir questões que circundam os objetos de estudo, partindo da cultura pop, incluindo, mais especificamente, animês e mangás, à cultura de fãs. Tais questões são as temáticas centrais deste capítulo.

2.1 CONTROVÉRSIAS DO POP

Antes de discorrer, mais especificamente, sobre a cultura pop japonesa e seu impacto no Brasil e no globo, é importante delimitar o que, na verdade, entende-se por pop. O termo *cultura pop* pode evocar uma série de imagens, à primeira vista, incontestáveis. Divas da música, como Madonna ou Britney Spears, e célebres personagens da animação estadunidense, como Homer Simpson e Mickey Mouse, são apenas alguns exemplos do que, comumente, é associado ao pop. Séries e filmes *blockbusters* também compõem a lista, debatidos por inúmeros *blogs*, influenciadores e sites que versam, em suas próprias palavras, sobre o que denominam cultura pop. A delimitação, no entanto, do que se pode entender pelo termo é mais complexa do que a expressão a princípio sugere.

Junior (2015, p.45) salienta que “a ideia de pop é carregada de acionamentos diferenciados e contradições”. Nesse contexto, como exemplificam Amaral e Becko (2020), que analisam o emprego do termo nos âmbitos acadêmico, popular e midiático, existem lacunas no entendimento de cultura pop que dificultam um consenso acerca de uma definição. Tal dificuldade é potencializada pelo fato de o pop ser “um fenômeno contemporâneo em plena atividade”, de ordem cotidiana e popular (AMARAL; BECKO, 2020, p.1-2). Ademais, a experiência de consumo de produtos da cultura pop pressupõe, pela própria ideia de mercado e massificação que estão associadas ao termo, uma circulação extensa de sentidos, que propicia uma acepção dinâmica. Sendo assim, Sá, Ferraraz e Carreiro (2015, p.9) compreendem a cultura pop “como termo aglutinador de um campo de ambiguidades, tensões, valores e disputas simbólicas acionado por manifestações culturais populares e midiáticas oriundas do cinema, fotografia, televisão, quadrinhos, música, plataformas digitais, redes sociais, etc.”.

Nesse sentido, Amaral e Becko (2020, p.4) enfatizam a dimensão cultural do consumo, constituído “como um conjunto de processos socioculturais nos quais as pessoas produzem sentido e usam produtos e serviços de forma a dizer algo sobre si mesmas, a sociedade, os grupos e as localidades em que vivem”. Assim como a cultura, de maneira geral, deve ser entendida como um processo dinâmico, e não estagnado, fechado ou acabado (SANTOS, 2006), Velasco descarta a estaticidade da cultura pop:

O fato de o pop ser usado para designar diversas coisas e, assim, tornar sua conceitualização difícil revela que não é possível tentar entendê-lo como algo fechado e estático. O pop está ligado a movimento, sensibilidade e possui características agregadoras. Além disso, ele se conjuga, de modo a criar novos sentidos. Ele pertence à cultura global, sem a uniformização do movimento de transnacionalização econômica, financeira, comunicacional e cultural. Uma cultura de consumo que comporta, ao mesmo tempo, a massificação e a segmentação, a contestação e a afirmação do *status quo*, o profundo e o superficial, o sofisticado e o *kitsch*. (VELASCO, 2010, p.116).

Recorrendo à etimologia da palavra, Soares (2014) explica que, originário da língua inglesa, o pop é uma abreviação de “popular”, em referência a produtos destinados ao consumo massivo pelo público. Entretanto, quando transposta ao português, a cultura pop se confunde com a expressão “cultura popular”, que carrega uma noção diferente, atrelada ao que, no inglês, é denominado *folk* (SOARES, 2014). Hall (2003) discorre sobre as próprias definições – e suas respectivas falhas – associadas ao termo *popular*, repleto de significados.

Hall (2003, p.253) afirma que o significado mais correspondente ao senso comum é o popular como algo que as massas compram, consomem e apreciam, sendo essa “a definição comercial ou ‘de mercado’ do termo”. Essa conceituação se assemelha ao que pode ser relacionado à cultura pop, ligada ao âmbito mercadológico. Ainda que Hall (2003) pontue que tal definição é diametralmente oposta ao que costuma utilizar, ele apresenta restrições ao completo descarte dessa perspectiva. Enquanto alguns teóricos opõem esse tipo de manifestação cultural àquilo que afirmam ser a verdadeira cultura popular, Hall (2003, p.254) defende que “não existe uma cultura popular íntegra, autêntica e autônoma, situada fora do campo de força das relações de poder e de dominação culturais”, o que inclui a indústria cultural. Desse modo, Hall (2003, p.255) pontua que “afirmar que essas formas impostas não nos influenciam equivale a dizer que a cultura do povo pode existir como um enclave isolado, fora do circuito de distribuição do poder cultural e das relações de força cultural”, o que não condiz com a perspectiva do autor.

Já a segunda definição de popular discutida por Hall (2003, p.256) refere-se a “todas essas coisas que ‘o povo’ faz ou fez. Esta se aproxima de uma definição ‘antropológica’ do termo: a cultura, os valores, os costumes e mentalidades [*folkways*] do ‘povo’”. Essa segunda conceituação se aproxima do que Soares (2014) referenciou como “cultura popular”, ligada, como pontuado, ao termo *folk*, relativo mais às tradições e ao folclore. Embora Hall (2003) critique ambas as definições e elabore uma terceira, que considera as tensões e a variabilidade do domínio das formas e atividades culturais, tais definições elucidam as ambiguidades que os termos *cultura pop* e *cultura popular* podem gerar, tanto intrinsecamente quanto comparativamente.

Problemáticas relativas à conceituação de cada termo à parte, se, por um lado, a cultura pop se associa, de forma majoritária, ao consumo massivo e à lógica de uma indústria cultural, a cultura popular, por outro, refere-se, de maneira mais estreita, àquilo produzido pelo povo. A cultura pop, portanto, pode ser vista como algo feito para o povo, enquanto a cultura popular é feita pelo povo. Como afirmam Albuquerque e Cortez (2015, p.247), “o pop não é popular porque *se origina* do povo comum, mas porque *se dirige* a ele”. Nessa perspectiva, enquanto “a cultura popular pode não ser considerada absolutamente midiática, pois engloba práticas relacionadas a folclore, tradições, lendas etc., a cultura pop – por sua vez – nasce e se consolida nos processos midiáticos” (AMARAL; BECKO, 2020, p.11).

Nesse contexto, Albuquerque e Cortez (2015) comentam sobre a dimensão industrial da cultura pop, atrelada à cultura de massa e à lógica fundamentalmente mercadológica. Apesar da dificuldade de se delinear o conceito de cultura pop, a perspectiva do consumo e do mercado pode ser encontrada em grande parte dos estudos que versam sobre o tema. Para Amaral e Becko (2020), a cultura pop é a cultura do consumo midiático, que depende de uma expressiva popularidade para que seus produtos sejam considerados pop. “A cultura pop, portanto, depende da ação dos indivíduos para se constituir como tal. Por esse viés, os objetos da cultura pop são bens de consumo midiático” (AMARAL; BECKO, 2020, p.3). Nessa perspectiva, Soares (2014, p.140) aponta, de forma consonante, que “de maneira mais ampla, a ideia de pop sempre esteve atrelada a formas de produção e consumo de produtos orientados por uma lógica de mercado [...]”.

A ligação quase indissociável entre o pop e a indústria cultural – que, como indústria, privilegia as dinâmicas mercantis – leva à associação, por alguns, do pop à baixa qualidade, ao banal, ao vulgar ou mesmo ao alienante, remetendo, em certa medida, às dicotomias alta cultura/baixa cultura, cultura erudita/cultura popular. Embora tais dicotomias

tenham perdido força diante das novas sintáticas culturais, elas ainda permeiam discursos contemporâneos, como aqueles que buscam invalidar ou deslegitimar expressões populares, sejam elas produzidas pelo povo ou a ele destinadas. Como afirma Junior (2015, p.45), “pensado sob o prisma de produtos de alto alcance, e portanto populares midiáticos, o pop foi associado ao que “pipoca”, ao que não se consegue parar de mastigar, devido a ‘supostos’ artificios das indústrias culturais [...]”.

Uma visão frankfurtiana da cultura pop pode levar à ideia comentada por Junior (2015), baseada na associação da indústria cultural à alienação e à manipulação. No entanto, Hall (2003, p.254) pontua que, enquanto “as indústrias culturais têm de fato o poder de retrabalhar e remodelar constantemente aquilo que representam; e [...] implantar tais definições de nós mesmos de forma a ajustá-las mais facilmente às descrições da cultura dominante”, pensar no povo como “tolos culturais” de força puramente passiva é errôneo. Como Hall (2003, p.255) afirma, “essas definições não têm o poder de encampar nossas mentes; elas não atuam sobre nós como se fôssemos uma tela em branco”. Soares (2014, p.145) argumenta, nesse sentido, que “é importante definir que, inspirados nas abordagens dos Estudos Culturais, considera-se os fruidores/consumidores da cultura pop não só como agentes produtores de cultura, mas também como intérpretes desta”.

A cultura pop, portanto, não pode ser entendida como algo meramente comercial, ainda que inegavelmente esteja inserida em uma lógica predominantemente mercantil, uma vez que, descartando a ideia de consumidores passivos e facilmente manipuláveis, existem reapropriações, ressignificações e renegociações de sentido nas experiências de consumo do pop, inclusive com aspectos identitários. Para Velasco (2010), ao se apropriarem de figuras como *popstars*, além de se identificarem ou projetarem, os jovens constroem suas identidades sociais em oposição àquelas dadas por instituições como a família, a escola e a igreja. Desse modo, Velasco (2010) argumenta que os gostos e os estilos adotados por grupos de fãs, que partilham um sentimento de comunidade, são exemplos de como a cultura pop pode servir como capital cultural simbólico. Além disso, Soares discute:

Em outras palavras, quero lançar luz ao fato de que, embora seja claro e evidente que os produtos e as formas culturais em circulação na cultura pop estejam profundamente enraizados pela configuração mercantil, pelas imposições do capital (de modo de produção, formas de distribuição e consumo), não se invalidam abordagens sobre a pesquisa neste segmento da cultura que reconhece noções como inovação, criatividade, reapropriação, entre outras, dentro do espectro destes produtos midiáticos. (SOARES, 2014, p.141).

Nesse contexto, Junior (2015) salienta que, enquanto o rótulo de produto pop pode ser associado a características negativas de uma indústria cultural, também surgiram discussões acerca das possibilidades artísticas e poéticas da cultura pop, exemplificadas por movimentos como a Pop Art. Velasco (2010) afirma que ver a cultura pop sob o dualismo arte/mercadoria, que é intrínseco a ela, só pode ser entendido como algo depreciativo sob a ótica do alto-modernismo, que já foi posto em xeque pela Pop Art e outros movimentos da contracultura da década de 60. Desse modo, “pensar o pop apenas em termos de produção é se ater a um economicismo simplista. Interessa-nos, também, analisar quais os sentidos os consumidores de cultura pop dão a estes bens simbólicos” (VELASCO, 2010, p.119).

Portanto, ainda que a cultura pop seja direcionada por uma lógica mercantil que não deve ser desconsiderada, não é possível descartar a potencialidade de produtos pop carregarem mensagens críticas e potencialmente transformativas, que podem também estar atreladas a inovações estéticas e formais, as quais se relacionam, de maneira estreita, à arte. As reapropriações e ressignificações feitas pelos consumidores – que podem ser ativos na produção e realocação de sentidos, haja vista a cultura de fãs, por exemplo – também são elementos férteis para a discussão do pop.

2.2 CULTURA POP JAPONESA

Embora o pop muito esteja atrelado à indústria estadunidense, com as lucrativas bilheterias de Hollywood e as grandes turnês de divas da música pop, passando por séries de serviços de *streaming* a livros *best-seller*, outros países têm a atuação cada vez mais evidente nas dinâmicas globais do pop. “Especificamente no que se refere à ficção seriada, o caso do Japão oferece um exemplo pioneiro de indústria da comunicação, situada fora do âmbito ocidental que teve um considerável sucesso em conquistar audiências em escala global” (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2014, p.57). Como coloca Sakurai (2008), a produção cultural e tecnológica japonesa mudou a imagem nipônica perante o globo:

Se no começo do Século XX ser japonês era sinônimo de Madame Butterfly ou de samurai, a partir dos anos 1970, ser japonês significou ser portador da tecnologia de ponta, dos filmes e desenhos que passavam na televisão, tornando o Japão e os japoneses cada vez mais familiares aos olhos da sociedade nacional³. (SAKURAI, 2008, p.10-11).

³ Sakurai (2008, p.11) refere-se, ao dizer “nacional”, à sociedade brasileira. O texto faz parte de livro organizado pelo IBGE em comemoração ao centenário da imigração japonesa no Brasil.

Nesse contexto, reiterando as colocações de Sakurai (2008), Sato (2005, p.28) explica que, reestabelecida a paz após a Segunda Guerra, a imagem tradicional até então passada pelo Japão, “ligada à ética do *bushido*, dos samurais e catanas, [...] aos poucos foi dando lugar a uma imagem mais moderna [...] de um país cada vez mais ocidentalizado em sua forma, mas revelando aspectos tão antigos quanto as imagens tradicionais”, o que inclui o espectro da cultura pop japonesa. “No Japão de hoje, a cultura pop aparece sob várias formas: aspectos da música popular (como *enka*⁴), karaokê, videogames, desenhos animados (animês), filmes, novelas de TV, entre outras” (LUYTEN, 2005, p.8).

O desenvolvimento mais expressivo da cultura pop japonesa remonta, desse modo, ao período pós-guerra, após a derrota do Eixo Berlim-Roma-Tóquio e o fim da Segunda Guerra Mundial. Com a ocupação do território japonês pelos EUA entre 1945 e 1952, mediante o aceite da Declaração de Potsdam, o Japão passou a ter contato com uma série de produtos da indústria cultural estadunidense, dos filmes de Hollywood às histórias em quadrinhos (SATO, 2007). “Mas, ao invés de meramente copiar aquilo que vem de fora, é do âmago dos japoneses pegar influências estrangeiras e reinventá-las conforme a cultura local. A longa história do Japão demonstra curiosamente que os japoneses sempre foram receptivos a influências externas” (SATO, 2007, p.14).

Tais influências externas podem ser observadas no próprio idioma japonês, que incorporou os ideogramas chineses e utiliza de caracteres específicos para a escrita de palavras estrangeiras, o chamado alfabeto *katakana*, que se diferencia do *hiragana*, usado para palavras de origem japonesa, juntamente com os *kanji* (SATO, 2007). Sato (2007) também cita a questão religiosa, mencionando que grande parte da população mistura ritos do xintoísmo a elementos do budismo, oriundo da China e da Coreia.

O intercâmbio entre Japão, China e Coreia é histórico, e “a importação da cultura asiática, entre outras coisas, colabora com o grande desenvolvimento do reino Yamato no século V na agricultura, artes e metalurgia” (SAKURAI, 2007, p.61). Conforme explica Sakurai (2007, p.59), o reino Yamato era, por volta do século III, o maior e mais influente reino do arquipélago japonês, e “a preponderância de Yamato sobre as outras organizações políticas inaugura a história japonesa propriamente dita”.

⁴ *Enka* é um gênero musical tradicional japonês, com origens na segunda metade da Era Meiji, que utiliza tanto instrumentos tipicamente japoneses quanto ocidentais para a composição melódica.

Nesse contexto, Kato (2012, p.183) comenta que, até o final do período Tokugawa⁵, o Japão “tomava como exemplo a cultura da China”. Entretanto, com a vitória da Grã-Bretanha sobre os chineses na Guerra do Ópio (1839-1842) e a abertura dos portos japoneses aos EUA, “a China já não era mais um modelo a ser reverenciado” (KATO, 2012, p.183). Dessa forma, o período da Renovação Meiji, marcado pela maior abertura japonesa à política externa do que em épocas anteriores, representou “a transferência do modelo chinês para o modelo europeu e americano” (KATO, 2012, p.183).

Pode-se entender, portanto, que a história do Japão é marcada por intercâmbios culturais, inclusive no que tange a cultura pop. Iwabuchi (2002) argumenta que tal capacidade de apropriação é estrategicamente representada como uma característica chave da identidade nacional japonesa, no que o autor chama de “hibridismo estratégico”⁶, baseado na noção de que o Japão consegue absorver culturas estrangeiras sem modificar o cerne de sua cultura nacional. Como aponta Sato (2007), as influências externas são ressignificadas no contexto japonês, e não meramente incorporadas de forma passiva, estagnada, o que levou à formação de um pop que, embora possa ter se desenvolvido de maneira expressiva a partir do contato com a indústria cultural estadunidense, possui características próprias, singulares. Como coloca a autora:

Com a cultura pop não haveria de ocorrer algo diferente, e ao invés de simplesmente cultuar ídolos alheios como se seus fossem, os japoneses criaram os seus próprios ídolos. A fórmula da produção e do consumo em massa podia ser americana, mas o produto final tinha que ser culturalmente japonês. [...] Dois mil anos de história e tradições não podiam ser facilmente substituídos pelo recente “*American way*”, mesmo com as condições que os Estados Unidos dispunham no Japão logo após o final da 2ª Guerra, e obviamente o sucesso de um ídolo ou produto dependia, como até hoje depende, de sua identificação com o público. [...] Os japoneses tinham, como ainda têm, preferências locais baseadas em suas condições, tradições, folclore e cultura, que demonstraram ser fortes o bastante para criar e manter um amplo e rico mercado nacional. (SATO, 2007, p.14-15).

De forma semelhante, Iwabuchi (2004), analisando os elementos que levaram o Japão ao *status* de grande exportador na indústria televisiva, comenta que, desde a Segunda Guerra Mundial, a mídia estadunidense tem exercido forte influência na cultura pop japonesa⁷.

⁵ Também chamado de período Edo, que durou do século XVII ao XIX (aproximadamente entre 1603 e 1868). Durante essa época, o Japão foi governado pelos xoguns da família Tokugawa, motivo pelo qual o momento é também conhecido como Xogunato Tokugawa. O período Edo termina com a Restauração Meiji em 1868, que levou o regime imperial, encabeçado pelo Imperador Meiji, de volta a um papel de centralidade no Japão, provocando profundas transformações políticas, sociais e econômicas.

⁶ “Strategic hybridism” (IWABUCHI, 2002).

⁷ Iwabuchi (2004, p.22) utiliza o termo “japanese popular culture”. No entanto, a fim de evitar ambiguidades, como explicitado pelas discussões levantadas acerca da terminologia cultura pop/cultura popular, optou-se pela utilização, em português, da expressão “cultura pop japonesa”.

Cho (2016) afirma que, sob influência militar e econômica dos EUA já no período da Guerra Fria, países do leste asiático instalaram sistemas de transmissão e entretenimento que ajudavam a disseminar propagandas anticomunistas, abrangendo formatos e programas oriundos dos Estados Unidos. Os elementos pop estadunidenses foram, segundo Cho (2016), acolhidos pelos governos nacionais da região e, em retorno, tais produções foram bem recebidas pelo público do leste asiático. Entretanto, ainda que não houvesse políticas regulatórias estabelecidas para regular o fluxo da mídia dos EUA, o Japão foi bem sucedido em localizar as influências dos produtos ocidentais e adaptá-las ao próprio contexto, se apropriando dos originais ao invés de se deixar dominar pela mídia estadunidense (IWABUCHI, 2004).

Desse modo, Iwabuchi (2004) afirma que, enquanto em décadas anteriores a televisão japonesa se baseava na importação de programas dos EUA, a partir de meados da década de 60 o desbalanceamento entre importação e exportação diminuiu drasticamente, impulsionado por dois grandes eventos nacionais que aumentaram a popularidade da televisão – o casamento do príncipe em 1959 e as Olimpíadas de Tóquio em 1960 –, além da migração de cineastas para a indústria televisiva. Tais elementos, juntamente com o milagre econômico japonês e o grande mercado interno, permitiram que o Japão se tornasse autossuficiente na produção para TV (IWABUCHI, 2004).

Embora indubitavelmente a mídia estadunidense tenha maior alcance global, ela falha, segundo Iwabuchi (2004), em prevalecer em mercados nos quais há uma forte produção local, incluindo no Japão, onde há preferência por produtos nacionais. Isso não equivale, contudo, a dizer que não há consumo expressivo de produções estrangeiras, que continuam a exercer forte influência no país (IWABUCHI, 2004). Nesse contexto, o autor (2004) discute o binarismo global/local, que falha em reconhecer as complexidades e justaposições da cultura globalizada. Para Iwabuchi (2004), promove-se, no âmbito televisivo, modos de a audiência se sentir “glocal”, ou seja, se sentir parte de uma sociedade global ao mesmo tempo em que aproveita as especificidades locais de determinado produto.

Como pontua Junior (2015, p.45), rotular algo como pop abrange, justamente, delegar àquilo “afirmações de sensibilidades cosmopolitas, modos de habitar o mundo que relativizam o peso das tradições locais e projetam sensibilidades partilhadas globalmente”. Dessa forma, “as mobilizações em torno da cultura pop [...] são sempre atravessadas por valorações que pressupõem modos cosmopolitas de habitar e desabitar o mundo, projetando territórios informacionais em que as raízes locais se tornam difusas” (JUNIOR, 2015, p.46). As produções pop, portanto, carregam em si tensões e acionamentos que envolvem as complexas

relações global/local. Em uma cultura globalizada, não há fronteiras explícitas e bem-definidas entre o que pode ser considerado estritamente nacional ou estrangeiro. Como debate Iwabuchi (2004), a indigenização da cultura dos EUA ao redor do globo, por exemplo, pode tanto ser vista como um declínio da hegemonia do país quanto atestar a profunda influência da mídia estadunidense.

Nesse sentido, pensando nas relações entre cultura nacional e global, Iwabuchi (2002, 2004) argumenta que os produtos mais exportados pelo Japão são “culturalmente inodoros”⁸, ou seja, não carregam características que possam ser associadas ao corpo japonês, como pode-se observar em animes e *games*, cujos personagens não possuem traços étnicos – ou têm tais traços suavizados – que possam relacioná-los a sua origem, ainda que sejam notadamente personagens japoneses.

A falta de japonicidade, segundo Iwabuchi (2002, 2004, 2016), pode ser chamada de *mukokuseki*, palavra atrelada à ausência de nacionalidade que, nesse contexto, implica no apagamento de características étnicas e culturais específicas. “Tal apagamento é intencionalmente ou ocasionalmente feito ao longo do processo de mistura cultural e de justaposição de múltiplos elementos ‘locais’ e ‘estrangeiros’”⁹, sendo a expressão *mukokuseki* utilizada, pela primeira vez, no início da década de 60 para descrever um novo gênero de ação japonês que parodiava filmes de faroeste hollywoodianos (IWABUCHI, 2016, p.27, tradução nossa). Iwabuchi (2004) pontua, portanto, que, uma vez que as indústrias de animação do Japão sempre tiveram o mercado global em mente, a ausência de japonicidade funciona, muitas vezes, em favor da exportação. Napier (2001) também utiliza o termo *mukokuseki* para comentar sobre a falta de elementos que associem personagens de animê ao corpo japonês, argumentando que é apropriado dizer que, mesmo quando tais narrativas apresentam situações culturais particulares, os animês, no mínimo, problematizam a noção de identidade japonesa.

As tensões entre o mercado de animês e a cultura nacional japonesa são discutidas por Horta (2020), que analisa o trabalho do diretor Isao Takahata. Para a autora (2020, p.1), “uma onda de produções fantásticas, que se utiliza de computação gráfica para criar as animações, vem distanciando os espectadores das origens culturais japonesas desse gênero”, o que é contraposto pelas obras de Takahata, que busca inserir traços da cultura japonesa nos seus filmes de animação. Cofundador do Studio Ghibli, ao lado de Hayao Miyazaki, “o animador

⁸ “Culturally odourless” (IWABUCHI, 2002, 2004).

⁹ “Such erasure is intentionally or unintentionally made in the processes of cultural mixing and the juxtaposition of multiple “local” and “foreign” elements” (IWABUCHI, 2016, p.27)

nipônico constantemente executa esforços para explorar a própria cultura nacional, tanto em sua própria estética quanto em produções textuais e em entrevistas sobre sua área”, adotando inspirações da literatura, do folclore, da religião e da arte *emaki*¹⁰, por exemplo (HORTA, 2020, p.2). Horta (2020) acredita que tal recuperação de elementos culturais é de fundamental importância, haja vista a padronização observada na indústria de animação.

A discussão proposta por Horta (2020) coloca em diálogo, e tensionamento, as noções de cultura pop e cultura popular. De um lado, há um mercado de animês voltado à exportação, que, como debatido por Iwabuchi (2002, 2004), tende a apagar as marcas culturais de seus produtos, de modo a torná-los mais propensos à aceitação global. De outro, há produções que, mesmo inseridas em uma dinâmica gerida majoritariamente pela lógica de mercado, buscam resgatar elementos da cultura popular, como as crenças e o folclore, valorizando a própria cultura nacional. Há de se pontuar, contudo, que existem controvérsias a respeito da inserção de filmes como os do Studio Ghibli dentro do espectro da cultura pop. Apesar de serem produções populares em termos de consumo, alguns as consideram mais próximas do que se poderia chamar de arte ou de cinema autoral (SILVA; MENDES, 2019), diferentemente dos produtos *mainstream*. O próprio diretor Hayao Miyazaki reluta, segundo Bolton (2018), em utilizar o termo *animê* para designar suas obras. Além disso, o modo de produção do Studio Ghibli se distingue dos animês seriados, por exemplo, que são voltados à televisão e, mais recentemente, também à veiculação em plataformas de *streaming*. De qualquer forma, esse tipo de discussão evidencia os embates que ainda permeiam tanto a conceituação de cultura pop, quanto a divisão dicotômica entre arte e mercadoria. Sendo a cultura pop associada à lógica mercantil, alcançando esse *status* de mercadoria, reluta-se em tratar as produções pop como arte.

No entanto, ainda que grande parte do mercado de animação japonês possa almejar a audiência internacional, e se utilize, para tanto, do apagamento de traços étnicos e de demais elementos que possam ser associados ao Japão, os animês e outras expressões do pop japonês carregam, muitas vezes, marcas culturais evidentes. Sato (2005, p.29) argumenta que “hábitos como comer bolinho de arroz com hashis, [...] ver placas e letreiros em japonês e degustar pratos como ‘*okonomiyaki*’¹¹ à moda sulista’ aparecem todos os dias na televisão”, levando crianças

¹⁰ “Segundo o diretor, a arte *emaki* é uma forma de narrativa horizontal em que os fatos acontecem à medida que os rolos de pergaminho são desenrolados. A origem dessa arte remonta ao Japão dos séculos XI e XVI. Os tópicos incluem batalhas, romance (os mais conhecidos são os *emakis* embasados no conto de Genji), religião, histórias populares e contos do mundo sobrenatural” (HORTA, 2020, p.2).

¹¹ Prato típico japonês. É feita uma massa à base de farinha de trigo e água, semelhante à panqueca, que pode ser recheada com ingredientes variados, a depender da preferência.

e adultos a conhecerem hábitos e tradições distintas do que estão acostumados, os quais, talvez, de outra forma não conheceriam. Animês populares, como *Naruto* e *InuYasha*, trazem inúmeras referências a costumes e tradições japonesas, incluindo elementos folclóricos e religiosos, a exemplo da divindade Amaterasu¹² ou dos *yōkai*¹³.

A presença de marcas culturais evidentes em produtos de circulação global – e a apreciação de tais características notadamente locais – contrapõe a ideia de que a globalização poderia levar, inescapavelmente, à homogeneização cultural, inclusive no que tange a cultura pop. Iwabuchi (2001) coloca que uma análise abrangente e profunda da globalização cultural coloca em xeque a ideia de homogeneização baseada na modernidade ocidental. Para tanto, Iwabuchi (2001) cita práticas de hibridização e apropriação cultural que refutam a noção de uma dominação cultural ocidental, fortalecendo o argumento de uma dinâmica global cada vez mais descentralizada, que enfraquece a hegemonia cultural do Ocidente. Desse modo, Iwabuchi (2001, 2016) destaca as trocas culturais entre países do leste asiático, como Japão, China, Taiwan, Coreia do Sul e Hong Kong, os quais não reagem e se apropriam somente de produtos da indústria cultural ocidental, mas também participam de dinâmicas locais próprias e específicas.

Nesse contexto, Iwabuchi (2001, p.200, tradução nossa) argumenta que as “formas culturais populares feitas no leste asiático não são nem ‘asiáticas’ em nenhum sentido essencialista nem cópias de segunda mão dos ‘originais americanos’”¹⁴. Segundo o autor (2016), as culturas populares da região hibridizam, habilmente, elementos locais e influências culturais estadunidenses. Cho (2016) enfatiza a cooperação e integração, desde o início dos anos 90, entre indústrias culturais transnacionais do leste asiático, sendo que o fortalecimento da cultura pop da região pode ser observado tanto no âmbito da produção, quanto do consumo. Cho (2016) indica, pois, que a cultura pop dos EUA, com o sucesso da cultura pop do leste asiático, não é mais o único, ou mesmo o principal, ponto de referência na região.

¹² Amaterasu é um *kami*, uma entidade sobrenatural, espécie de divindade, que pode ser onipresente ou mesmo onipotente. Os *kami* se diferem da concepção cristã de Deus, ou seja, tais palavras não podem ser usadas como sinônimos. Kato (2012) explica que, de acordo com a mitologia japonesa, que remonta à corte de Yamato, quando o céu e a terra se dividiram, três *kami* surgiram. Outros *kami* vieram depois, até o aparecimento de Izanagi e Izanami. Após a morte de Izanami, o *kami* Amaterasu se originou do seu olho esquerdo, sendo considerado o *kami* solar.

¹³ De acordo com Foster (2015), *yōkai* fazem parte do folclore japonês e podem ser considerados forças como espíritos, monstros, seres fantásticos ou animais que se transfiguram, tendo, portanto, muitas formas diferentes, sem definição precisa.

¹⁴ “Those popular cultural forms made in East Asia are neither ‘Asian’ in any essentialist meaning nor second-rate copies of ‘American originals’” (IWABUCHI, 2001, p.200).

Iwabuchi (2001, p.200, tradução nossa) sugere, portanto, que a juventude do leste e sudeste asiático gosta de consumir produtos que sejam “inescapavelmente globais e (leste) asiáticos ao mesmo tempo”¹⁵. Como coloca Sato (2005, p.41), os animês carregam particularidades “[...] que para serem usufruídas e apreciadas em sua globalidade dependem cada vez mais de um profundo conhecimento das tradições, crenças, hábitos e valores dos japoneses, mesmo passando por adaptações para se adequarem ao público de outros países”.

Percebe-se, dessa forma, que, enquanto há um anseio por uma cultura global e cosmopolita, as particularidades das culturas locais e regionais também são desejadas e apreciadas. A cultura pop, nesse contexto, embora carregue características de uma partilha global, é capaz de se apropriar das regionalidades, criando híbridos gloais, que, de acordo com Iwabuchi (2004), são, justamente, o que busca a audiência.

2.2.1 Geopolítica do pop japonês

O sucesso da cultura pop japonesa no mercado global levou o governo do Japão a implementar estratégias sistematizadas para promoção do *soft power*, baseado na ideia do *Cool Japan*. De acordo com Nye (2004), o *soft power* representa a habilidade de atração, de moldar as preferências de outros a partir de ideais políticos ou da força cultural, ao invés da coerção pelo poderio econômico ou militar, associados ao *hard power*.

Iwabuchi (2019) explica que a noção de *Cool Japan* está atrelada à propagação global da cultura midiática japonesa, atestada pela mídia euro-americana, que deu espaço à cobertura da crescente influência cultural do Japão. Desse modo, *Cool Japan* se tornou uma expressão que abarca os objetivos políticos e econômicos da política cultural japonesa, sendo o termo utilizado, inclusive, por gabinetes e instâncias do governo, como o Conselho para Promoção do Cool Japan¹⁶, instaurado em 2013 (IWABUCHI, 2019). Assim, segundo Iwabuchi (2019), o Japão começou a anunciar publicamente sua orientação política voltada à promoção do *soft power*, visto como meio de melhorar a marca da nação¹⁷ perante a comunidade internacional.

Dalio-Bul (2009) pontua que, em 2002, como resposta ao declínio da competitividade industrial do país, o governo japonês implementou uma nova política nacional

¹⁵ “It is in this sense that I suggest that affluent youth in East and Southeast Asia are keen to consume things, which are inescapably global and (East) Asian at the same time” (IWABUCHI, 2001, p.200).

¹⁶ “Council for the Promotion of Cool Japan”, como escrito por Iwabuchi (2019).

¹⁷ “National brand”, como colocado por Iwabuchi (2019) e cunhado por outros autores.

focada na propriedade intelectual intangível, como animês e mangás, buscando estimular e revitalizar a criação intelectual. No entanto, nem sempre tais produtos foram vistos sob a ótica dos benefícios políticos e econômicos da propagação cultural. Inicialmente, o consumo de animês, mangás e videogames era visto como mero entretenimento, por vezes vulgar ou infantil, recebendo, portanto, pouco crédito pelo seu potencial cultural ou industrial (DALIOT-BUL, 2009). Entretanto, ao longo dos anos 90, com um mercado doméstico lucrativamente consumindo essas produções e uma boa recepção internacional de tais produtos, inclusive na Ásia, o governo japonês foi estimulado a adotar políticas que considerassem o potencial político-econômico desse setor (DALIOT-BUL, 2009). De acordo com Daliot-Bul (2009), contudo, foi somente em 2005 que o Japão incorporou sistematicamente a ideia de manipular, de forma estratégica, o sucesso da produção cultural japonesa com fins diplomáticos e econômicos, com o Programa Estratégico de Propriedade Intelectual¹⁸. Tal programa aplica um conceito híbrido para a marca nacional, abrangendo produtos responsáveis pelo surgimento da noção de *Cool Japan*, bem como elementos que mesclam criatividade e tradição, como a moda ou a culinária (DALIOT-BUL, 2009).

Daliot-Bul (2009) coloca, ainda, que, apesar de tais políticas tentarem disseminar uma nova imagem do Japão internacionalmente, elas remetem a um discurso antigo, conservador e auto-exotizante, atrelado a problemáticas envolvendo a identidade nacional e cultural, uma vez que constrói a imagem de um Japão único, diferente de qualquer outra coisa. Ao falar sobre a auto-exotização japonesa, Iwabuchi (1994) recorre à ideia de japonicidade, associada a traços intrínsecos do povo, como diligência, coletivismo, lealdade e trabalho sistemático, os quais são uma construção, já que traços nacionais são culturalmente enquadrados, e não uma essência estática. Para exemplificar a falácia de tal construção, Iwabuchi (1994) cita escritos de missionários alemães que estiveram no país, os quais pontuavam justamente o contrário do que se acredita serem traços intrinsecamente japoneses, caracterizando os trabalhadores como indolentes e incapazes de trabalhar sistematicamente.

Desse modo, Iwabuchi (1994) argumenta que um dos processos pelos quais a ideia de japonicidade foi elaborada, desde meados do século XIX, foi a samuraização¹⁹. Os valores confucianos que regiam a conduta dos samurais foram amplamente disseminados pelo trabalho e pela educação, incluindo noções como lealdade, benevolência, respeito pela hierarquia e diligência; no entanto, os samurais compunham apenas 6% da população, e as pontuações dos

¹⁸ “Intellectual Property Strategic Program”, na tradução de Daliot-Bul (2009).

¹⁹ “Samuraisation” (IWABUCHI, 1994).

missionários alemães exemplificam a imperfeição e artificialidade da samuraização, bem como indicam que a formação social japonesa não é, de nenhum modo, homogênea (IWABUCHI, 1994). Como coloca Matsumoto:

Os trabalhos dos autores que foram brevemente analisados aqui [...] são considerados por muitos como clássicos dos estudos de cultura japonesa. Eles compartilham um alto grau de similaridade no modo como retratam as principais virtudes morais e valores da cultura japonesa e do povo: humildade, perseverança, educação, modéstia, frugalidade, cavalheirismo, justiça, coragem, disciplina, benevolência, sinceridade, honra, lealdade e autocontrole. Enquanto muitos desses conceitos podem ter tido raízes no código moral e ético da classe militar japonesa – no bushido – ao longo do tempo eles foram idealizados, ritualizados e institucionalizados para serem parte do panorama cultural japonês. Como tal, uma imagem consideravelmente homogênea da cultura e da sociedade japonesas emergiu, e muitas práticas culturais japonesas na religião, arte, música e dança, e outros rituais e artefatos culturais, foram exportadas pelo mundo como meio de introduzir esses tipos de valores e tradições também dentre nações não-japonesas. (MATSUMOTO, 2002, p.9, tradução nossa).²⁰

As teorias da japonicidade, ainda que sejam homogeneizantes e excluam, implicitamente, a multiplicidade de agentes que compõem a cultura, raça, etnia e língua japonesas, apagando vozes minoritárias, se tornaram populares no Japão sob o termo *nihonjinron*, o qual incorpora a literatura sobre a questão da japonicidade (IWABUCHI, 1994). Segundo Iwabuchi (1994), no período da Segunda Guerra, o expansionismo imperialista japonês foi desaprovado tanto pelo Ocidente quanto por países asiáticos, levando o Japão, como uma maneira de afirmação, a buscar uma distintividade que o diferenciasse dos demais, o que se torna o centro dos discursos do *nihonjinron*, que visa construir uma essência tipicamente japonesa.

De acordo com Rear (2017, p.2, tradução nossa), o “*nihonjinron* caracteriza o Japão como uma nação homogênea construída sobre um conjunto único de valores sociais coletivistas e harmoniosos, ao contrário daqueles em outras culturas”²¹, sendo, portanto, parte de um imaginário social que forma a identidade dos japoneses sob a premissa da singularidade. Rear

²⁰ “The works of the authors that have been briefly reviewed here [...] are considered by many to be classics in the study of Japanese culture. They share a remarkable degree of similarity in their portrayals of the key moral virtues and values of the Japanese culture and people: humility, perseverance, politeness, modesty, frugality, chivalry, justice, courage, discipline, benevolence, sincerity, honor, loyalty, and self-control. While many of these concepts may have had their roots in the moral and ethical code of the Japanese military class—in bushido—over time they were idealized, ritualized, and institutionalized to become part and parcel of the Japanese cultural landscape. As such, a fairly homogeneous picture of Japanese culture and society emerged, and many Japanese cultural practices in religion, art, music and dance, and other cultural rituals and artifacts were exported around the world as a means by which to instill these types of values and traditions among non-Japanese nations as well”. (MATSUMOTO, 2002, p.9).

²¹ “*Nihonjinron* characterizes Japan as a homogeneous nation built on a unique set of collectivist and harmonious social values, unlike those in other cultures” (REAR, 2017, p.2).

(2017) explica que o *nihonjinron* abrange, além da ideia de homogeneidade e unicidade, a crença de que o Japão possui uma estrutura vertical baseada na obrigação social e na vergonha, além da valorização da harmonia ao invés do conflito, somada à alta consciência de grupo, a qual se opõe ao individualismo ocidental; nesse ponto vê-se a construção da ideia de Japão em oposição ao Ocidente, sobre a qual também discorre Iwabuchi (1994). Como pontua Rear (2017, p.8, tradução nossa), “apesar das mudanças no *nihonjinron* ao longo dos anos, a representação da sociedade japonesa como um ente homogêneo, diametralmente oposto a um igualmente homogêneo Outro na forma do Ocidente, não se alterou”²².

Nesse contexto, Matsumoto (2002) argumenta que muitos autores partem de uma visão estereotipada, homogênea e unicultural do Japão ao tentar estudá-lo. Contudo, Matsumoto (2002, p.20, tradução nossa) pontua que tal visão “é propagada não somente pelo Ocidente, mas também por estudiosos, escritores e pelo público japonês. Assim é como os japoneses querem pensar sobre si, e como querem se representar para o resto do mundo”²³. Na visão de Iwabuchi (1994), o Japão constrói uma imagem de si, sua unicidade, a partir de sua diferenciação pelo outro, o Ocidente, em uma espécie de auto-orientalismo. Nesse contexto, o Japão aceitou, acriticamente, a hierarquia de civilizações construída pelo orientalismo e se moldou também segundo essas ideias (IWABUCHI, 1994). Nessa dinâmica, Iwabuchi (1994) argumenta que o Japão não considera sua relação com países não-ocidentais, pois está certo de sua superioridade em relação a eles. Dessa forma, a inferioridade do Japão em relação ao Ocidente pode ser compensada pela sua superioridade frente ao Oriente, fazendo com que a dicotomia Ocidente/resto se transforme na tríade Japão/Ocidente/resto, sem mudar a lógica binária inicial (IWABUCHI, 1994). Entretanto, com os novos fluxos culturais e o crescimento econômico da Ásia, o Japão passou a tentar recuperar sua identidade asiática (IWABUCHI, 2002).

Apesar do sucesso dos seus produtos pop, tal relação conturbada entre o Japão e demais países asiáticos impõe obstáculos à promoção efetiva do *soft power* e de políticas diplomáticas japonesas na região (LAM, 2007). Tópicos como o passado imperialista japonês, a responsabilidade pós-guerra e a expressão de remorso inadequada por parte do Japão em relação ao militarismo são parte de debates no leste asiático, inflamados por controvérsias como

²² “Despite the changes in *nihonjinron* over the years, the representation of Japanese society as a homogeneous Self diametrically opposed to an equally homogeneous Other in the form of the West has not altered” (REAR, 2017, p.8).

²³ “In summary, stereotypic views about Japanese culture are promulgated not only by Westerners but also by Japanese scholars, writers, and the Japanese public. This is what the Japanese want to think about themselves, and this is how they want to portray themselves to the rest of the world” (MATSUMOTO, 2002, p.20).

visitas de políticos ao templo Yasukuni e a abordagem problemática da questão das “mulheres de conforto” (DALIOT-BUL, 2009).

Kato (2012) pontua que, na cultura japonesa, há foco especial no presente, sendo que o próprio idioma sugere a confluência de passado e futuro ao momento instantâneo. Nesse sentido, o autor (2012) argumenta que tal valorização do presente acaba por abrandar a necessidade de se assumir erros passados, tomando como exemplo questões históricas. Segundo Kato (2012, p.15), “enquanto a sociedade alemã não procurou enterrar os campos de concentração (Auschwitz), a sociedade japonesa, por sua vez, tentou fazê-lo com o Massacre de Nánjīng (1937)”, marcado pela invasão do Japão à China, onde ocorreram assassinatos e estupros em massa.

A falta de responsabilização pode ser vista, também, na questão das “mulheres de conforto”. Soh (1996) afirma que, apesar do termo eufemístico *mulheres de conforto*, a expressão se refere à escravidão sexual promovida pelo Japão durante a Guerra do Pacífico (1941-1945). Ainda que mulheres de Taiwan, Filipinas, Tailândia, Indonésia, e até do próprio Japão, tenham sido levadas ao trabalho sexual forçado, estima-se que as coreanas representavam cerca de 80% das vítimas (SOH, 1996). No entanto, como pontua Lam (2007), a responsabilidade pela escravidão das mulheres de conforto não é adequadamente assumida pelo Japão, como pode-se observar no caso do primeiro-ministro Abe Shinzo, que chegou a afirmar que não havia evidências da coerção de mulheres asiáticas pelos japoneses durante o período de guerra. Mais tarde, o primeiro-ministro teve que se desculpar.

As polêmicas que envolvem a relação entre o Japão e os países vizinhos se estende ao templo Yasukuni, localizado em Tóquio e visitado múltiplas vezes por lideranças japonesas. Shibuichi (2005, p.198, tradução nossa) explica que “alguns veem essas visitas como representações da ascensão do nacionalismo e militarismo jingoístas no Japão”²⁴, já que o templo homenageia soldados, oficiais e civis mortos durante o serviço militar, incluindo quatorze criminosos de guerra classe A (referente a crimes contra a paz). Dessa forma, “os chineses e coreanos sustentam, naturalmente, visões negativas de Yasukuni, pois historicamente eles foram vítimas dos avanços imperialistas japoneses”²⁵ (SHIBUICHI, 2005, p.199, tradução nossa). Assim, como pontua Kato (2012), enquanto a confiança entre o povo

²⁴ “Some see these visits as representing the rise of jingoistic nationalism and militarism in Japan” (SHIBUICHI, 2005, P.198).

²⁵ “The Chinese and Korean people naturally hold negative views of Yasukuni, because historically they have been the victims of Japan’s imperialist drives” (SHIBUICHI, 2005, p.199).

alemão e francês foi eventualmente reestabelecida após o fim da Segunda Guerra, o mesmo não aconteceu entre Japão e China, por exemplo.

Portanto, embora a cultura pop japonesa faça sucesso globalmente, diversos elementos dificultam a promoção efetiva do *soft power* e da marca *Cool Japan*, especialmente com questões históricas que ainda enfraquecem, de certo modo, as relações diplomáticas entre o Japão e países do leste asiático (DALIOT-BUL, 2009; LAM, 2007; AKAHA, 2005). Contudo, ainda que a dimensão geopolítica do pop japonês possa levantar dúvidas quanto à eficácia do *soft power* e carregar diversas problemáticas em termos diplomáticos, em uma perspectiva mercadológica, a cultura pop japonesa possui êxito praticamente inegável, encabeçada, principalmente, por produtos como animês, mangás e *games*.

2.2.2 Animês e Mangás

Embora a imagem do *Cool Japan* abranja áreas como a moda, culinária, turismo, e mesmo elementos dicotômicos como tradições e tecnologia, “a face mais aparente da presença midiática do Japão no contexto global e que, conseqüentemente, concentra os investimentos advindos do governo, diz respeito aos animês e mangás” (ARAÚJO, 2020, p.104). Para Albuquerque e Cortez (2013), os incentivos governamentais na área, com a promoção do *soft power* em vista, o papel das novas mídias na difusão de produtos audiovisuais, ao menos no Brasil, e o consumo generalizado da cultura pop japonesa, que ultrapassa o interesse em um único produto, são pontos característicos da experiência bem-sucedida de produção dos animês.

Apesar de abarcarem inúmeros gêneros, estilos, temas e modos de produção, os animês e mangás são frequentemente reduzidos, por quem os conhece apenas de maneira superficial, a personagens de olhos grandes, por vezes histéricos, com expressões exageradas e cabelos espetados de cores artificiais. A associação à franquia *Pokémon*, um dos maiores sucessos exportados pelo Japão, também pode evocar imagens de bichinhos fofos e temáticas infantis, voltadas exclusivamente a crianças. No entanto, o meio é muito mais complexo do que tais características reducionistas à primeira vista sugerem. É importante, portanto, contextualizar o surgimento e o desenvolvimento de tais expressões artísticas e comerciais, bem como perpassar discussões que aprofundem o entendimento sobre o tema, de modo que seja possível melhor compreender e identificar as diversas potencialidades dos mangás e, mais especificamente, dos animês.

2.2.2.1 Histórico e contextualização

Ainda que muitos afirmem que o primeiro animê foi *Hakujaden*²⁶, longa de 1958, “essa informação, baseada em periódicos japoneses sobre animação, desconsidera toda a produção independente e comercial que houve no Japão desde o início do século XX e que foi a base para a existência da atual indústria de animação japonesa” (SATO, 2005, p.29). De acordo com Sato (2005), a partir do contato, por volta de 1910, com animações provenientes de centros como Nova York, desenhistas japoneses começaram a se interessar pela área, ainda que por iniciativas individuais. Antes disso, a própria palavra que designa animação na língua japonesa era diferente – *doga* ou, literalmente, imagens em movimento – sendo que, na década de 50, passou-se a utilizar o termo *anime*, derivado de *animation*, para a referência a qualquer tipo de animação, japonesa ou não (SATO, 2005). No Ocidente, “com a difusão de produções de animação japonesas no exterior a partir da década de 1980, a palavra ‘animê’ virou sinônimo de animação com a estética e a técnica desenvolvida pelos japoneses [...]” (SATO, 2005, p.32).

Mesmo que não possa ser considerado o primeiro animê produzido, Nagado (2007) pontua, contudo, que *Hakujaden*, lançado em vídeo inclusive no Brasil, foi a primeira produção da Toei Animation distribuída em circuito comercial, precedendo outras, como *Manga Calendar*, primeiro animê para TV, veiculado pela emissora TBS. Sato (2005) e Nagado (2007) são enfáticos, nesse contexto, em ressaltar a importância de Osamu Tezuka para a expansão e consolidação não somente dos animês, mas também dos mangás. Nagado (2007) argumenta que *Astro Boy* (1963), de Tezuka, foi o grande responsável por impulsionar a lucrativa indústria de animação japonesa. Sato (2005) explica que, devido à exibição regular de *Astro Boy*, a qual não era observada, por exemplo, em *Manga Calendar*, o animê de Tezuka, baseado em mangá do próprio autor, é considerado por alguns a primeira série efetiva de animê da televisão, conquistando bons índices de audiência. A partir de *Astro Boy*, portanto, a indústria de animação japonesa começa a se desenvolver de fato; seguindo os passos de Tezuka, que exportou a produção para os EUA, outros estúdios passaram, também, a exportar seus animês (SATO, 2005).

Embora os animês possam ser os produtos de maior exportação do Japão, eles carregam, em sua maioria, traços estilísticos, e mesmo histórias e personagens, provenientes dos mangás (NAGADO, 2007). Segundo Nagado (2007), o termo *manga* foi utilizado pela

²⁶ A Lenda da Serpente Branca.

primeira vez por Katsushika Hokusai em 1814, artista aclamado por obras de estilo ukiyo-ê, como *A Grande Onda de Kanagawa e Fuji Vermelho*, para se referir a charges de cunho político e social. O mangá da forma seriada, semelhante ao que se vê hoje, com histórias e personagens fixos, começou a ser produzido entre o final do século XIX e início do século XX, inicialmente republicando tirinhas ocidentais, que passaram a ser substituídas por obras mais próximas da realidade japonesa (NAGADO, 2007).

De acordo com Sato (2007), o jornalista inglês Charles Wirgman foi o responsável pela primeira revista de humor de estilo ocidental no Japão, fundada em 1862, a qual foi traduzida para o japonês devido ao fascínio do público. Sato (2007) ainda cita o francês George Bigot, que criou a revista *Tobae* em 1887, utilizando características de desenho diferentes das usadas pelos japoneses até então. Tais imigrantes, segundo Sato (2007), levaram ao Japão, com suas publicações, as características básicas dos quadrinhos modernos, como a narrativa por imagens sequenciais e a utilização de balões de texto. Contudo, foi com Osamu Tezuka, que misturou técnicas de narração cinematográfica e de *storyboard* de animação à linguagem dos quadrinhos, inovando nos efeitos gráficos e linhas de ação, que o mangá moderno se consolidou no Japão (NAGADO, 2007; SATO, 2007).

Nagado (2007) comenta que o primeiro mangá publicado no Brasil foi *Lobo Solitário*, pela Editora Cedibra em 1988. Contudo, o autor (2007) pontua que foi apenas em 2001, com a publicação de *Cavaleiros do Zodíaco* e *Dragon Ball Z* pela Conrad, que os mangás se popularizaram no país. Embora os primeiros animês tenham sido exibidos no Brasil ainda no final da década de 60, principalmente na TV Record e TV Tupi, foi também com a exibição de *Cavaleiros do Zodíaco*, em 1994 pela extinta TV Manchete, que ocorreu o *boom* de animês, trazendo a cultura pop japonesa definitivamente à pauta brasileira (NAGADO, 2007). Outros sucessos exibidos na TV aberta incluem *Naruto* e *Pokémon*, franquias que abrangem não somente os animês e mangás, mas também jogos e produtos como bonecos, mochilas, artigos de vestuário, dentre outros.

Com o crescimento das plataformas de *streaming*, hoje o catálogo de animês oficialmente distribuídos no Brasil é extenso. De acordo com levantamento realizado, em 2020, pelo Observatório da Qualidade no Audiovisual²⁷, Netflix e Amazon Prime Video somam, juntos, mais de 130 animês seriados disponíveis aos brasileiros, desconsiderando as obras longa-metragem, como aquelas do Studio Ghibli. Além disso, a Crunchyroll e a Funimation,

²⁷ Disponível em: <https://observatoriodoaudiovisual.com.br/asia-pop-estudo-sobre-as-producoes-audiovisuais-japonesas-e-sul-coreanas-e-seus-desdobramentos-no-contexto-brasileiro/>. Acesso em 3 mar. 2021.

plataformas especializadas em animês, também operam em território nacional, disponibilizando outras centenas de produções. Em relação ao mercado editorial de mangás, JBC, Panini e NewPOP são três das principais empresas responsáveis pela publicação de títulos no Brasil, somando, juntas, mais de 300 títulos publicados ou em processo de publicação, dentre produções em andamento e finalizadas, de acordo com as informações disponíveis nos sites das editoras²⁸.

A publicação de mangás é inteiramente segmentada, baseada no público-alvo, indicado por sexo e faixa-etária, sendo tal modelo herança de um conceito editorial criado pela editora Kodansha ainda nos primórdios do século XX (NAGADO, 2007; SATO, 2007). Muitas vezes originários dos mangás, cuja circulação, no Japão, ocorre em grande parte através da serialização em revistas semanais ou mensais, e apenas posteriormente compilados em edições semelhantes às utilizadas no Brasil, os animês, assim como essas revistas, costumam ser divididos por demografia. Dentre as principais demografias estão o *shounen* e o *shoujo*, voltados, respectivamente, a jovens do sexo masculino e feminino, geralmente pré-adolescentes e adolescentes, além do *seinen* e *josei*, que buscam atingir, nesta ordem, homens e mulheres na fase adulta. Há, ainda, as produções *kodomo*, específicas para o público infantil²⁹. Embora a demografia se diferencie de gênero, como fantasia, comédia, *slice of life*³⁰, *isekai*³¹ ou *hentai*³², muitos confundem tais classificações, utilizando as divisões por público-alvo como sinônimos de gênero. De fato, muitas obras inseridas em determinada demografia apresentam estruturas semelhantes, fazendo com que a indicação de público-alvo se confunda com um gênero em si. Um exemplo pode ser observado nas produções *shounen*, as quais frequentemente são protagonizadas por garotos jovens, incansáveis na busca por um objetivo, e repletas de cenas de lutas e ação.

Com tal variedade de público e gênero, é natural que animês e mangás não só variem em temática, mas também possuam particularidades estéticas, muitas vezes marcadas pelo estilo próprio do autor ou *mangaká*, contradizendo a concepção generalista que associa, necessariamente, essas produções a personagens com características sempre similares, a

²⁸ Disponíveis em: <https://loja.panini.com.br/panini/vitrines/mangas.aspx> / <https://www.lojanewpop.com.br/> / <https://editorajbc.com.br/mangas/>. Acesso em 3 mar. 2021.

²⁹ Os termos que dão nome às demografias já indicam, na própria língua japonesa, o público ao qual se destinam, uma vez que, por exemplo, *shounen*, *shoujo* e *kodomo* significam, respectivamente, garoto, garota e criança.

³⁰ Pode ser traduzido, literalmente, como pedaço, ou fatia, da vida. Esse gênero de animês e mangás foca em eventos cotidianos, muitas vezes com tom cômico.

³¹ Os animês e mangás *isekai* abordam mundos, épocas ou realidades diferentes e paralelas, para onde os protagonistas são transportados ao longo da narrativa.

³² As produções *hentai* possuem conteúdos eróticos e pornográficos, podendo conter cenas explícitas.

exemplo dos olhos grandes e cabelos espetados. Pode-se citar, nesse contexto, as obras *Devilman* (1972-1973), de Go Nagai, *Akira* (1982-1990), de Katsuhiro Otomo, *Tomie* (1987-2000), de Junji Ito, e *A Menina do Outro Lado* (2015-2021), de Nagabe; todos são mangás com posterior adaptação para animê, e cada um possui traços e estilo próprios, que quebram a noção estética estereotipicamente associada a essas produções.

Figura 1: A Menina do Outro Lado, Akira e Tomie.



Fonte: Darkside Books/Akira Committee Company Ltd./Pipoca e Nanquim

Ainda que não se possa descartar a particularidade e a qualidade de estilo nessas produções, muitas obras possuem, sim, traços estreitamente relacionáveis à estética comumente associada aos animês e mangás, como *Kimetsu no Yaiba* (2016-2020) ou *InuYasha* (1996-2008) por exemplo. No entanto, aqui argumenta-se que, da mesma forma que não se pode o fazer com as narrativas e temáticas, não é possível restringir o estilo e a estética de animês e mangás a um modelo homogêneo e pré-definido. Como aponta Hernández-Pérez (2019), os primeiros estudos acadêmicos publicados no Ocidente sobre animês e mangás, principalmente em inglês e francês, continham majoritariamente um tom informativo e falharam em estabelecer uma teorização de tais produções, uma vez que as tratavam como “entidades monolíticas” ao invés de discutirem-nas como produtos ambíguos e complexos.

2.2.2.2 Complexidade e potencial da animação japonesa

Como pontuado, animês e mangás são mais heterogêneos do que podem, à primeira vista, parecer. Nesse sentido, abordando a complexidade do campo, Lamarre (2009, p.xiv, tradução nossa) explica, justamente, que o termo *animê* “abrange uma vasta extensão de plataformas midiáticas, convenções estéticas e atividades de fãs [...]”³³ e pontua que a circulação, a distribuição e, com crescente frequência, a produção dessas animações são feitas de maneira transnacional. O autor (2009) argumenta, ainda, que os animês são um ponto nodal em redes transmídia, podendo envolver inúmeras narrativas e plataformas além dos mangás, como o cinema e os *games*. Por isso, Hernández-Pérez (2019) se refere aos animês como parte de um meio, ou *medium*, e propõe a utilização do termo “manga media”, de modo a abranger a complexidade e a natureza transmídia desse tipo de objeto de estudo, considerando tanto a produção quanto a distribuição e o consumo. A própria transposição frequente de histórias de mangás para animês – e vice-versa – já dá indícios da multiplicidade desse meio. Ao se falar em animês, fala-se, desse modo, em uma indústria multiforme, que não pode ser resumida a um único formato ou a um conjunto limitado de características e modos de produção.

Essa noção é defendida por Napier (2001, p.235, tradução nossa), que diz ser “impossível tentar resumir o mundo da animação japonesa”, já que “[...] o universo dos animês é extremamente diverso e seria fútil tentar colocá-lo em uma única estrutura de categorização”³⁴. Tal diversidade, para Napier (2001), permite que os animês trabalhem problemáticas variadas a partir de abordagens ricas e distintas, pautando questões não somente relativas especificamente à sociedade japonesa, mas também universais. Como aponta a autora (2001, p.6), “definir animês como simplesmente ‘desenhos japoneses’ não transmite a noção da profundidade e da variedade que compõem o meio”³⁵.

Nesse contexto, enquanto as animações são, por muitos, vistas como produções infantis ou inocentes, voltadas a um público jovem, os animês podem abordar temáticas maduras ou pesadas, com *storylines* complexos, desafiando a relutância, majoritariamente ocidental, no tratamento de temas adultos por meio da animação (NAPIER, 2001). Como coloca

³³ “The Japanese animations that are loosely grouped under the term anime entail an exceedingly vast range of media platforms, aesthetic conventions, and fan activities; they are today distributed or circulated transnationally and, with increasing frequency, are also produced transnationally” (LAMARRE, 2009, p.xiv).

³⁴ “It is impossible to try and sum up the world of Japanese animation. As this book has tried to show, the anime universe is an extraordinarily diverse one, and it would be futile to attempt to pigeonhole it into any single categorizing structure” (NAPIER, 2001, p.235).

³⁵ “To define anime simply as ‘Japanese cartoons’ gives no sense of the depth and variety that make up the medium” (NAPIER, 2001, p.6).

Sato (2005, p.30), Noburo Ofuji, um dos pioneiros da animação japonesa e realizador do primeiro animê sonoro, já havia afirmado, ainda em 1930, que “a animação não era necessariamente uma arte cômica, mas uma forma de cinema viável para tratar de temas adultos, dramáticos e eróticos”. A própria segmentação dessas obras por público e faixa-etária já demonstra que tais produções não se restringem a um público jovem ou infantil. É nesse sentido que Napier (2001, p.8, tradução nossa) defende que os animês, “com seu amplo escopo de assuntos, são também um espelho útil da sociedade japonesa contemporânea, oferecendo um arranjo de *insights* sobre problemas, sonhos e pesadelos significativos”³⁶.

Contudo, não é somente mediante o conteúdo narrativo que os animês podem se voltar a uma audiência mais madura; a forma e estrutura narrativas também são, muitas vezes, construídas de maneira intrincada ou mesmo experimental. Loriguillo-López (2018) defende que, contrariando a simplicidade que muitos associam às narrativas dos animês, muitas dessas animações são narrativamente complexas, com características como cognoscibilidade, autoconsciência e comunicabilidade, assim como pode-se observar em filmes quebra-cabeça e na TV complexa. Apesar de não utilizar especificamente a ideia de complexidade narrativa, Bolton (2018) também atribui aos animês características comumente associadas a esse tipo de estrutura. Para Bolton (2018), uma das qualidades principais que diferenciam os animês de outros meios é a capacidade de tais obras oscilarem rapidamente entre imersão e distância, sendo essa imersão frequentemente quebrada pela inserção de dispositivos textuais autoconscientes, ou seja, que levam a atenção do espectador para a forma narrativa, quebrando a diegese. De acordo com Mittell (2015), uma das características das narrativas complexas é, justamente, o desvio do foco do público para a estética operacional; o espectador não só aproveita a história que está sendo contada, mas também o modo como está sendo contada, seus mecanismos narrativos.

Nesse sentido, Bolton (2018) afirma que o contexto particular de produção dos animês levou tanto ao encorajamento da experimentação formal quanto à formação de uma audiência que busca esse tipo de experimentação. Loriguillo-López (2018, p.527, tradução nossa) pontua, nesse sentido, que o grau de aceitação dos animês narrativamente complexos faz dessas obras “formas de arte paradigmáticas para a experimentação narrativa em um mercado

³⁶ “Furthermore, anime, with its enormous breadth of subject material, is also a useful mirror on contemporary Japanese society, offering an array of insights into the significant issues, dreams, and nightmares of the day” (NAPIER, 2001, p.8)

hipersaturado como o do audiovisual japonês”³⁷. Desse modo, Loriguillo-López (2018) defende que, ao desafiar as formas de narração clássicas presentes em filmes e ficções televisivas *mainstream*, os animês complexos se tornam uma vantagem competitiva se considerado o atual contexto do mercado audiovisual.

Apesar de ter-se enfatizado que os animês não são produções exclusivamente infantis ou juvenis, eles abrangem também esse público-alvo, podendo servir, inclusive, como ferramentas educacionais, seja em uma perspectiva escolar ou informal. Ao discutir a presença de valores universais nos animês *Naruto Shippuden* (2002-2007), *Death Note* (2006-2007) e *Fullmetal Alchemist* (2003-2004), Machado conclui:

Os animês japoneses, os produtos preferidos delas³⁸ e ignorados pela maioria dos adultos, são narrativas míticas, complexas e bem estruturadas, criadas e desenvolvidas em uma outra matriz cultural que podem funcionar como campo de problematização moral, pois como pudemos evidenciar nessa pesquisa, privilegiam as reflexões sobre valores. Essas narrativas tematizam a natureza do bem e do mal, o papel da sexualidade, diferenças, o lugar da violência na configuração das sociedades e das relações, a transcendência, a vida e a morte, força, coragem, tirania, perfeição entre outros valores caros à maioria das culturas. (MACHADO, 2013, p.7047).

Nesse contexto, Machado (2013, p.7047) argumenta que, ao fazerem a mediação entre os animês e as crianças e jovens, pais e professores devem “[...] estabelecer diálogos permanentes sobre o que eles veem e procurar oferecer-lhes mais elementos para que possam lidar cada vez com mais competência e criatividade com aqueles conteúdos”. Embora o autor não fale sob essa perspectiva, tal afirmação se relaciona estreitamente às discussões sobre a promoção da literacia midiática em ambientes formais ou informais, a qual será, neste trabalho, posteriormente abordada.

Fukunaga (2006), por sua vez, encara os animês como boas ferramentas para o aprendizado da língua japonesa fora da sala de aula. No entanto, para além do idioma, Fukunaga (2006) enxerga, ainda, não somente a possibilidade de atrair a atenção dos alunos a partir de textos da cultura pop como animês, mas também de discutir aspectos da cultura japonesa e problemas globais, incentivando os estudantes a adotarem uma visão crítica e uma postura ativa no aprendizado. Nesse contexto, o autor (2006) reforça os potenciais da cultura pop em um ambiente educacional formal.

³⁷ “El grado de aceptación de estos títulos hace del anime complejo una forma de arte paradigmática de la experimentación narrativa en el seno de un mercado hipersaturado como el del audiovisual japonés.” (LORIGUILLO-LÓPEZ, 2018, p.527).

³⁸ “Delas” se refere ao termo “crianças e jovens”, utilizado em frase anterior do autor.

De modo semelhante, Chandler-Olcott e Mahar (2003, p.564, tradução nossa), ao estudarem *fanfics*³⁹ inspiradas em animês feitas por alunos do Ensino Fundamental, argumentam que “o reconhecimento das fanfictions – ou outras formas textuais privilegiadas por estudantes e marginalizadas por professores – em uma comunidade formal de aprendizado pode aumentar o engajamento e as conquistas de estudantes na literacia”⁴⁰. Apesar de as *fanfics* não se inspirarem somente em obras da cultura pop japonesa, tais produções possuem grandes comunidades de fãs que se engajam na escrita desses textos e, portanto, oferecem certas possibilidades quanto à promoção da literacia midiática a partir da produção textual.

Dessa forma, é possível observar que, tratando de inúmeras temáticas, voltadas a diferentes públicos-alvo, com estruturas narrativas variadas e perpassando plataformas diversas, os animês possuem potencialidades relevantes não só em termos de fomento à literacia midiática, como também quanto à apresentação de temas – e críticas – de importância política, social ou cultural, bem como à experimentação narrativa e estética.

2.3 CULTURA DE FÃS

Com a abordagem de discussões acerca da complexidade do meio e das diferentes possibilidades envolvendo animês e mangás, questões relativas à cultura de fãs foram tangenciadas. Apesar de hoje ser um campo consolidado, os estudos sobre fãs nem sempre obtiveram espaço, e mesmo reconhecimento, na academia. Considerando a etimologia da palavra, o termo *fã* sempre se associou, em alguma medida, a estereótipos negativos; derivando da palavra em latim *fanaticus*, que originalmente designava aquilo que era pertencente ou devoto a um templo, o termo logo passou a ser utilizado como referência ao que era excessivo, próximo à loucura (JENKINS, 1992; SANDVOSS, 2003).

Jenkins (1992) comenta, por exemplo, que os assassinatos cometidos por Charles Manson, fã dos Beatles, e por Dwight Chapman, fã de John Lennon, foram associados pela mídia a uma imagem estereotipada do fã como alguém instável, perigoso e fora da realidade. O mesmo pôde ser observado no Japão com o termo *otaku*. Enquanto a palavra se refere, de modo geral, àqueles que se engajam em formas de subcultura ligadas a animês, mangás, videogames,

³⁹ *Fanfics* são histórias ficcionais feitas por fãs a partir de universos ficcionais já existentes ou mesmo a partir de celebridades reais, como atores, cantores ou bandas.

⁴⁰ “We see a number of other ways that acknowledging fanfictions- or other text forms privileged by students but marginalized by teachers within formal learning communities can increase student engagement and achievement in literacy” (CHANDLER-OLCOTT; MAHAR, 2003, p.564).

ficção científica, dentre outros, sua utilização ganhou conotação negativa a partir dos assassinatos em série cometidos por Tsutomu Miyazaki, uma vez que os crimes foram ligados, pela mídia, ao interesse do homem por mangás, animês e filmes de terror (AZUMA, 2009). Azuma (2009) afirma que, a partir de então, *otaku* passou a fazer referência, para o público em geral, a pessoas antissociais, problemáticas e ameaçadoras.

Mediante a primeira onda dos estudos sobre fãs, tais estereótipos foram contestados em nível acadêmico. Os fãs passaram a ser entendidos como uma comunidade produtiva e ativa, que subvertia e questionava o poder das grandes indústrias do entretenimento, o que colocou em xeque as representações problemáticas dos fãs na mídia e no discurso acadêmico (GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2017). Por sua vez, a segunda onda se concentrou no modo como o capital social, econômico e cultural têm influência nas comunidades de fãs, muitas vezes replicando hierarquias que se relacionam a questões maiores de desigualdade social, o que contraria a associação do *fandom*, pela primeira onda, a um espaço de extrema emancipação e reformulação das relações de gênero (GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2017).

O que Gray, Sandvoss e Harrington (2017) denominam terceira onda dos estudos de fãs engloba os trabalhos que têm como foco, em nível micro, as relações intrapessoais dos fãs com seus objetos, considerando os prazeres e motivações individuais, e, em nível macro, os estudos que abordam os fãs sob uma perspectiva abrangente, relativa às transformações sociais, econômicas e culturais da contemporaneidade. Nesse contexto, o *fandom* compreende uma pluralidade de práticas, motivações, indivíduos e grupos, navegando entre as experiências pessoais e as trocas dentre as comunidades (GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2017).

Desse modo, não há como definir rigidamente o que é um fã ou um *fandom*, bem como suas práticas. Alguém que se intitula fã de algo pode, sob a ótica de outra pessoa, ser apenas um consumidor. Da mesma forma, alguém que recusa se denominar fã pode também, por outros, ser visto como pertencente a determinado *fandom*. Como comenta Hills (2015, p.149), “o fandom é realizado de maneira diferente e pode significar diversas coisas em distintos microcontextos, em diferentes momentos de interação social, e até mesmo em plataformas distintas”. Similarmente, Duffett (2013) argumenta que, mesmo que duas pessoas sejam fãs da mesma coisa, o *fandom* de uma pode ser experienciado de forma bem diferente da outra. Nesse contexto, Sandvoss (2003) enfatiza que muitos fãs de futebol se enquadram no que outros autores denominariam “audiência normal”. No entanto, segundo o autor (2003), o termo *fã* se encaixa adequadamente a esses espectadores, o que reforça a multiplicidade das práticas de fãs,

em contraposição a uma definição estática e pré-concebida, a qual não traduz a dinamicidade do meio.

Dessa forma, Sandvoss (2003) pontua que, enquanto os fãs se engajam mais regularmente em atividades relativas aos objetos do *fandom*, com práticas mais estruturadas do que a audiência no geral, nem todos os fãs são necessariamente ativos, participativos e entusiasmados a todo momento. “Contudo, muitos espectadores e leitores que não participam ativamente nas comunidades de fãs e na produtividade textual adquirem, mesmo assim, uma percepção distinta do eu e da identidade social a partir do consumo como fã” (SANDVOSS, 2013, p.25). Sandvoss (2013, p.25) coloca, portanto, que muitos estudos “[...] se baseiam em uma definição estreita de fandom, estudando apenas aqueles que participam ativamente das comunidades de fãs por meio de convenções, encontros e produção textual”; no entanto, a produtividade e a participação na comunidade não têm relação direta com o grau de afeto ou prazer do fã.

Nesse sentido, como pontuado por Gray, Sandvoss e Harrington (2017), o *fandom* abrange tanto atividades individuais como coletivas. Enquanto alguém pode apenas acompanhar avidamente uma série de TV, outros podem ler ou participar de discussões online, bem como produzir conteúdos diversos a partir da obra cânone, como *fanfics*, *fanarts*⁴¹, *podfics*⁴², dentre outros. Apesar de se engajarem de modo diferente com o objeto do *fandom*, todos podem, nesse contexto, compartilhar a identidade como fã. Desse modo, uma vez que o fandom é plural e dinâmico, as práticas de fãs também são múltiplas e heterogêneas.

Duffett (2013) categoriza as práticas de fãs em três segmentos: conexão (com a história ou personagem), apropriação (de significado) e performance (ordenada pelos próprios fãs). No campo da conexão, o autor (2013) cita a busca por autógrafos ou encontros com os ídolos, enquanto a apropriação engloba atividades como dar *spoilers*⁴³ ou escrever *fanfics*. As atividades de performance, por sua vez, abrangem a participação e o engajamento com o texto de modo geral – como, por exemplo, o ato de repetir um bordão de um personagem ou cantar uma música –, além de práticas como colecionar, escrever em blogs ou fazer *cosplay*⁴⁴ (DUFFET, 2013). É possível ter, portanto, um vislumbre da multiplicidade das práticas de fãs.

⁴¹ *Fanarts* são artes feitas por fãs, como ilustrações ou quadrinhos, baseadas em personagens ou histórias já existentes.

⁴² *Podfics* são, de modo geral, fanfics feitas em formato de *podcast*.

⁴³ “Dar *spoiler*” é uma expressão que designa o ato de revelar elementos do enredo de uma obra para aqueles que ainda não conferiram totalmente a produção em questão.

⁴⁴ “Fazer *cosplay*” se refere à ação de fantasiar-se de algum personagem, muitas vezes acompanhando encenação. A palavra é uma junção dos termos *costume* (fantasia) e *play* (brincar, jogar).

Nesse contexto, muitas atividades antes desempenhadas pelos *fandoms* foram se modificando ou sendo substituídas por outros tipos de práticas. Se os fanzines eram, antes da popularização da internet, escritos e publicados com frequência pelos fãs, os quais podiam se socializar, criando uma noção de comunidade, e se expressar criativamente (DUFFET, 2013), hoje essas publicações são escassas. Discussões no Twitter, grupos no Discord, comentários em plataformas de *fanfics* e postagens no Reddit são alguns exemplos de como os fãs, atualmente, interagem e potencialmente compartilham a sensação de pertencimento a uma comunidade.

Essas mudanças nos modos de interação e de criação de conteúdo pelos fãs se relacionam estreitamente às novas configurações midiáticas propiciadas pelas transformações tecnológicas, e também sociais, das últimas décadas. Para Jenkins (2008), em meio à cultura participativa, na qual papéis de consumidores e produtores se justapõem e se articulam em um novo tipo de dinâmica, os conteúdos não se restringem somente a uma plataforma, mas seguem um fluxo que percorre múltiplos suportes, no que o autor denomina convergência midiática. A participação ativa dos consumidores, dentre os quais os fãs, é essencial nesse cenário (JENKINS, 2008).

Embora não se possa dizer que a circulação e o compartilhamento de mensagens e significados tenham origem nas novas dinâmicas midiáticas, esse movimento ocorre “[...] agora num escopo e numa velocidade exponencialmente maiores, graças aos favorecimentos garantidos pelas ferramentas sociais on-line” (JENKINS; FORD; GREEN, 2015, p.34). Nesse contexto, Jenkins, Ford e Green (2015, p.57) apontam que os grupos de fãs, os quais “[...] têm sido inovadores quanto ao uso de plataformas participativas para organizar e responder a textos de mídia”, foram um dos primeiros grupos a adotar práticas de propagabilidade, que estimulam a circulação e a reconfiguração de conteúdos. Como colocam os autores:

Quando o material é propagado, ele é refeito: seja literalmente, ao ser submetido aos vários procedimentos de remixagem e sampleamento, seja figurativamente, por meio de sua inserção em conversas em andamento e através de diversas plataformas. Esse contínuo processo de transformação do propósito original e de recirculação está corroendo as divisórias percebidas entre produção e consumo. (JENKINS; FORD; GREEN, 2015, p.54).

Se antes era necessário possuir uma boa câmera fotográfica para fazer vídeos de alta qualidade e um programa de computador para editá-los, hoje esse processo pode ser feito inteiramente pelo celular. Do mesmo modo, as plataformas online permitem que os conteúdos criados sejam postados e compartilhados por qualquer pessoa com acesso à internet, o que não era possível com as mídias tradicionais. Dessa forma, com as possibilidades das atuais

ferramentas digitais, as comunidades de fãs podem ampliar seu alcance e sua gama de práticas, inclinando-se com mais facilidade à produção ativa de mensagens e significados.

2.3.1 Os fandoms de animês e mangás

Assim como explicitado que animês e mangás abrangem um amplo espectro de obras, com traços, gêneros e demografias distintas, ao abordar os *fandoms* de animês e mangás, não é possível falar em um *fandom* unificado. Fãs de *Sailor Moon* podem, por exemplo, não gostar de outros *shoujo*, assim como fãs de uma determinada produção, como *Akira*, podem não gostar de nenhum outro tipo de obra da cultura pop japonesa. No entanto, é muito comum que esses fãs não consumam apenas uma única produção, mas se interessem por diversos outros animês e mangás, ainda que possam não se identificar como fãs de todas as obras consumidas. Da mesma forma que aqueles que gostam de filmes assistem, normalmente, a várias películas, podendo identificar-se como fãs, ou não, de algum diretor ou obra específica, o mesmo ocorre com as produções japonesas. Entretanto, no Ocidente, os fãs dessas produções frequentemente se identificam, de modo geral, como fãs da cultura pop japonesa, compartilhando uma identidade mais ampla associada à cultura *otaku*. Há, portanto, diferentes nuances a serem consideradas quando se fala em fãs e cultura pop japonesa.

Apesar de possuírem particularidades, de modo geral os *fandoms* de animês e mangás são extremamente ativos no contexto brasileiro, inclusive na produção textual. Como coloca Nagado (2007), a popularização dos animês no Brasil começou com a exibição de *Cavaleiros do Zodíaco*, em 1994, na TV Manchete. Entretanto, nem sempre a oferta de animês acompanhou a demanda, o que motivou o crescimento do *fansubbing*⁴⁵ ainda na década de 90, quando as produções eram exibidas, muitas vezes, de forma descontínua (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013). Sem a grande oferta de títulos como hoje vê-se nas plataformas de *streaming*, anteriormente o acesso oficial aos animês dependia, principalmente, da televisão, que nem sempre investia nessas produções ou investia em nichos específicos, como os animês *shounen*. Nesse contexto, “a prática *fansubber* passou de uma condição amadora para se constituir na principal base de mediação dos animes para os fãs brasileiros” (URBANO, 2013, p.153).

Movimento similar pode ser observado com os mangás, cujo acesso oficial depende da indústria editorial brasileira. Embora inúmeros títulos sejam, hoje, publicados no Brasil,

⁴⁵ O *fansubbing* se caracteriza pela legendagem informal, feita por fãs, de produções que ainda não foram oficialmente disponibilizadas ou que, de algum modo, não podem ser acessadas oficialmente.

muitas vezes o alto preço se torna um empecilho a esse acesso. Além disso, como a publicação dos mangás no Japão é feita, normalmente, em capítulos disponibilizados em revistas semanais ou mensais, há um considerável intervalo de tempo entre o lançamento dos capítulos e a compilação deles no formato utilizado pelas editoras brasileiras. Muitos fãs, portanto, leem os mangás de maneira não oficial, mediante o *scanlation*⁴⁶, muito praticado pelos *fandoms* de mangás no Brasil (CARLOS, 2011).

A participação em eventos e convenções, frequentemente com o uso de *cosplay*, é outra atividade constantemente observada dentre esses *fandoms*. Machado (2009, p.1) utiliza o termo *animencontros* para designar “eventos organizados por aficionados por mangás e animês, onde exercitam atividades características e estabelecem, coletivamente, uma forma própria de aproximação com essa produção cultural”. Nesses encontros, Machado (2009) descreve a ocorrência de atividades como cursos de desenho, especialmente em estilo mangá, palestras com dubladores e tradutores de animê, concursos de *cosplay*, apresentações de dança, artes marciais e teatro, exibição de animês e séries *tokusatsu*, organização de jogos de tabuleiro e RPG, dentre outros. Ao comentar sobre o estilo *otaku*, que abrange diferentes formas de vestimenta, Machado (2009, p.9) pontua que essa caracterização “[...] pode ter também uma função identitária, ou seja, atua como marca de pertencimento”.

Nesse contexto, é interessante pontuar como o termo *otaku* adquiriu novos contornos no Ocidente, evocando significados diferentes do que se observa no Japão. Enquanto os japoneses comumente associam a palavra a ideias negativas, de antissociabilidade, reclusão e perigo (AZUMA, 2009), é possível perceber que, em países ocidentais, incluindo o Brasil, *otaku* denomina, de maneira geral, os fãs da cultura pop japonesa, carregando consigo aspectos identitários que levam muitos a ostentar esse rótulo com orgulho.

No caso dos fãs de cultura pop japonesa brasileiros, “ser *otaku*” é algo complexo. Ao revisitar a construção do conceito, percebe-se a carga pejorativa e negativa carregada por tal termo. Alguns conhecem esse percurso e negam serem “fanáticos”. Outros, assumem e utilizam tais conotações pessimistas como uma forma lúdica de lidar, como no caso do “*otaku* fedido” que é utilizado de diversas formas, entre elas, reafirmar sua própria posição de sujeito, através do reconhecimento de características que o aproximam dessa “percepção” do que é ser um “*otaku*”. (SANTOS, 2018, p.127)

⁴⁶ O *scanlation* denomina a prática de escanear, traduzir, editar e disponibilizar mangás que não foram oficialmente publicados ou que, de alguma forma, não podem ser acessados oficialmente.

Nesse sentido, Santos (2018) coloca o consumo da cultura pop japonesa como um mediador das construções identitárias. Se referindo mais especificamente aos *cosplayers*⁴⁷, Junior (2008) entende que a identidade social desse grupo no país parte da mesclagem entre as culturas brasileira e japonesa, potencializada pelas possibilidades da globalização, sendo o *cosplay* não somente elemento formador dessa identidade, mas também um dos meios fundamentais de socialização dentre esses fãs. Já Barbosa e Silva (2013) abordam o *cosplay* como uma subcultura que permite a extensão do *self* sob a condição de pertencimento à comunidade, na qual compartilha-se o sentimento de inclusão e acolhimento.

A escrita de *fanfics* é, também, uma atividade muito presente dentre os *fandoms* da cultura pop japonesa no Brasil. Apenas na plataforma Spirit⁴⁸, existem mais de 1.200 categorias na aba Animês e Mangás, sendo cada categoria referente a uma obra diferente, como *One Piece*, *Death Note* ou *Tokyo Ghoul*, por exemplo. A categoria *Naruto* é uma das mais populares da plataforma e a primeira colocada em Animês e Mangás, com mais de 80 mil *fanfics* escritas a partir desse universo ficcional.

Jamison (2017) entende as *fanfics* como uma categoria de escrita que dá prosseguimento, reimagina, interrompe ou se inspira em histórias e personagens já existentes. Apesar de poder se constituir como uma prática individual, muitas vezes a escrita de *fanfics* possui caráter coletivo. Nesse contexto, para Jamison (2017), esse tipo de atividade de fãs desafia o conceito de autoria. Tais questões relativas à autoria se dão não somente devido às *fanfics* se inspirarem em universos ficcionais criados por outros, mas também porque, em grande parte das vezes, essas histórias contam com revisões, comentários e renegociações dentre um grupo de pessoas engajado na criação e no consumo de produções de fãs. Por isso, Busse e Hellekson (2006, p.6, tradução nossa) afirmam que “o criador de significado, a pessoa que gostamos de chamar de *autor*, não é uma única pessoa, mas sim uma entidade coletiva”⁴⁹. Nesse contexto, podem ser citadas as obras em andamento⁵⁰ – histórias que ainda estão em processo de finalização –, as quais podem ser moldadas de acordo com as respostas e sugestões de outros fãs, em um processo de autoria compartilhada que imprime a noção de comunidade (BUSSE; HELLEKSON, 2006).

⁴⁷ *Cosplayer* é um termo que denomina aqueles que fazem *cosplay*.

⁴⁸ Spirit Fanfics e Histórias é uma plataforma brasileira de publicação de fanfics e histórias originais de forma gratuita. Disponível em: <https://www.spiritfanfiction.com/>. Acesso em 22 jun. 2021.

⁴⁹ “[...] the creator of meaning, the person we like to call the *author*, is not a single person but rather is a collective entity” (BUSSE; HELLEKSON, 2006, p.6).

⁵⁰ Work in progress (BUSSE; HELLEKSON, 2006).

2.3.1.1 O fandom de Shingeki no Kyojin no Brasil

Quando se fala em *Shingeki no Kyojin*, as *fanfics* são uma atividade intensamente exercida pelo *fandom*. Apenas na plataforma Spirit, há mais de 7 mil histórias escritas na categoria desse universo ficcional. A popularidade do animê no Brasil é corroborada pelo serviço de *streaming* Crunchyroll, que divulgou a lista das dez produções do seu catálogo mais assistidas pelos brasileiros nos segundo e terceiro trimestres de 2020. Em ambas, *Shingeki no Kyojin* figura entre as mais populares, sob o título em inglês, *Attack on Titan*.

Figura 2: Animês mais assistidos na Crunchyroll nos segundo e terceiro trimestres de 2020.



Fonte: Crunchyroll

Além disso, ao longo da exibição da primeira parte da quarta e última temporada, veiculadas, no Brasil, pela Crunchyroll e Funimation, os fãs subiram diversas *hashtags* no Twitter que alcançaram os assuntos mais comentados, ou *Trending Topics*, da rede social. No dia de estreia da última temporada, em 6 de dezembro de 2020, a *hashtag* *#ShingekiNoKyojin* alcançou o terceiro lugar dentre os assuntos do momento no Brasil. Nesse mesmo dia, devido ao grande número de acessos após a disponibilização do episódio, a Crunchyroll experimentou

problemas técnicos gerais que atrapalharam a entrada dos usuários na plataforma, tanto no Brasil quanto em outros países.

Figura 3: Assuntos mais comentados no Twitter na data de estreia da quarta temporada de *Shingeki no Kyojin*.

Tendências de Brasil	
1 · Futebol · Assunto do Momento	...
Musto	
7.569 Tweets	
2 · Assuntos do Momento	...
#cantacomigoteen	
4.920 Tweets	
3 · Attack on Titan · Assunto do Momento	...
#ShingekiNoKyojin	
85,2 mil Tweets	
4 · Esportes · Assunto do Momento	...
Hyoran	
1.675 Tweets	
5 · Ligas de esports · Assunto do Momento	...
#samsungodyssey	
26,4 mil Tweets	
6 · Futebol · Assunto do Momento	...
Rabello	
2.939 Tweets	

Fonte: Captura de tela/Twitter

É válido ressaltar que os episódios da primeira parte da quarta temporada foram transmitidos, já legendados em português, de forma simultânea no Brasil pela Crunchyroll, pouco tempo após a exibição na emissora japonesa NHK. Por outro lado, a Funimation, apesar de não ter contado com transmissão simultânea, disponibilizou aos usuários a temporada inteiramente dublada em português, alguns dias depois da estreia de cada episódio.

Além do sucesso nos *streamings* e no Twitter, as *fanarts* também atestam a popularidade de *Shingeki no Kyojin*. Manifold (2009) define as *fanarts* como trabalhos artísticos que copiam ou se inspiram em produções comerciais. Sites voltados a artistas e à divulgação de seus trabalhos, como DeviantArt⁵¹ e ArtStation⁵², são plataformas repletas dessas obras. Esse tipo de prática de fãs possui grande abrangência e heterogeneidade, variando de artistas iniciantes a profissionais. Tais trabalhos não são estritamente individuais, mas são,

⁵¹ Disponível em: <https://www.deviantart.com>. Acesso em 29 de junho de 2021.

⁵² Disponível em: www.artstation.com. Acesso em 29 de junho de 2021.

muitas vezes, influenciados pelas comunidades de fãs. Manifold (2009) destaca, por exemplo, que muitos fãs, antes de imprimirem estilo próprio a suas obras, praticam cópias exatas do material original, ou representações canônicas, de modo a serem reconhecidos por outros fãs. Nesse contexto, grande parte do grupo de *fanartists*⁵³ estudado por Manifold (2009) afirmou que a comunidade de fãs não foi somente importante para o desenvolvimento de suas habilidades artísticas, mas também para a construção do *self*.

Apesar de muitos *fanartists* possuírem ou adquirirem técnica, conhecimento e habilidade no que se refere à prática artística, nem todos têm ou almejam ter carreira na área (MANIFOLD, 2009). Entretanto, as *fanarts* podem também ser elemento de destaque em termos profissionais. É o caso do quadrinista e ilustrador brasileiro Giovanni Auditori, autor da obra *Shingeki no Abaporu*, uma reinterpretação da pintura *Abaporu*, de Tarsila do Amaral.

Figura 4: Shingeki no Abaporu



Fonte: Giovanni Auditori/Instagram @gioauditoriart

Como coloca Auditori (2021) em entrevista feita por e-mail, a releitura foi feita a partir da aproximação do Abaporu, que significa “homem que come gente”, com o Titã Colossal de *Shingeki no Kyojin*, o qual, além de ter grandes proporções como a figura da obra de Tarsila,

⁵³ *Fanartist* denomina os fãs que produzem *fanarts*. Poderia ser traduzido como artista-fã, ou fã-artista.

também se alimenta de humanos. O trabalho de Giovanni foi compartilhado milhares de vezes nas redes sociais e está à venda em forma de quadro e camiseta na loja online⁵⁴ do ilustrador.

Pode-se observar, portanto, que as práticas de fãs são inúmeras e diversas, e que os *fandoms* de animês e mangás possuem enorme presença no Brasil, incluindo o *fandom* de *Shingeki no Kyojin*. Apesar de estarem associadas ao lazer e ao entretenimento, as atividades de fãs muitas vezes demandam certo domínio de habilidades que vão desde o manuseio das ferramentas digitais à capacidade de interpretação de textos em diferentes suportes midiáticos. O *fansubbing*, por exemplo, requer o conhecimento de uma segunda língua, assim como dos *softwares* e processos que permitem a inserção e sincronização das legendas. Do mesmo modo, o *scanlation* está associado à tradução, manipulação de imagens e distribuição do conteúdo online. As *fanfics*, por sua vez, trabalham com a criação de textos e, conseqüentemente, com a linguagem e a interpretação. Ainda que, inicialmente, possam não ter grande conhecimento em determinadas áreas e processos, os fãs, ao se sentirem compelidos a se engajarem em certas práticas do *fandom*, podem, com o tempo, adquirir as habilidades necessárias à prática em questão.

Nesse contexto, entende-se que tais práticas de fãs podem se constituir não somente como atividades ligadas ao prazer, mas também podem oferecer ferramentas para a construção de competências e habilidades que vão além da aprendizagem formal. Há, inclusive, “um forte conjunto de argumentos sobre os benefícios educacionais da comunidade de fãs como um espaço de aprendizado informal [...]” (JENKINS, 2012, p.22). Desse modo, a presença e a atuação dos fãs dentro de um *fandom* se apresentam como oportunidades para outros modos de construção do saber, e os estudos sobre essas práticas de fãs podem oferecer pistas a respeito da articulação dessas formas de conhecimento e potenciais caminhos para o fomento à aprendizagem informal. Nesse sentido, a cultura de fãs pode ser relacionada à competência midiática.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.lojagioauditoriart.com.br/>. Acesso em 29 de junho de 2020.

3. MURALHA ROSE: AUDIOVISUAL DE QUALIDADE E O ESTÍMULO À COMPETÊNCIA MIDIÁTICA

Este capítulo tratará, mais especificamente, das discussões que envolvem a competência midiática e a qualidade no audiovisual. Para tanto, será apresentado o que se entende por tais denominações e quais questões são levantadas pelos estudiosos da área. A partir das perspectivas abordadas, as relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs serão discutidas e aprofundadas, o que servirá como base para a posterior análise de *Shingeki no Kyojin* e das *fanfics* produzidas pelo *fandom*.

3.1 COMPETÊNCIA MIDIÁTICA

De modo geral, a competência midiática, ou literacia midiática, se refere às capacidades e às habilidades necessárias para a boa utilização de mídias em plataformas, formatos e contextos diversos, o que abrange tanto a interpretação quanto a produção própria de mensagens e significados. No entanto, o termo possui nuances a se considerar; diferentes vertentes e autores apresentam conceitualizações distintas para a mesma expressão ou utilizam terminologias diferentes para se referirem ao mesmo campo. Como coloca Scolari (2016), conceitos como alfabetização midiática ou alfabetização multimídia têm surgido em meio às constantes mudanças na ecologia midiática, as quais favorecem as variações semânticas. Embora as nomenclaturas e as definições possam variar, as noções acerca do tema apresentam, geralmente, muitos pontos de convergência.

Potter e McDougall (2017, p.20, tradução nossa), em contraposição a uma definição estática e limitada, enfatizam a dinamicidade da literacia e, por isso, sugerem a denominação literacias dinâmicas⁵⁵, que seria “um termo guarda-chuva responsivo e inclusivo o bastante para descrever a natureza oscilante da produção de sentido no contexto da cultura e mídia digitais [...], agrupando versões variáveis e debatidas das literacias [...]”⁵⁶ que emergiram de distintas

⁵⁵ Dynamic literacies (POTTER, MCDUGALL, 2017).

⁵⁶ “We would like to suggest that the term ‘dynamic literacies’ is one way to think about an inclusive, umbrella term which is responsive and inclusive enough to describe the changing nature of meaning-making in the context of digital media and culture. ‘Dynamic literacies’ is, for us, a term which brings together the shifting and contested versions of literacies which have emerged out of semiotics and multimodality (Kress 2003), media education (Buckingham 2003), the new literacy studies (NLS) (Gee 2004, 2015a; Street 2003; Heath 1983) and many more, all of which in differing ways stand in contrast to the view of literacy as a static, narrow and autonomous set of codes and conventions, a view which is widely applied in educational institutions and contexts and which forms the basis of many neoliberal ‘reforms’ in systems all over the world” (POTTER, MCDUGALL, 2017, p.20).

vertentes. Nesse contexto, os autores (2017, p.21, tradução nossa) pontuam que uma definição de literacia “deve ser inclusiva, não exclusiva, e abranger uma série de subcategorias [...]”⁵⁷.

De acordo com Potter e McDougall, ao elaborarem o termo *literacias dinâmicas*:

A ideia é tentar aproximar definições e construções de literacia/literacias que permitam atuações potenciais da pedagogia que sejam fluidas e se encaixem nos modos híbridos e oscilantes a partir dos quais os significados circulam na cultura digital e na experiência prática de quem aprende. (POTTER, MCDUGALL, 2017, p.36, tradução nossa)⁵⁸.

Ferrés e Piscitelli (2015, p.3) empregam o termo *competência midiática*, a qual é “[...] entendida como uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado”. Desse modo, os autores (2015, p.5) enfatizam que a competência midiática está atrelada ao desenvolvimento da autonomia pessoal e ao compromisso social e cultural, “[...] combinando o potencial oferecido pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica”. Nesse sentido, o indivíduo não deve ser apenas capaz de interagir de modo crítico com mensagens de outros, mas também de produzir e divulgar mensagens próprias (FERRÉS; PISCITELLI, 2015). Para nortear o entendimento da competência midiática, Ferrés e Piscitelli (2015) apresentam seis dimensões, que incluem indicadores para o âmbito da análise, referente às interações com mensagens, e para o âmbito da expressão, referente à produção de mensagens: linguagem, ideologia e valores, tecnologia, processos de produção e difusão, processos de interação e estética.

Livingstone (2004), por sua vez, utiliza o termo *media literacy*, ou literacia midiática, para descrever a capacidade de analisar, avaliar, acessar e criar mensagens em uma variedade de contextos. No âmbito da análise, Livingstone (2004) argumenta que o engajamento com as mídias, tanto impressa quanto audiovisual, se baseia em uma série de competências analíticas, as quais incluem noções de tecnologia, linguagem e representação, por exemplo. Já a avaliação se relaciona a um entendimento crítico, seja estético, político, ideológico e/ou econômico (LIVINGSTONE, 2004). A autora (2004) pontua, ainda, que, embora nem toda definição de literacia midiática inclua a produção e criação de textos simbólicos, tal atividade potencializa o entendimento acerca dos produtos consumidos, e

⁵⁷ “We want to suggest that a working definition of literacy should be inclusive, not exclusive, and be one which gathers together a series of sub-categories, as suggested above, of dynamic literacies, all of which are components of the systems and elements in the spaces of learning” (POTTER, MCDUGALL, 2017, p.21).

⁵⁸ “The idea was to try to bring together definitions and constructions of literacy/literacies which enabled potential enactments of pedagogy which were fluid and suited to the hybrid and fast-changing ways in which meanings circulate in digital culture and within the lived experience of learners” (POTTER, MCDUGALL, 2017, p.36).

ignorar as amplas possibilidades que a internet oferece para a criação de conteúdo por pessoas “comuns” significa subutilizar o potencial das ferramentas online. Por fim, o acesso abrange um processo dinâmico e que pode estar em constante evolução; entretanto condições socioeconômicas são empecilhos, para muitos, no que tange o conhecimento, a participação e a comunicação a partir das plataformas digitais (LIVINGSTONE, 2004).

A UNESCO (2016), Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura utiliza a terminologia *alfabetização midiática e informacional*, AMI, para tratar de noções semelhantes. De acordo com documento elaborado pela organização (2016, p.7), que apresenta diretrizes para a formulação de políticas e estratégias relacionadas à AMI, a alfabetização midiática e informacional “descreve as habilidades e as atitudes necessárias para valorizar nas sociedades as funções das mídias e de outros provedores de informação [...], bem como para encontrar, avaliar e produzir informações e conteúdos midiáticos”. Nesse contexto, a UNESCO (2016) enfatiza, especialmente pelo contexto midiático e tecnológico atual, a importância do papel da mídia para o exercício da democracia e da liberdade de expressão, sendo a AMI, portanto, também essencial para o exercício da cidadania. É importante ressaltar que, ao falar sobre a alfabetização midiática e informacional, a UNESCO (2016) pretende abranger todas as formas de mídia e provedores de informação, de acervos e museus às mídias sociais, contemplando, inclusive, as tradições orais.

Assim como a UNESCO (2016), Livingstone (2004) e Ferrés e Piscitelli (2015) também veem as questões relativas à alfabetização midiática como pontos centrais em termos de cidadania, democracia, poder e participação pública. Se hoje grande parte das atividades diárias é feita a partir de ferramentas tecnológicas e digitais – principalmente durante a pandemia de Covid-19, que levou muitas empresas e instituições ao modelo de trabalho e ensino remoto – aqueles que possuem acesso a essas ferramentas e dominam as habilidades e competências necessárias para a boa utilização de tais estão em certa vantagem, tanto em uma perspectiva profissional e educacional quanto cidadã.

Em relação à esfera pública, muitos recursos governamentais estão disponíveis de forma online, como requerimentos e consultas públicas. O uso desses recursos não somente pode facilitar e otimizar processos para as instâncias do governo, economizando verbas, como também impactar diretamente a qualidade de vida do cidadão, que, ao realizar os procedimentos online, pode ganhar tempo e controlar gastos diversos, como os que teria com transporte, por exemplo. Um caso prático pode ser citado a partir das eleições municipais de 2020. Realizado em meio à pandemia de Covid-19, o processo eleitoral levou muitas pessoas a potencialmente

se exporem ao vírus ao comparecerem presencialmente nos locais de votação. Entretanto, aqueles que precisavam justificar o voto poderiam o fazer inteiramente online – inclusive, a justificativa poderia ser automática quando o eleitor estivesse fora da sua cidade eleitoral, bastando que ligasse a localização do celular ao abrir o aplicativo e-Título. Os que possuíam acesso e conhecimento para utilizar esse recurso puderam se resguardar da potencial exposição ao vírus, além de realizar o processo de forma mais fácil e rápida. Entretanto, essa não é apenas uma questão que envolve o conhecimento acerca das mídias digitais, mas que também está diretamente ligada às desigualdades socioeconômicas, que impedem, muitas vezes, o acesso à tecnologia e, conseqüentemente, o desenvolvimento de habilidades relativas ao manuseio das ferramentas digitais.

Para além da capacidade de acessar diferentes mídias, é de fundamental importância que o indivíduo, ao receber mensagens, seja capaz de interpretá-las e avaliá-las criticamente. Essas competências são essenciais, também, para o exercício da cidadania e da democracia, uma vez que as escolhas e atitudes de eleitores e cidadãos podem ser diretamente influenciadas pelos conteúdos midiáticos que consomem. Nesse sentido, pode-se citar as chamadas *fake news*, ou notícias falsas. Quando criadas em um contexto político, como em épocas de eleições, as *fake news* são utilizadas, geralmente, para difamar e afetar negativamente a reputação de candidatos e partidos. Caso alguém receba essa informação falsa e não saiba reconhecer fontes confiáveis – o que é uma capacidade relacionável à literacia midiática –, possivelmente essa pessoa terá seu voto influenciado pela notícia que recebeu.

Esses são alguns aspectos do caráter político, democrático e cidadão que envolve as questões relativas à literacia, ou alfabetização, midiática. É por isso, também, que é possível entender a literacia midiática como elemento de empoderamento de indivíduos (LIVINGSTONE, 2004; HOBBS, 2011; UNESCO, 2016). Como coloca Hobbs (2011), as práticas que contribuem para o empoderamento juvenil são parte central dos estudos sobre literacia midiática e digital. Nesse contexto, a UNESCO pontua:

A capacidade de falar, ler, escrever e comunicar-se é um direito humano. No século XXI, com as sociedades guiadas por mídias e tecnologias, esse direito humano básico pode ser estendido para a capacidade de engajamento eficaz com a informação e o conteúdo midiático. Não podemos conceber a democracia e a liberdade de expressão sem pensar na mídia – uma esfera pública tão vital para o funcionamento da democracia. [...] As mídias, incluindo as mídias *online*, representam os recursos sociais e culturais que podem empoderar as pessoas, tanto em seu próprio desenvolvimento quanto em seu desenvolvimento como membros da sociedade. (UNESCO, 2016, p.8).

A perspectiva do empoderamento é colocada em evidência em muitos estudos sobre literacia midiática, em contraposição a uma visão protecionista, focada em resguardar os indivíduos dos possíveis efeitos negativos da exposição às mídias (HOBBS, 2011; UNESCO, 2016). Hobbs (2011, p.421, tradução nossa) aponta que “aqueles que posicionam a literacia midiática simplesmente como um antídoto para a exposição à mídia de massa podem estar inadvertidamente cegos ao amplo escopo de objetivos da educação midiática [...]”⁵⁹. Do mesmo modo, a UNESCO (2016, p.21) adverte que “a ênfase somente no protecionismo pode levar a restrições excessivas impostas às mídias e aos outros provedores de informação”. A organização (2016) defende que, ao realocar o foco no empoderamento, e não em uma concepção protecionista, o objetivo não é negar a importância da segurança online, mas sim enfatizar as possibilidades emancipatórias das mídias. Por isso, Jenkins (1997) argumenta que educadores devem almejar a expansão do acesso de crianças à internet, ao invés de cortá-la como forma de protegê-las. Em meio a esse processo, os indivíduos são vistos como agentes ativos, e não meros receptores de mensagens. Nesse contexto, para que seja possível tomar uma postura ativa em relação às mídias, a literacia midiática é essencial.

Outro ponto salientado por muitos pesquisadores do campo diz respeito às potencialidades da aprendizagem informal. Enquanto as novas tecnologias e ferramentas online vêm mudando a ecologia midiática, afetando praticamente todas as instâncias da vida cotidiana, os sistemas formais de ensino ainda relutam e encontram dificuldades para incorporar essa nova dinâmica digital na educação (SCOLARI, 2016). Nesse contexto, Scolari (2016, p.8, tradução nossa) propõe o termo *literacia transmídia*⁶⁰, que seria “um conjunto de habilidades, práticas, valores, sensibilidades e estratégias de aprendizagem e intercâmbio desenvolvidas e empregadas no contexto da nova cultura colaborativa”⁶¹. “A alfabetização transmídia coloca as novas experiências midiáticas digitais e interativas no centro da sua proposta analítica e prática”, valorizando os espaços e estratégias de aprendizagem informal, além das competências adquiridas fora das instituições educativas (SCOLARI, 2016, p.8, tradução

⁵⁹ “But those who position media literacy education simply as an antidote to mass media exposure may be blinded inadvertently to the wider range of aims of media literacy education [...]” (HOBBS, 2011, p.421).

⁶⁰ Scolari traduz, em inglês, o termo como *transmedia literacy*. Já em espanhol, a expressão utilizada é *alfabetismo transmedia*. Escolheu-se traduzir, aqui, o conceito como literacia transmídia.

⁶¹ “En este contexto, el alfabetismo transmedia se entiende como un conjunto de habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de la nueva cultura colaborativa” (SCOLARI, 2016, p.8).

nossa)⁶². Entretanto, a ênfase nos ambientes informais de aprendizagem não invalida os locais formais de educação; é, em contrapartida, um enfoque complementar (SCOLARI, 2016).

A cultura colaborativa referida por Scolari (2016) se relaciona ao que Jenkins (2008) denomina cultura participativa, na qual, mediante as novas dinâmicas tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais impulsionadas pela convergência midiática, os papéis de consumidores, vistos como agentes ativos, e produtores se entrelaçam. Nesse contexto, a cultura da convergência traz um fluxo de conteúdos por múltiplas plataformas, em um modo de consumo e distribuição que muito se difere da tradicional radiofusão. Segundo Jenkins:

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. (JENKINS, 2008, p.336).

A possibilidade de uma participação cada vez mais ativa dos consumidores nas dinâmicas midiáticas – vistos agora, de acordo com Ferrés e Piscitelli (2015) e Scolari (2018), como prosumidores, ou seja, produtores e consumidores – permite que os indivíduos desenvolvam inúmeras competências e habilidades ao produzirem conteúdo, algumas das quais, antes da popularização de tecnologias como as câmeras digitais, só poderiam ser trabalhadas por poucos, normalmente em ambientes profissionais ou educacionais. Se antes uma mesa de edição era requisito para a montagem de vídeos, hoje o processo requer apenas um software instalado no computador ou um aplicativo de celular. Do mesmo modo, a distribuição desse tipo de conteúdo não depende mais de canais formais, como emissoras de televisão, mas pode ser feita através de redes sociais, blogs e sites. Tais processos são elementos diários no cotidiano e englobam muitas outras possibilidades. Portanto, ao desempenharem atividades corriqueiras, os indivíduos podem, também, exercitar capacidades relacionadas à literacia midiática, o que coloca a aprendizagem informal em uma posição de considerável importância no campo da alfabetização midiática. Nesse sentido, Scolari pontua:

Se as estratégias informais de aprendizagem estiveram presentes muito tempo antes da emergência de sistemas de educação formais – por exemplo, nas livrarias, igrejas e museus –, os avanços tecnológicos atuais expandiram as situações de aprendizagem tradicionais, ao criarem novos espaços como media sociais, sites, comunidades online,

⁶² “[...] la alfabetización transmedia coloca a las nuevas experiencias mediáticas digitales e interactivas en el centro de su propuesta analítica y práctica” (SCOLARI, 2016, p.8).

etc. YouTube, comunidades de fãs e redes sociais podem ser espaços de aprendizagem informal. (SCOLARI, 2018, p.11).

Para Scolari (2018, p.11), as estratégias de aprendizagem informal, na perspectiva da literacia transmídia, “são definidas como a sequência de ações individuais ou coletivas com vista a adquirir e acumular conhecimento, capacidades e atitudes das experiências e interações diárias em diferentes contextos”. Como pontuado por Scolari (2018), comunidades de fãs podem, nesse sentido, ser espaços prolíficos para esse tipo de aprendizagem. Esse entendimento vai ao encontro do que propõe Jenkins (2012), que vê na produção de *fanfics* uma oportunidade para o desenvolvimento da leitura crítica e criativa.

De acordo com Jenkins (2012), a cultura participativa incentiva respostas criativas, não apenas respostas críticas. No entanto, “as escolas têm, historicamente, ensinado os estudantes a ler com o objetivo de produzir uma resposta crítica; queremos encorajar educadores a também ensinar aos alunos como se engajar criativamente com textos” (JENKINS, 2012, p.13). Nesse contexto, Jenkins (2012) entende que a escrita de *fanfics* representa uma ação vívida de ler crítica e criativamente. O engajamento crítico e criativo com textos se relaciona diretamente à literacia midiática, e o que Jenkins (2012) propõe é que a experiência de um ambiente informal de aprendizagem, no caso a produção de *fanfictions* fora da sala de aula, pode ser utilizada para a construção de conhecimento em instituições formais de ensino.

Portanto, pode-se observar que tanto Scolari (2018) quanto Jenkins (2012) defendem, ao perpassarem as possibilidades da aprendizagem informal, que as atividades de fãs podem ser estímulos ao desenvolvimento de habilidades e competências necessárias ao engajamento com diferentes tipos de textos e mídias. Nesse sentido, há uma aproximação entre a cultura de fãs e a literacia midiática. Enquanto a produção de fãs pode ajudar no desenvolvimento de atitudes recomendáveis para a boa utilização das mídias, o conhecimento das mídias também pode ajudar na criação de conteúdos mais elaborados por parte dos fãs, em uma influência mútua. Tais relações entre a cultura de fãs e a literacia midiática serão aprofundadas ainda neste capítulo, levando-se em consideração, também, a qualidade no audiovisual.

3.2 QUALIDADE NO AUDIOVISUAL

Assim como propõem Borges e Sigiliano (2021), este estudo parte da percepção de que o audiovisual de qualidade pode fomentar o desenvolvimento da competência midiática e estimular a produção criativa. A competência midiática pode ser expressa por diferentes meios, dentre os quais os trabalhos de fãs, cuja produção, por sua vez, também pode ser elemento de fomento à análise crítica e produção criativa. Do mesmo modo, acredita-se que o audiovisual de qualidade pode ter influências positivas sobre a atividade dos fãs. Tais instâncias estão, portanto, interligadas, sem que haja um fluxo unilateral de ação de uma sobre a outra. Desse modo, faz-se necessário discorrer sobre o que se entende por qualidade no audiovisual.

É válido pontuar, no entanto, que as discussões sobre a qualidade propostas neste capítulo partem, majoritariamente, de estudos sobre a televisão. Sendo o animê *Shingeki no Kyojin* exibido originalmente pela emissora japonesa NHK, ele se enquadra nessa perspectiva. No entanto, no Brasil a produção é veiculada pela Crunchyroll e Funimation, plataformas de *streaming*. Entende-se que os modos de distribuição têm determinados impactos na dinâmica de recepção e interação do público, bem como aspectos mercadológicos a serem considerados. Entretanto, a etapa do estudo audiovisual do animê tem como foco qualidades intrínsecas à produção, expressas pelos recursos estéticos e pela narrativa. Portanto, as discussões sobre a qualidade televisiva, em especial de programas ficcionais, servem ao propósito de embasar a análise da qualidade audiovisual de *Shingeki no Kyojin*.

3.2.1 O que é qualidade?

Embora os estudos sobre a qualidade no âmbito televisivo tenham ganhado centralidade na Grã-Bretanha durante a década de 80, não há consenso acerca de quais elementos devem ser considerados ao analisar-se a qualidade de uma produção ou de um sistema televisivo (BORGES, 2005; MCCABE E AKASS, 2007; LOPES E MUNGIOLI, 2013; MACHADO, 2000; PUJADAS, 2013). Como afirma Pujadas (2013, p.236), “a qualidade televisiva não se refere sempre aos mesmos *objetos* nem foi definida historicamente da mesma maneira”, constituindo-se como campo de batalha tanto para a comunidade acadêmica e política quanto para os profissionais da área. McCabe e Akass (2007) colocam, ainda, que não há como pensar a qualidade na televisão sem considerar problemáticas como julgamento de valor e gosto pessoal. Nesse sentido, os autores (2007) pontuam sobre as discussões acerca da qualidade:

Pergunta-se quais são os critérios utilizados para definir qualidade – gosto, julgamento pessoal, sucesso comercial, condições industriais, estética, valores, diferenciação do produto? Quem a define, e quem tem o direito de intervir e julgar o que queremos dizer por qualidade? Quem a produz, quais são as atitudes daqueles atrás das câmeras e para quem é destinada? Qualidade significa o mesmo em contextos culturais diferentes? [...] É, de fato, um termo apropriado? (MCCABE; AKASS, 2007, p.2-3, tradução nossa)⁶³.

Desse modo, Pujadas (2013) aponta três variáveis que podem explicar a multiplicidade de perspectivas que envolvem o estudo da televisão de qualidade: histórica, profissional e teórica. Em relação ao âmbito histórico, a autora (2013) argumenta que a qualidade não é vista hoje da mesma forma que nos primórdios dos serviços públicos de televisão. Isto é, “as mudanças radicais acontecidas no mercado televisivo nas últimas décadas [...] tiveram um impacto considerável nos discursos sobre a qualidade televisiva” (PUJADAS, 2013, p.243). Nesse contexto, “o discurso majoritário sobre a qualidade deslocou-se dos formatos sérios (informativos principalmente) para os formatos de ficção e de entretenimento” (PUJADAS, 2013, p.243).

Por sua vez, a variável profissional se refere às diferentes ocupações, e consequentemente diferentes perspectivas, de quem está analisando a televisão; nesse sentido, “com outras palavras, os discursos de um roteirista norte-americano, um roteirista francês e um roteirista catalão sobre a qualidade televisiva tendem a ser muito mais similares entre si do que, por exemplo, os discursos de um político, um roteirista ou um produtor [...]” (PUJADAS, 2013, p.243). Já a variável teórica refere-se às vertentes e correntes teóricas utilizadas, implícita ou explicitamente, para se pensar a qualidade televisiva, a qual não pode ser estudada sem que se parta de alguma perspectiva prévia sobre o veículo e suas funções (PUJADAS, 2013).

Considerando as múltiplas visões que permeiam os estudos da qualidade na televisão, Pujadas (2013) também aponta quatro temas que são pautas frequentes dessas pesquisas: a qualidade do sistema televisivo, a qualidade da programação, a qualidade das cadeias televisivas e a qualidade dos programas televisivos. Cada um desses temas, portanto, apresenta elementos distintos a serem estudados, que podem ser referentes à diversidade da programação, à audiência, à rentabilidade, às características intrínsecas dos programas, dentre

⁶³ “It asks, what are the criteria used to define quality – taste, personal judgement, commercial success, industrial conditions, aesthetic values, product differentiation? Who defines it, and who has the right to intervene and judge what we mean by quality? Who is perceived as producing it, what are the attitudes of those behind the scenes, and for whom is it meant? Does quality mean the same in different cultural contexts? [...] Is it, indeed, an appropriate term at all? (MCCABE; AKASS, 2007, p.2-3)

outros critérios. Pujadas (2013, p.246) conclui, desse modo, que “estabelecer padrões de qualidade é possível sempre e quando se tenha produzido um acordo prévio sobre os próprios objetivos da televisão e de seus instrumentos”.

De modo consonante, Lopes e Mungiolli (2013, p.2) afirmam que a definição da televisão de qualidade é complexa e variável, “dependendo se a referência é feita a recursos técnicos da mídia, a questões de estética, recepção, conteúdo do programa e a até mesmo de quem está falando sobre o assunto”. Reforçando a diversidade de abordagens, Borges (2005) destaca três linhas principais de argumentação sobre a televisão de qualidade:

A primeira delas refere-se à produção dos programas qualitativos relacionados aos altos custos de produção, ao uso de textos literários e teatrais, assim como de atores e atrizes renomados. A segunda linha diz respeito ao papel da audiência e associa o conceito de qualidade ao gosto estético de uma elite ou aos altos índices de audiência. E a terceira, que considera dois momentos do processo de comunicação, a produção e a recepção, discute o papel social da televisão no mundo contemporâneo, seja ela pública ou comercial e a sua capacidade ritualística, ou seja, de criar um laço social entre diversas comunidades. (BORGES, 2005, p.5).

Mulgan (1990) descreve sete pontos relativos aos estudos sobre a qualidade no meio televisivo: aspectos técnicos como fotografia, roteiro e atuação, a incorporação das demandas da audiência, a experimentação dos recursos de linguagem, a promoção de valores, a capacidade de mobilização social e democrática, a valorização das diferenças e minorias e, por fim, a inovação. Assim como defende Mulgan (1990), trazendo à discussão a pluralidade de perspectivas, Machado (2000, p.25) propõe que “uma televisão de qualidade deve ser capaz de equacionar uma variedade muito grande de valores e oferecer propostas que sintetizem o maior número possível de ‘qualidades’”.

Borges (2014) pontua que, ao se discutir a qualidade de um canal de televisão, a programação é um dos elementos mais referenciados, somada à qualidade das condições de produção. Tais condições abrangem a estrutura interna, o profissionalismo, o grau de liberdade dos profissionais, dentre outros (BORGES, 2014). Por outro lado, sob um viés econômico e empresarial, “o discurso de qualidade dos canais de televisão está associado à competitividade, à rentabilidade e ao lucro” (BORGES, 2014, p.33). Entretanto, apesar de controversa e de difícil definição, a discussão sobre a qualidade televisiva, para Borges (2014), não deve ancorar-se nos índices de audiência, uma vez que o interesse do público não está, necessariamente, associado à qualidade.

Nesse contexto, ao abordar a qualidade de programas televisivos individuais, Borges (2014), discorrendo mais especificamente sobre a televisão pública portuguesa, sugere

a análise da qualidade a partir de três âmbitos: plano da expressão, plano do conteúdo e mensagem audiovisual. O plano da expressão se refere aos recursos técnico-expressivos, como fotografia, edição e trilha sonora; já o plano do conteúdo relaciona-se à narrativa, aos personagens e à dramaturgia; por fim, a mensagem audiovisual apresenta indicadores de análise que aliam expressão e conteúdo, de modo a observar a forma de endereçamento do programa (BORGES, 2014).

Cardwell (2007) distingue e interrelaciona a televisão de qualidade e a boa televisão. Para a autora, associar um produto audiovisual à palavra *qualidade* não significa, necessariamente, que ele agrade o público. A televisão de qualidade, segundo Cardwell (2007), contempla uma série de características compartilhadas por programas que, embora sejam diferentes, trazem elementos em comum, carregando uma identidade que os transforma em grupo. Essa noção de qualidade, no contexto estadunidense, é atrelada à presença de altos valores de produção, estilos naturalistas de atuação, atores renomados, estilos visuais construídos a partir de edição e movimentos de câmera cuidadosos e inovadores e o uso criterioso e apropriado da trilha sonora, incluindo músicas originais (CARDWELL, 2007). As características estéticas e técnicas são entrelaçadas de maneira expressiva aos temas; nesse sentido, além do estilo bem construído, a televisão de qualidade explora, geralmente, temas sérios ao invés de eventos cotidianos superficiais, oferecendo reflexões sobre a sociedade contemporânea e até mesmo atribuindo sentidos simbólicos e reflexivos a tais eventos do dia-a-dia, quando abordados (CARDWELL, 2007). Além disso, Cardwell (2007) pontua que a televisão de qualidade coloca o espectador em uma posição ativa, gerando engajamento e encorajando o público a interpretar e avaliar aquilo que está assistindo.

Desse modo, apesar de Cardwell (2007) atribuir tais características à televisão de qualidade, a autora enfatiza que elas não significam que os programas que as possuem podem ser categorizados como boa televisão, ou seja, os elementos de qualidade não dizem nada sobre o valor do programa. No entanto, Cardwell (2007) argumenta que muitos dos atributos que definem a qualidade também contribuem para que a produção seja considerada boa, uma vez que tais atributos permitem que o espectador veja o programa repetidas vezes, surgindo novas interpretações, associadas à coerência e à integridade estilística da produção. Na boa televisão, deve haver síntese e coesão entre as escolhas estilísticas e os significados do programa; nesse contexto, elementos como cortes, movimentos de câmera, planos e trilha sonora devem ser coerentes com o programa como um todo, o que pode ser observado quando se assiste à produção repetidas vezes (CARDWELL, 2007).

Não é que um ritmo particular, estilo de trabalho de câmera, nível de detalhe na mise-en-scène, tipo de performance, ou um conjunto específico de temas, façam um programa ser bom – embora tais coisas possam o fazer integrar a televisão de qualidade – mas sim o modo através do qual a combinação de tais elementos possibilita a criação de um todo coerente, que possui integridade estilística. (CARDWELL, 2007, p.30, tradução nossa)⁶⁴.

Além disso, Cardwell (2007) aponta que a boa televisão preza pela sutileza e reinvenção, em oposição à fórmula e à repetição, incentivando, desse modo, o público a rever o programa e estabelecer novas interpretações. No entanto, segundo a autora (2007), um dos principais elementos da boa televisão é a experiência positiva do espectador ao assistir a produção. “Então, a boa televisão, apesar de ser constituída por características textuais que trazem o potencial de levar o público a assisti-la de forma rica e repetida, [...] requer a experiência subjetiva de um espectador apreciativo, que sente algo em relação àquilo que vê” (CARDWELL, 2007, p.31, tradução nossa)⁶⁵. Portanto, para Cardwell (2007) a distinção entre televisão de qualidade e boa televisão se baseia na noção de avaliação e julgamento crítico, os quais dependem da subjetividade individual.

Apesar da falta de consenso e de uma definição única do que se entende por qualidade na TV, “estes diferentes pontos de vista sobre o conceito enriquecem a discussão e apontam ideias que podem servir como parâmetro teórico para estimular a prática e a construção de um repertório de qualidade sobre a televisão” (BORGES, 2005, p.9). A construção desse repertório se mostra imprescindível, haja vista a presença do audiovisual na teia cotidiana, seja por meio da televisão, da internet, do celular ou de outros dispositivos eletrônicos. Basta observar o contato diário com a mídia audiovisual para perceber a quase onipresença desse tipo de formato. Desse modo, os estudos sobre o tema são essenciais para identificar as potencialidades do audiovisual em relação ao enriquecimento da vida do público em termos sociais, políticos e individuais.

⁶⁴ “It is not that a particular pace or style of camerawork, or level of detail in the mise-en-scène, or type of performance, or particular set of themes, make a programme good – though these things may make it quality television – but that the way in which these things are integrated can create a coherent whole that has stylistic integrity” (CARDWELL, 2007, p.30).

⁶⁵ So, good television, though constituted by textual features that open up the potential for rich, repeated viewing, requires something special for its classification: it requires the subjective experience of an appreciative viewer who feels something towards it (CARDWELL, 2007, p.31).

3.2.2 Discussões sobre a ficção

Tratando mais especificamente da ficção televisiva, embora muitos a associem ao mero entretenimento – às vezes por uma perspectiva elitista relacionada à dicotomia alta cultura/baixa cultura –, entende-se que essa forma audiovisual é capaz de fomentar discussões importantes. Como aponta Feuer (2007), no contexto televisivo estadunidense, a contraposição entre a TV de qualidade⁶⁶ e a TV ordinária⁶⁷ remete ao início da programação televisiva do país, quando, por volta da década de 50, eram transmitidas as antologias dramáticas – dramas encenados ao vivo, voltados à elite e financiados como produções de prestígio. Tal reconhecimento, segundo Feuer (2007), advém da associação desses dramas televisivos a uma forma artística mais elevada, no caso o teatro. A principal característica que permitia essa associação era a encenação ao vivo, que fazia com que essas produções se aproximassem mais do aspecto teatral do que os filmes por exemplo (FEUER, 2007).

Pode-se observar, portanto, que a legitimidade de um meio depende, para muitos, da sua relação ao que é considerado alta cultura. A televisão, como um veículo popular, não carrega, a princípio, esse prestígio. Embora essa visão elitista já não seja tão forte como antes, ela impacta, ainda hoje, a percepção de alguns sobre o que é uma forma artística de qualidade e o que não é, o que inclui a produção televisiva. Por isso, Feuer (2007) considera que a aura da era de ouro da TV ao vivo, no caso dos EUA, se ancorava em duas bases: tecnologicamente era experimental na época, visto que o sistema de transmissão permitia, por exemplo, que encenações ao vivo pudessem ser exibidas em larga escala, e estruturalmente era teatro, e não TV. Ou seja, por não ser televisão, esse tipo de programação poderia ser legitimado. Mais tarde, a HBO utiliza, a partir de 1995, um discurso similar para diferenciar suas produções no meio televisivo, com o slogan “não é TV, é HBO”⁶⁸.

Então, a HBO é um serviço a cabo completo. Ela nos dá textos que não são TV. Ela interpreta-os para nós. Ela os promove como cinema de arte. Ela perfura suas próprias promoções para mostrar o quão pós-moderna ela é. Ela enaltece seus anúncios promocionais como se fossem cinema de arte. [...] Nós podemos nos perguntar: como

⁶⁶ O termo “TV de qualidade” é uma tradução para *quality TV*. No entanto, é necessário atentar-se ao contexto específico no qual a *quality TV* se insere, uma vez que essa denominação é utilizada, muitas vezes, por teóricos e estudiosos ao se referirem especificamente à história e às particularidades da televisão dos EUA. Nesse contexto, a *quality TV* também faz alusão ao discurso de canais como a HBO, que buscaram diferenciar seu conteúdo das demais produções televisivas a partir da ideia de qualidade. Portanto, apesar da utilização de TV de qualidade como tradução para *quality TV*, nem sempre os termos vão ser intercambiáveis, ou seja, nem sempre vão se referir à mesma coisa, a depender do contexto.

⁶⁷ O termo em inglês utilizado por Feuer (2007) é *trash TV*.

⁶⁸ No original, *it's not TV, it's HBO*.

um programa que, de modo tão óbvio, faz uso da serialização pode não ser TV? A HBO pode responder: porque utiliza a forma serial de maneira tão desarranjada e colhe o orgulho e o reconhecimento de marca que o status de cinema de arte traz. [...] Ainda assim, entrevistas concedidas pelos criadores dos dramas da HBO às imprensas comercial e popular tentam reforçar a alegação de que seus programas são teatro, e não TV. (FEUER, 2007, p.155, tradução nossa)⁶⁹.

Para Mittell (2012, p.30), “a HBO construiu sua reputação e garantiu um número de assinantes com base em programas narrativamente complexos”. Nesse contexto, retomando as discussões a respeito da divisão alta cultura/baixa cultura, “um dos aspectos centrais para a emergência da complexidade narrativa na televisão contemporânea é a mudança de perspectiva em relação à necessidade de legitimidade do meio e o apelo que ele exerce para quem cria” (MITTELL, 2012, p.33). Desse modo, escritores e diretores que anteriormente trabalhavam na área cinematográfica viram na televisão a oportunidade de explorarem formatos seriados longos e, no caso dos realizadores e roteiristas, terem mais controle sobre a obra, desvincilhando-se da figura central do diretor no cinema (MITTELL, 2012).

Programas narrativamente complexos, segundo Mittell (2012), trazem um equilíbrio volátil entre os formatos episódicos e seriados, apresentam tramas que colidem e se entrelaçam, possuem efeitos especiais narrativos que obrigam o público a reconsiderar tudo o que viu até então, além de conterem inúmeros recursos de *storytelling*, como alterações cronológicas, *flashbacks*, mudanças de perspectiva e sequências oníricas ou fantasiosas. Nesse sentido, o público é levado a contemplar as histórias não somente pela trama, mas também pela estrutura narrativa. No entanto, é importante ressaltar que a complexidade narrativa de uma série televisiva não a transforma, necessariamente, em audiovisual de qualidade.

Obviamente os rótulos *convencional* e *complexo* não estão livres de um julgamento de valor, da mesma forma que termos como *primitivo* e *clássico* assinalam pontos de vista analíticos nos estudos filmicos. [...] Complexidade e valor não se implicam mutuamente [...]. Podemos pensar que a fruição proporcionada por narrativas complexas são mais ricas e mais multifacetadas do que aquela oferecida pela programação convencional. No entanto, os juízos de valor devem estar associados a programas específicos mais do que a exaltar a superioridade de todo um modelo ou gênero narrativo. (MITTELL, 2012, p.31).

⁶⁹ “So, HBO is a full-service cable service. It gives us texts that are not TV. It interprets them for us. It promotes them as art cinema. It punctures its own promotions to show how postmodern it is. It praises its promo spots as art cinema. We might want to ask: how can a show so obviously making use of serialisation be ‘not TV’? HBO might answer: because it uses serial form so clumsily and takes pride and brand recognition from its status as art cinema” (FEUER, 2007, p.155).

Embora as discussões sobre complexidade narrativa tenham ganhado força a partir de estudos estadunidenses, esse modo de *storytelling* não se restringe apenas ao que é produzido no país. De acordo com Mungioli e Pelegrini (2013), fatores sociais, econômicos e tecnológicos provocaram ressonâncias no discurso ficcional televisivo a partir do final da década de 70. “Tais ressonâncias não ocorrem apenas nas séries norte-americanas, mas também na produção de ficção de televisão de outros países fortemente influenciada pelos padrões da indústria televisiva norte-americana” (MUNGIOLI, PELEGRINI, 2013, p.24). Nesse contexto, os autores (2013) analisam, por exemplo, elementos de narrativas complexas na série brasileira *Força Tarefa* (2009-2011), da Rede Globo.

Do mesmo modo, características da complexidade narrativa também podem ser observadas em animes. Loriguillo-López (2018, 2020) associa elementos da TV complexa e de filmes quebra-cabeça a produções como *Madoka Magica* (2011) e *Evangelion* (1995-1996), enquanto Garcia e Borges (2021) atribuem aspectos desse tipo de *storytelling* a *Serial Experiments Lain* (1998). De acordo com Loriguillo-López (2018), a emergência da complexidade narrativa nos animês é impulsionada por três marcos: o amadurecimento temático e narrativo dos animês entre 1974 e 1988; a popularização do formato OVA⁷⁰ e a consequente experimentação narrativa entre 1984 e 1997; e, por fim, a consolidação de nichos de mercado na TV comercial *narrowcasting* a partir de 1998.

Apesar de Mittell (2012) enfatizar que a complexidade narrativa e o valor de uma obra não são sinônimos, e Cardwell (2007) destacar que qualidade e valor também não significam, necessariamente, o mesmo, há interseções entre as considerações de Mittell (2012) sobre a TV complexa e características que Cardwell (2007) atribui à televisão de qualidade. Segundo Cardwell (2007), aspectos como a complexidade narrativa e temas intrincados encorajam o engajamento do público com a obra. O alto nível de engajamento, para Cardwell (2007), é uma das características da TV de qualidade, colocando o espectador em uma posição ativa e estimulando-o a interpretar e avaliar o que está assistindo. Nesse contexto, “o público tende a aderir a programas complexos de uma forma muito mais apaixonada e comprometida do que à maior parte da programação da televisão convencional” (MITTELL, 2012, p.36). Mittell (2012) ainda afirma que esses programas estimulam o fortalecimento das comunidades de fãs, que podem responder ativamente à indústria televisiva.

⁷⁰ OVA é um acrônimo para designar *Original Video Animation*. Os OVA são uma espécie de *spin-off* ou complemento ao animê original, lançados diretamente em DVD – anteriormente em VHS – sem exibição na televisão ou no cinema.

Desse modo, pode-se observar que as relações entre a ficção televisiva e a noção de qualidade comportam múltiplas perspectivas. Há, ainda, certa resistência, por parte de alguns, à legitimação da TV como um meio capaz de produzir obras com qualidade temática e artística. O mesmo acontece com os animês comerciais. Enquanto muitas das produções cinematográficas do Studio Ghibli são – e com razão – aclamadas pela crítica e pelo público, elas pouco são associadas à palavra animê, inclusive por Hayao Miyazaki, e estão atreladas ao cinema e a um circuito mais independente do que comercial. Já os animês produzidos para a televisão – e mais recentemente para a distribuição em serviços de *streaming* – raramente são relacionados à ideia de qualidade pela academia ou por setores intelectuais; de modo geral, eles são sequer considerados em estudos e análises fora de nichos específicos, como os grupos de fãs e autores que trabalham especificamente com a cultura pop japonesa. Nesse contexto, estereótipos e discursos orientalistas também contribuem para a falta de legitimação dos animês, frequentemente relacionados a conotações negativas e a ideias estereotipadas.

Apesar de serem, sim, influenciados por decisões econômicas e margens de lucro, acredita-se que os animês dos circuitos comerciais podem apresentar narrativas bem trabalhadas, com temáticas socialmente relevantes e reflexões sociopolíticas importantes, além de uma composição estética bem pensada e detalhadamente construída. Como afirma Borges (2014, p.32) em relação aos programas ficcionais, “todos eles oferecem ao telespectador narrativas que podem ser úteis para o desenvolvimento tanto de sua personalidade quanto de sua vida social”. Nesse contexto, “se por um lado, as narrativas podem ser úteis para entreter e para desviar a atenção da vida real, por outro lado elas podem chamar a atenção para questões políticas e sociais” (BORGES, 2014, p.32). O julgamento de valor e a análise da qualidade de uma produção ficcional, portanto, devem ser feitos, como aponta Mittell (2012), considerando mais as especificidades do programa do que sua relação com um gênero ou modelo narrativo, o que se aplica, também, aos animês.

Neste trabalho, partindo da concepção de que a televisão possui influências nas esferas social, cultural e política (MACHADO, 2000; BORGES, 2013) e tendo em vista as considerações de Borges (2014) a respeito da qualidade no serviço público de TV, entende-se que o audiovisual de qualidade deve, entre outras coisas: promover o debate de ideias; apresentar temas férteis que gerem reflexões; desenvolver a consciência crítica; trazer diversidade de sujeitos e pontos de vista; contar com narrativas bem estruturadas; possuir determinado valor estético, relacionado aos recursos técnico-expressivos, que produzam

sentido e enriqueçam a narrativa; estimular o engajamento do público com a obra e expandir o conteúdo para outras plataformas, gerando uma participação mais ativa.

3.3 RELAÇÕES ENTRE QUALIDADE NO AUDIOVISUAL, COMPETÊNCIA MUDIÁTICA E CULTURA DE FÃS

A competência midiática está relacionada a um conjunto de habilidades necessárias para interpretar mensagens e produzir conteúdo próprio, permitindo a boa utilização das mídias nos mais variados contextos. Nesse sentido, para que seja possível entender e avaliar o que se consome, é de fundamental importância que se construa um repertório. A capacidade de compreender o formato e a linguagem de determinado texto, seja ele proveniente da televisão, do rádio, da internet ou de mídias escritas, é adquirida, dentre outras formas, através do contato com esse modelo específico de estrutura de comunicação.

O cinema é um dos exemplos; enquanto os filmes clássicos hollywoodianos⁷¹ são facilmente interpretados pela população em geral, os filmes experimentais causam, frequentemente, estranhamento àqueles que não costumam consumir produções desse tipo. O contato com o cinema clássico inicia-se muito cedo, ainda no período infantil, e aprende-se a compreender essa estrutura narrativa. No entanto, o cinema experimental não possui tamanho alcance, concentrando-se em uma audiência menor e mais específica. Por isso, à primeira vista, muitas pessoas associam esse modo narrativo a algo estranho, incomum ou de difícil interpretação, já que não construíram um repertório que as ajudasse a compreender essa linguagem audiovisual. Nesse contexto, quanto maior o contato com os filmes experimentais, maior é o repertório e, portanto, melhor aprende-se a compreendê-los e a apreciá-los. O entendimento acerca dos diferentes modos de construção de mensagens também permite que o sujeito produza conteúdo desse tipo, o que se relaciona à competência midiática.

Tendo isso em vista, pode-se afirmar que o consumo de produções de qualidade possibilita a construção de um repertório de qualidade. Como afirma Borges (2013, p.50), “argumentamos que os valores qualitativos que estão agregados a um produto cultural o diferenciam dos demais e promovem a melhoria não apenas da oferta de conteúdos de um modo

⁷¹ De acordo com Bordwell (2005), o cinema clássico hollywoodiano apresenta, em sua narrativa, um problema evidente ou um objetivo específico a ser alcançado. Há conflitos entre personagens ou entre personagens e acontecimentos externos. O final é constituído por uma vitória ou derrota, com a resolução dos problemas e a realização, ou não, dos objetivos. As relações de causalidade entre acontecimentos são uma das principais características desse modo narrativo, além da linearidade temporal.

geral, mas também da própria literacia midiática [...]”. Programas que podem ser considerados de qualidade – que promovem, por exemplo, o incentivo à reflexão, o fomento ao debate, a construção de narrativas intrincadas e uma boa concepção dos elementos estéticos em conjunto com o conteúdo – têm a potencialidade de estimular a interpretação crítica e a avaliação do público, uma vez que, ao contrário de outras formas narrativas, estimulam um engajamento mais ativo por parte do espectador, seja para a compreensão da história ou para a repercussão do conteúdo. Esse tipo de produção não somente pode ser relevante ao estimular reflexões diversas, seja acerca da narrativa, da estética ou da temática, mas também pode oferecer ferramentas para que o público crie suas próprias mensagens. Ao construir um repertório de qualidade, este pode, também, produzir conteúdo de qualidade.

A produção e circulação de mensagens próprias está cada vez mais acessível com o desenvolvimento e a popularização das mídias digitais, além da presença de sites e redes sociais que dão espaço ao público e ampliam o alcance do conteúdo que é criado. Jenkins (2012) comenta que, na cultura participativa, qualquer texto midiático é uma provocação para respostas, que podem ser críticas ou criativas. A leitura crítica e a leitura criativa sobre as quais discorre Jenkins (2012) estão estreitamente associadas à competência midiática, que também diz respeito às capacidades de interpretação e criação de mensagens. Nesse contexto, como pontuado, Jenkins (2012) defende que a escrita de *fanfics*, por exemplo, é uma ação vívida de ler crítica e criativamente e argumenta que a cultura de fãs pode ser um espaço de aprendizagem informal de relevância.

Além disso, como argumenta Mittell (2012, p.35) em relação à complexidade narrativa e às mudanças nas narrativas televisivas, “a ubiquidade da internet permitiu que os fãs adotassem uma *inteligência coletiva* na busca por informações, interpretações e discussões de narrativas complexas que convidam à participação e ao engajamento [...]”. Desse modo, os fãs podem, em redes sociais, blogs, fóruns e sites, debater coletivamente os acontecimentos de determinada série, discutir possíveis teorias e desdobramentos e compartilhar interpretações e pontos de vista sobre a trama. O estímulo a esse engajamento não é possível apenas a partir de narrativas complexas, que podem ou não ser de qualidade, mas também pode ser criado mediante programas que encorajem a reflexão, apresentem inovações estéticas e temáticas ou que produzam conteúdo para outras plataformas, por exemplo.

Dessa forma, entende-se que, ao estimularem a discussão, levando ao debate coletivo e ao compartilhamento de ideias, os programas de qualidade podem incentivar a criação de conteúdo por parte dos fãs. Do mesmo modo que a construção de um repertório

permite o desenvolvimento da capacidade interpretativa, a produção de mensagens próprias incentiva a evolução de habilidades relacionadas à criação, o que é essencial em termos de competência midiática. Em suma, acredita-se que o audiovisual de qualidade pode fomentar a atividade dos fãs, que, ao produzirem conteúdo e interpretarem mensagens, exercitam capacidades relativas à competência midiática. Desenvolvendo habilidades de interpretação e criação, os fãs também podem se sentir mais compelidos a elaborar e a divulgar conteúdo próprio. Defende-se, portanto, a existência de influências mútuas entre o audiovisual de qualidade, a competência midiática e a cultura de fãs. As possíveis relações são diversas e não se esgotam com a discussão aqui proposta.

Em relação à cultura de fãs e ao engajamento do público, é relevante apontar outras mudanças que as dinâmicas digitais trouxeram às narrativas televisivas. Jenkins (2008, p.30) cunha o termo convergência midiática para se referir “ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação [...]”, com impactos tecnológicos, sociais, culturais e mercadológicos. Nesse sentido, as narrativas e a experiência do interagente⁷² não são restritas a um único veículo, como a televisão, mas perpassam outras plataformas midiáticas. Enquanto assiste a uma série, o público pode, ao mesmo tempo, comentar sobre a trama em redes sociais, conversar com outros fãs e compartilhar ideias, desejos e teorias a respeito do programa. Essas dinâmicas não somente influenciam o modo de fruição e a experiência do interagente, mas também afetam a divulgação, a circulação de conteúdo e a construção narrativa dessas séries. Como colocam Borges e Sigiliano (2021):

O consumo audiovisual passa a ser realizado em distintas plataformas e, em consequência, as narrativas passam a ser produzidas para diferentes mídias a fim de circularem entre estas plataformas. Isto modifica a experiência estética dos telespectadores interagentes, que passam a fruir as obras de modo diferenciado, sendo incitados a engajarem-se e a responderem aos estímulos, muitas vezes, por meio da produção criativa. (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.2)

Nesse contexto, uma série televisiva pode, por exemplo, possuir um *spin off* feito para o YouTube e ter elementos extras divulgados em redes sociais, como Twitter e Instagram, sejam eles detalhes importantes para a interpretação da trama ou estímulos à interação dos fãs.

⁷² Utiliza-se o termo interagente porque, especialmente no contexto da convergência midiática e das novas dinâmicas digitais, que ampliam as possibilidades de produção e compartilhamento de conteúdo, os espectadores, nessa perspectiva, não são vistos como meros consumidores passivos, mas sim como indivíduos ativos, que não somente consomem, mas que também produzem mensagens próprias.

Para Borges e Sigiliano (2021), o conceito de competência midiática está atrelado a essa discussão, uma vez que essas dinâmicas envolvem “a interpretação do público, que realiza uma leitura atenta e crítica das mensagens midiáticas ao navegar por diferentes plataformas e correlacionar um tema central aos mais variados contextos e linguagens [...]”, além da produção criativa de conteúdos. De modo semelhante, Jenkins (2008, p.30) defende que, na convergência, os “consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. O contato com diferentes plataformas e, portanto, diferentes estruturas de linguagem pode ser uma forma de fomentar a competência midiática, tanto do âmbito de análise quanto de expressão.

Essa produção de narrativas e conteúdos que se expandem para outras plataformas está relacionada ao que se denomina transmídia ou transmídiação. “A expressão *TV Transmídia* designa um modelo de produção que se caracteriza pela incorporação de outras mídias e plataformas, sobretudo as redes sociais digitais, na cadeia criativa do meio televisivo” (FECHINE; LIMA, 2019, p.113). Nesse contexto, a participação do público é uma condição para que as estratégias transmídia se concretizem, uma vez que propõem, idealmente, a intervenção do consumidor⁷³ e buscam complementar ou intensificar a experiência de consumo (FECHINE; LIMA, 2019). O papel dos fãs, nesse caso, é fundamental para que os conteúdos circulem e alcancem outros públicos (FECHINE; LIMA, 2019).

Fechine e Bronsztein (2016) e Fechine *et. al.* (2013) categorizam dois tipos de estratégias de projetos de transmídiação: expansão e propagação. A expansão está relacionada a elementos que transbordam do universo ficcional, ou seja, complementam e desdobram a narrativa; a propagação, por sua vez, refere-se à retroalimentação e à ressonância de conteúdos, contribuindo para manter o interesse e o envolvimento do consumidor (FECHINE; BRONSZTEIN, 2016; FECHINE *et. al.*, 2013). As estratégias de expansão dividem-se entre a função lúdica – que busca extrair elementos do universo ficcional para o cotidiano do consumidor, convidando-o a fabular e a vivenciar esse universo – e a função narrativa, que se baseia na proposição de extensões textuais, de modo a construir narrativas transmídia que se interrelacionam e se complementam, mas que possuem sentido em si mesmas; enquanto isso, as estratégias de propagação visam repercutir o universo ficcional, seja no ambiente online ou fora dele, a partir de conteúdos reformatados ou informativos (FECHINE; BRONSZTEIN,

⁷³ Fechine e Lima (2019) utilizam o termo *consumidor* para se referir ao sujeito que navega entre múltiplas plataformas, nas quais receberia designações diferentes, como leitor, usuário ou internauta. Desse modo, as autoras empregam o termo para fugir dessas nomenclaturas e ressaltar as distintas possibilidades de consumo do sujeito no ambiente transmídia.

2016; FECHINE *et. al.*, 2013). A essa lógica de produção multiplataforma, Fechine e Bronsztein (2016) e Fechine *et. al.* (2013) dão o nome de transmídiação.

No Japão, o emprego de estratégias transmídia não é recente. Grande parte dos animês e mangás possui um alcance que perpassa diversas plataformas, ampliando e intensificando a experiência do interagente. Nesse sentido, não se encaixam apenas as transposições de mangás a animês ou vice-versa, as quais são extremamente comuns, mas fala-se também de extensões narrativas que aprofundam o universo ficcional e oferecem ao público novos detalhes e informações. Essas extensões abrangem, por exemplo, filmes, *spin-offs* e os OVAs, sendo o último um tipo de produto particularmente característico da cadeia de produção e consumo japonesa. Além disso, é comum o desenvolvimento de *games*, que podem cumprir uma função especialmente lúdica e/ou narrativa, brinquedos, *figures*, acessórios, peças de roupas e demais objetos provenientes do universo ficcional.

Se as estratégias transmídia de um programa podem estimular a interpretação, interação e produção do público, levando ao engajamento ativo com a obra, é possível argumentar que esse tipo de produto, a depender do contexto, do programa específico a que se faz referência e das estratégias empregadas, pode ser associado a características de qualidade no audiovisual. Além disso, o consumo multiplataforma é capaz de incentivar o desenvolvimento de capacidades associadas à competência midiática. Nesse processo, os fãs, embora não sejam os únicos, se configuram como os principais agentes em termos de consumo, circulação e produção própria de conteúdos.

Tais discussões servem para ancorar as análises propostas neste trabalho. O estudo do animê *Shingeki no Kyojin* e da produção criativa do respectivo *fandom* inevitavelmente, e propositalmente, perpassa as relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs. Espera-se, ao término das análises, estabelecer, mais claramente, como essas relações são expressas no caso do animê e da *fanfic* em questão.

4. MURALHA SINA: ANÁLISE DE SHINGEKI NO KYOJIN E DE AOT NO REQUIEM

De modo a discorrer a respeito das características de qualidade do animê e sua potencial relação com o desenvolvimento, por parte dos fãs, de habilidades ligadas à competência midiática, faz-se necessário analisar, em um primeiro momento, o animê em si – suas características estéticas e narrativas e como elas são combinadas para produzir uma mensagem. Em um segundo momento, a partir das considerações acerca do animê, a análise deve se concentrar na produção criativa do *fandom*, mais especificamente na *fanfic AoT no Requiem*, buscando observar o que motiva a criação das histórias e as possíveis relações entre as características de qualidade de *Shingeki no Kyojin* e as habilidades apresentadas pelos fãs no contexto da competência midiática. Embora a análise seja dividida didaticamente em duas etapas, sabe-se que, na prática, os processos se entrelaçam, sem que haja uma separação clara entre o momento em que se assiste e se reflete sobre o animê e o momento em que os fãs começam o trabalho de criação e exercitam competências críticas e criativas.

4.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE

Devido à abordagem da qualidade no audiovisual e da competência midiática em um único modelo teórico-metodológico de análise de séries ficcionais, optou-se pela utilização da metodologia desenvolvida por Borges e Sigiliano (2021), com algumas alterações que servem ao propósito da pesquisa. O modelo estruturado pelas autoras leva em conta não somente a qualidade de um produto audiovisual, mas mostra, em meio à convergência midiática e à hibridização de linguagens, a “necessidade de se considerar também a produção de conteúdos associada ao produto audiovisual e a(s) forma(s) de interação dos telespectadores, que passaram de consumidores a interagentes” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.2). Nesse contexto, Borges e Sigiliano (2021) defendem que o consumo audiovisual perpassa diferentes plataformas, o que leva à construção de narrativas também para diferentes mídias, modificando a experiência estética dos telespectadores interagentes, os quais são estimulados ao engajamento e, muitas vezes, à resposta por meio da produção criativa.

Neste sentido, o conceito de competência midiática passa a ser relevante nesta discussão, pois refere-se ao entendimento da atividade interpretativa por parte do público. Envolve assim a interpretação do público, que realiza uma leitura atenta e

crítica das mensagens midiáticas ao navegar por diferentes plataformas e correlacionar um tema central aos mais variados contextos e linguagens, e a produção criativa de conteúdos, que circulam nas redes a partir desta interação. (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.2-3)

Desse modo, o estudo das séries ficcionais segundo o modelo proposto por Borges e Sigiliano (2021) passa por três pontos principais: a criação, a circulação e a experiência estética. A criação se relaciona à análise dos elementos estéticos de uma produção, dentre forma e conteúdo, que constituem a mensagem audiovisual. Essa análise divide-se em *plano da expressão*, no qual são esmiuçados os recursos técnico-expressivos, como fotografia, edição ou trilha sonora, bem como a produção de sentido a partir de tais; *plano do conteúdo*, que engloba a análise dos personagens e da construção narrativa; e, por fim, a *mensagem audiovisual*, que abrange os indicadores de qualidade, a partir dos quais reflete-se sobre o estímulo à reflexão crítica e à leitura atenta por parte do público. Borges e Sigiliano (2021) definem esses indicadores como: oportunidade, ampliação do horizonte do público, diversidade, estereótipo e originalidade/criatividade. Na etapa da criação, portanto, analisa-se a produção audiovisual em si.

Figura 5: Esquema de análise da criação



Fonte: Borges e Sigiliano (2021)

A oportunidade diz respeito à pertinência e à relevância dos temas abordados, levando-se em consideração contextos nacionais e internacionais, além da presença de assuntos pautados na agenda da mídia e do público. Já a ampliação do horizonte do público busca “aferir se as propostas são, por natureza, polêmicas, contraditórias e férteis, no sentido em que fazem os telespectadores interagentes refletirem sobre aquilo que estão assistindo” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.5). Ou seja, os programas devem instigar o pensamento crítico e a reflexão, levando ao debate de ideias e à apresentação de diferentes perspectivas.

A diversidade, por sua vez, refere-se não somente à diversidade de sujeitos, mas também à diversidade de pontos de vista, tendo em conta “os mais diversos fatores que caracterizam os diversos grupos sociais, como a diversidade temática, geográfica, política, socioeconômica, cultural, étnica, religiosa e de gênero” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.5). Em relação aos estereótipos, a análise se concentra nas formas de representação adotadas, de modo a investigar se o programa se utiliza de representações estereotipadas ou se as desconstrói. O último dos indicadores de qualidade da mensagem audiovisual, originalidade/criatividade, objetiva avaliar “em que medida o produto audiovisual apresenta um formato diferenciado com ideias novas que surpreendem o público, e experimenta com a linguagem audiovisual tanto em termos da apresentação quanto da abordagem de temas” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.6).

Já a circulação refere-se às “estratégias de transmidiação utilizadas pelas empresas de mídia para a divulgação da criação audiovisual e a conversação [...]” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.6). Nessa etapa são analisadas as publicações feitas pelas emissoras ou produtoras do programa em questão em redes sociais como Twitter, Facebook e Instagram, de modo a estudar em que medida são estimuladas novas experiências de interação ao espectador interigente. Do mesmo modo, analisa-se a conversação em rede do público em torno de tais estratégias de transmidiação, considerando os comentários feitos nas redes sociais. Não serão aprofundadas, aqui, questões relativas ao modelo de análise da circulação, uma vez que não se objetiva, neste trabalho, o estudo dessa etapa do processo comunicacional.

Figura 6: Esquema de análise da circulação



Fonte: Borges e Sigiliano (2021)

Por fim, “a experiência estética do telespectador interagente é entendida não apenas como fruição do conteúdo audiovisual, mas também pela forma como produz conteúdos a partir dela”, ou seja, envolve tanto a análise crítica quanto a produção criativa (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.17). Nesse sentido, Borges e Sigiliano (2021) buscam entender como a narrativa audiovisual pode estimular o espectador a completar e a preencher lacunas e, potencialmente, também a produzir conteúdo em redes sociais. A partir dessa análise, o propósito das autoras é discutir se há a potencialização do desenvolvimento da competência midiática do público mediante o consumo dessas narrativas audiovisuais. Nessa etapa, portanto, estuda-se a relação do interagente com a obra, partindo de elementos da própria produção audiovisual capazes de gerar engajamento – identificáveis por meio dos indicadores de qualidade da criação (análise crítica) – e também de elementos presentes na conversação dos interagentes sobre a obra (produção criativa) – observáveis a partir dos indicadores de qualidade da conversação no Twitter. Assim, é possível analisar em que medida o produto audiovisual estimula o engajamento e a produção de conteúdo nas redes. Com a análise da obra audiovisual em si, das relações do interagente com a obra e da produção de conteúdo a partir dessa obra, é possível discutir não somente as potencialidades do produto em relação à promoção da competência midiática, mas também como as dimensões da competência midiática já estão em operação na produção dos interagentes.

Figura 7: Esquema de análise da experiência estética



Fonte: Borges e Sigiliano (2021)

Desse modo, os indicadores de qualidade da criação, referentes à análise crítica da produção audiovisual pelos interagentes, “se destinam a auxiliar na reflexão sobre papel e a inserção do telespectador ao interagir com a narrativa e cuja produção de sentido pode completá-la ou desdobrá-la” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.18). Borges e Sigiliano (2021)

definem seis indicadores de qualidade da criação, sendo eles: composição imagética, experimentação da linguagem audiovisual, setas chamativas, efeitos especiais narrativos, recursos de *storytelling* e referências intertextuais. A composição imagética refere-se a elementos visuais densos e complexos, que oferecem novas camadas de significação. Esses detalhes podem ser fundamentais à compreensão da história, ter a percepção facultativa ou mesmo revelar incoerências no roteiro. Já a experimentação da linguagem audiovisual “avalia em que medida a criação audiovisual apresenta, ou não, elementos inovadores e originais, que buscam promover uma experiência estética diferenciada ao telespectador” (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.18).

As setas chamativas, por sua vez, fazem referência a elementos inseridos ao longo da trama, como diálogos expositivos ou marcações de temporalidade, que ajudam o público na compreensão da história, diminuindo o esforço analítico. Borges e Sigiliano (2021) enfatizam que, nas séries contemporâneas, as setas chamativas podem ser omitidas intencionalmente para estimular o público a completar por si só o sentido da narrativa. Já os efeitos especiais narrativos “podem ser observados nas variações barrocas de temas e normas, no clímax ou nas reviravoltas da narrativa, quando os roteiristas fazem o público reconsiderar tudo o que foi visto anteriormente”, o que requer atenção e aprofundamento na narrativa (BORGES; SIGILIANO, 2021, p.19). Os recursos de *storytelling* incluem analepses e alterações cronológicas, além da utilização de múltiplas perspectivas, sequências oníricas e fantasiosas sem demarcação clara, o que estimula o engajamento do público para a compreensão da história. Por fim, as referências intertextuais abrangem elementos que se relacionam a aspectos que ultrapassam o universo ficcional, com camadas de significado que aprofundam a experiência do público e que requerem um repertório midiático, construído ao longo do tempo.

Ainda no âmbito da experiência estética, Borges e Sigiliano (2021) também apresentam indicadores referentes à produção criativa do público, buscando aferir a qualidade da conversação gerada no Twitter mediante a arquitetura informacional e os conteúdos. A análise da experiência estética é aprofundada a partir da discussão das seis dimensões da competência midiática propostas por Ferrés e Piscitelli (2015), considerando tanto a análise crítica quanto a produção criativa. Tal aprofundamento é feito de modo a observar como operam tais dimensões na produção dos interagentes e quais potencialidades a obra audiovisual carrega em relação à promoção da competência midiática. As dimensões são: linguagem, tecnologia, ideologia e valores, processos de produção e difusão, processos de interação e, por fim, estética.

Figura 8: Modelo teórico-metodológico completo de análise de séries ficcionais



Fonte: Borges e Sigiliano (2021)

Para o presente trabalho, como forma de analisar a qualidade audiovisual no animê *Shingeki no Kyojin* e as conexões entre essa possível qualidade e a promoção da competência midiática, escolheu-se estudar, além da obra audiovisual, a *fanfic AoT no Requiem*. Considerando a metodologia proposta por Borges e Sigiliano (2021), as etapas de análise da criação, que abrange o estudo do animê em si, e de análise da experiência estética, que aborda a relação do interagente com a obra, seriam adequadas ao propósito da pesquisa e ajudariam a elucidar as possíveis conexões entre a qualidade em *Shingeki no Kyojin* e a competência midiática do *fandom* na *fanfic* em questão. Como a circulação não é um elemento em foco neste estudo, a análise dessa etapa não seria tão proveitosa para os objetivos desta pesquisa. Logo, optou-se pela análise da criação e da experiência estética, culminando em reflexões sobre a competência midiática.

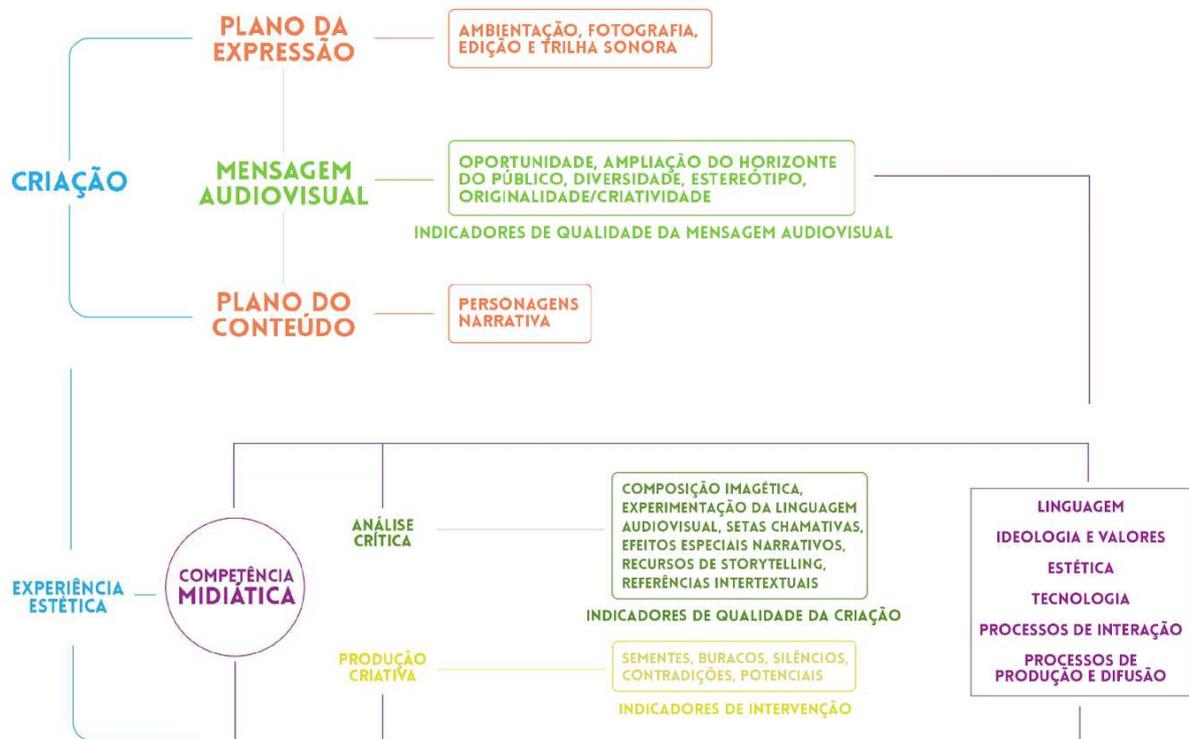
Entretanto, no modelo teórico-metodológico de Borges e Sigiliano (2021), a produção criativa dos interagentes, no âmbito da experiência estética, é avaliada com base em indicadores de qualidade da conversação no Twitter. Como no presente estudo objetiva-se analisar a produção criativa do *fandom* de *Shingeki no Kyojin* a partir da *fanfic AoT no Requiem*, não é possível utilizar indicadores referentes à produção no Twitter. Portanto, para a análise da *fanfic*, foram propostos outros indicadores referentes à produção criativa, de modo a facilitar o entendimento das relações entre o produto audiovisual e a história produzida pelos fãs. Como pontuado, este estudo visa identificar as potencialidades de *Shingeki no Kyojin* quanto à proposição de noções críticas e discussões relevantes para o público, o que se relaciona à qualidade no audiovisual, e estabelecer conexões entre os potenciais elementos de qualidade da

narrativa e a operação da competência midiática no trabalho dos fãs. Para tanto, escolheu-se analisar uma *fanfic* produzida pelo *fandom* de *Shingeki no Kyojin* para observar, mediante discussões acerca da competência midiática, se, e como, as possíveis características de qualidade do animê podem influenciar a interpretação crítica e a produção criativa dos fãs, identificando, ao longo do processo, o que parece estimular a produção do *fandom*.

Jenkins (2012) sugere a existência de ao menos cinco elementos básicos que encorajam intervenções de fãs: sementes, buracos, contradições, silêncios e potenciais. As sementes são “pedaços de informação introduzidos na narrativa para indicar um mundo maior que não é completamente desenvolvido na própria história” (JENKINS, 2012, p.16). Ou seja, são elementos pouco explorados no cânone, mas que podem instigar a imaginação do público e, potencialmente, também levar à produção criativa por meio de *fanfics*. Já os buracos são “elementos narrativos dos quais os leitores sentem falta e que são centrais à sua compreensão dos personagens”, enquanto as contradições referem-se a “dois ou mais elementos na narrativa (intencionais ou não) sugerindo possibilidades alternativas para os personagens” (JENKINS, 2012, p.17). Os silêncios, por sua vez, configuram-se como “elementos que foram sistematicamente excluídos da narrativa com consequências ideológicas”, e os potenciais, por fim, são “projeções sobre o que poderia ter acontecido além dos limites da narrativa” (JENKINS, 2012, p.18).

Desse modo, em vez dos indicadores de qualidade da conversação no Twitter, estabeleceu-se o que se optou por chamar de indicadores de intervenção, divididos em sementes, buracos, contradições, silêncios e potenciais. A partir deles, é possível compreender melhor quais elementos do animê parecem estimular a escrita de *fanfics* e se esse estímulo pode ser relacionado aos indicadores de qualidade da mensagem audiovisual e da criação. A partir do estabelecimento dessas relações, a proposta é analisar a *fanfic* selecionada sob a ótica da competência midiática, considerando as seis dimensões de Ferrés e Piscitelli (2015). Dessa forma, pode-se avaliar em que medida os fãs podem ser considerados proficientes nas dimensões em questão e como essa proficiência também pode ser relacionada aos indicadores de qualidade descritos.

Figura 9: Metodologia definida para análise de *Shingeki no Kyojin* e de *AoT no Requiem*



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Borges e Sigiliano (2021)

Entende-se que, em uma situação real, o processo comunicacional é entrelaçado, e não dividido em momentos claramente definidos. No entanto, para efeitos didáticos e para facilitar o processo de análise, nesta pesquisa o estudo é realizado em etapas, partindo da metodologia proposta por Borges e Sigiliano (2021). Portanto, em um primeiro momento, *Shingeki no Kyojin* é analisado sob a ótica da criação, a partir do plano da expressão, do plano do conteúdo e da mensagem audiovisual, perpassando alguns elementos de destaque relativos aos indicadores de qualidade da criação (referentes à análise crítica no âmbito da experiência estética). Essa primeira análise permite discussões acerca de possíveis características de qualidade presentes no animê. Em um segundo momento, a análise é feita sob a perspectiva da produção criativa, mediante os indicadores de intervenção, que buscam pontuar quais elementos parecem efetivamente motivar a escrita da *fanfic AoT no Requiem* e se tais elementos estão relacionados aos indicadores de qualidade relativos ao animê. Por fim, a partir dos estudos referentes à criação e à experiência estética, a pesquisa se concentra na competência midiática, com o objetivo de avaliar as potencialidades do animê no estímulo ao desenvolvimento, por

parte do público, de habilidades ligadas às dimensões e aos indicadores propostos por Ferrés e Piscitelli (2015) e de discorrer sobre quais dessas habilidades podem ser observadas na *fanfic* analisada.

4.2 SHINGEKI NO KYOJIN E AOT NO REQUIEM

Shingeki no Kyojin é uma obra escrita e ilustrada pelo mangaká Hajime Isayama. No Japão, os capítulos foram publicados mensalmente na revista Bessatsu Shōnen Magazine, de 9 de setembro de 2009 a 9 de abril de 2021. O mangá foi compilado em 34 volumes e publicado pela editora Kodansha, enquanto, no Brasil, a obra foi licenciada pela Panini. Em abril de 2013, foi lançado o primeiro episódio do animê seriado, que consiste em uma adaptação do mangá. Originalmente exibido pela emissora japonesa NHK, o animê é disponibilizado ao público brasileiro pelos serviços de *streaming* Crunchyroll e Funimation, que contam com transmissão simultânea, ou seja, exibem os novos episódios poucas horas após a estreia no Japão. Além da adaptação para animê, *Shingeki no Kyojin* também deu origem a inúmeras outras obras, dentre elas filmes, mangás, *novels*, jogos e *guidebooks*. A partir dessa expansão do trabalho original, com a apresentação de novas informações ao público, o aprofundamento em outros personagens e a ressignificação da história em novos contextos, é possível construir um amplo e interessante universo transmídia, capaz de engajar ainda mais o público. No entanto, apesar da multiplicidade de produções, a proposta de análise deste estudo se concentra especificamente no animê seriado principal.

As três primeiras temporadas de *Shingeki no Kyojin* foram animadas pelo Wit Studio e exibidas entre 2013 e 2019. Já o projeto da quarta temporada, anunciada como a última, foi entregue ao estúdio MAPPA, o que gerou controvérsias e desconfiança entre os fãs. Embora tenha, inicialmente, sido dividida em duas partes – exibidas, respectivamente, de dezembro de 2020 a março de 2021 e de janeiro a abril de 2022 –, a última temporada ganhou uma terceira parte, cuja estreia está prevista para 2023. Devido ao grande número de episódios, à troca de estúdios e ao andamento da quarta temporada, que à época deste estudo ainda não havia sido finalizada, optou-se por focar a análise especialmente na primeira parte da última temporada. Essa escolha se baseia no entendimento de que a substituição do Wit Studio pela MAPPA inevitavelmente levaria a mudanças em relação aos recursos técnico-expressivos, tornando a análise de temporadas animadas por estúdios diferentes um trabalho mais complexo. Além disso, em relação à narrativa e aos personagens, a escolha por uma temporada mais próxima do

encerramento da história permite que se tenha um maior entendimento a respeito da construção do plano do conteúdo como um todo. Entretanto, devido à quantidade de episódios, às datas de exibição e ao período de conclusão do presente trabalho, incluir a segunda parte da quarta temporada na análise não seria possível. Portanto, para a análise audiovisual, teve-se foco especial na primeira parte da quarta temporada, embora elementos de outras temporadas e do mangá também tenham sido referenciados e discutidos, uma vez que se trata de uma narrativa seriada, e não episódica.

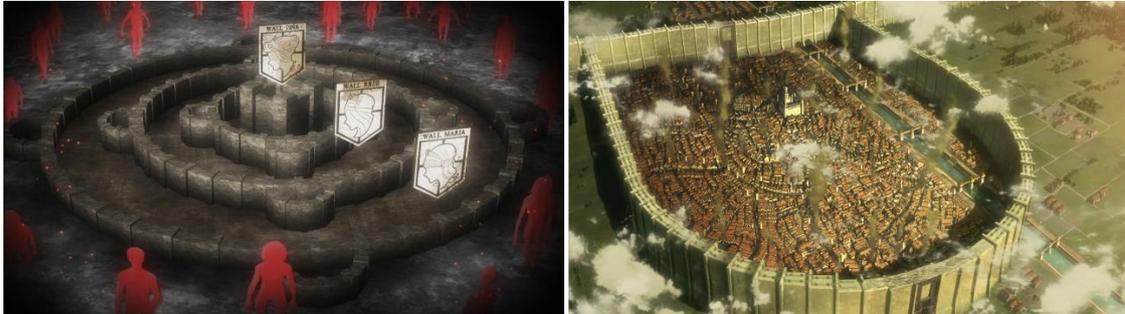
Já a *fanfic AoT no Requiem* foi selecionada como um estudo de caso, de modo a investigar as possíveis relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs. A opção pela análise de apenas uma *fanfic*, e não de um recorte amostral, leva em conta a limitação de tempo e de espaço presente em um trabalho de dissertação. Por isso, essa análise se configura como um estudo de caráter elucidativo das possibilidades envolvendo as ligações entre os conceitos de qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs, não objetivando, portanto, trazer uma conclusão categórica a respeito de tais ligações. Entende-se que, a partir dessa análise, não é possível fazer afirmações representativas de todo um *fandom*, mas espera-se que as pistas aqui encontradas possam servir para aprofundar o entendimento sobre as temáticas citadas. A seleção de *AoT no Requiem* em detrimento de outros trabalhos de fãs também foi motivada pelo sucesso e pela controvérsia que essa *fanfic* gerou dentro do próprio *fandom*, além da complexidade e do tamanho do projeto, que envolve fãs de inúmeras nacionalidades. Tais elementos fornecem subsídios a uma análise mais aprofundada, capaz de melhor elucidar o estudo das relações entre os conceitos aqui discutidos.

4.2.1 Animê – Sob a ótica da criação

Shingeki no Kyojin tem início no distrito de Shiganshina, onde moram Eren, sua irmã adotiva Mikasa e seu melhor amigo Armin, todos então com 10 anos. Naquele momento, a humanidade estava confinada em muralhas circulares de cerca de 50 metros de altura, que há 100 anos protegiam a população de criaturas irracionais gigantescas que se alimentavam de humanos: os titãs. A muralha mais externa era chamada Maria, a do meio Rose e a mais interna, Sina. Os distritos eram locais que se projetavam um pouco além de cada uma das muralhas e que serviam como uma espécie de isca para os titãs – antes de tentarem invadir alguma das muralhas principais, os titãs instintivamente investiriam nos distritos, os quais possuíam a maior

concentração populacional. Dessa forma, são reduzidos os custos e mão de obra necessários para defender as muralhas.

Figura 10: Representação das muralhas construídas para proteger a humanidade



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

No entanto, após um século de paz, o distrito de Shiganshina é invadido por dois titãs que, além de possuírem inteligência, eram muito maiores do que os demais: o titã Colossal e o titã Blindado, os quais também conseguem derrubar o portão da muralha Maria, obrigando os militares a evacuarem a população para a muralha Rose. Com essa invasão, outros titãs fora das muralhas conseguem entrar no distrito, e a mãe de Eren acaba morta. A partir de então, o menino jura matar todos os titãs para libertar a humanidade de dentro das muralhas. Para tanto, ao completar 12 anos, Eren se inscreve na academia militar, almejando se tornar cadete e, posteriormente, entrar para o Reconhecimento, a divisão militar responsável pela exploração e pelo patrulhamento fora das muralhas. Sempre tentando proteger Eren, Mikasa também faz sua inscrição, assim como Armin, que perdeu sua família na invasão de Shiganshina. Ao longo da formação militar e do período no Reconhecimento, os jovens descobrem cada vez mais sobre os titãs e de onde eles vieram.

Em relação ao plano da expressão, serão avaliados os códigos visuais, sonoros, sintáticos e gráficos, com maior ênfase nos episódios da primeira parte da quarta temporada. Enquanto a ambientação das três primeiras temporadas se resume, basicamente, à Ilha Paradis, que compreende o território protegido pelas muralhas e seus entornos, a temporada final transita constantemente entre Marley e a ilha. Uma vez que, inicialmente, a população de Paradis não possui qualquer tipo de conhecimento sobre o mundo exterior – uma tática do governo real para manter o controle sobre seus súditos – aos espectadores também não são mostradas informações desconhecidas pelos personagens. Dessa forma, à medida que Eren e seus companheiros vão desvendando a verdade por trás dos titãs, o público que acompanha o animê também vai

recebendo essas informações. Isso ajuda a manter o aspecto misterioso dos titãs e atíça a curiosidade do espectador, que, assim como os personagens, vai reunindo lentamente conhecimento sobre essas criaturas e o mundo além das muralhas. A ambientação restrita das primeiras temporadas permite, portanto, que o mesmo anseio de Eren pela liberdade e pela verdade seja compartilhado, de certa forma, pelo público.

Figura 11: Titã Colossal e Titã Blindado



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Contudo, sabendo da existência de outras civilizações fora de Paradis, ao final da terceira temporada o Reconhecimento consegue eliminar a maior parte dos titãs que cercavam as muralhas e chegar aos limites da ilha, se preparando para cruzar o oceano. Essa operação acontece após os militares recuperarem o diário de Grisha Jaeger, pai de Eren. Vindo de Marley e portando o poder de se transformar em titã, Grisha se infiltrou nas muralhas em busca do Titã Fundador, em posse da família real. Até então, o alto escalão do governo mantinha todas essas informações em segredo, sendo o poder do Titã Fundador utilizado para alterar a memória da população, fazendo com que ninguém se lembrasse de nada que estivesse fora das muralhas. Dessa forma, os habitantes de Paradis eram mantidos sob controle, perpetuando a estrutura sociopolítica estabelecida na ilha.

O diário de Grisha, no entanto, revela que os humanos da ilha são, na verdade, o povo de Eldia, descendente de Ymir, quem primeiro obteve o poder dos titãs. A mitologia conta que quando Ymir morreu, sua alma se dividiu em nove titãs, que construíram o império de Eldia. A partir de então, os eldianos, também chamados de súditos de Ymir, destruíram e conquistaram inúmeros territórios, incluindo Marley. Entretanto, com manobras internas e com o apoio do então rei eldiano Karl Fritz, que escolheu se recolher para a ilha Paradis com parte de seu povo e construir as três muralhas, Marley tomou sete dos nove titãs e derrotou Eldia. Os eldianos que se mantiveram em Marley foram, desse modo, subjugados pelo país vencedor.

Cientes da história que o governo real mantinha em segredo, o Reconhecimento também planeja se infiltrar em Marley.

A quarta temporada se inicia, então, com um salto temporal, e grande parte das cenas passa a trazer como ambientação Marley, em guerra com a Aliança do Oriente Médio. O foco não apenas em Eren e seus companheiros, mas também nos habitantes fora das muralhas, permite que o espectador veja os acontecimentos por diferentes pontos de vista e sinta empatia por personagens que, no embate entre Eldia e Marley, se encontram em polos opostos. Nesse sentido, pode-se argumentar que *Shingeki no Kyojin* se afasta do maniqueísmo presente em muitas narrativas, uma vez que não aposta em arquétipos tão claros e fixos de heróis e vilões.

Ainda em relação à ambientação e aos códigos visuais, em comparação com Paradis, Marley apresenta aparatos tecnológicos mais avançados, uma vez que, isolada, a ilha não tinha acesso à toda infraestrutura disponível na época. Apesar de a cronologia de *Shingeki no Kyojin* não seguir a contagem dos anos da Era Cristã, o animê parece se passar entre meados do século XIX e início do século XX, haja vista os tipos de armamento disponíveis, a arquitetura das cidades, os meios de transporte, como trens e dirigíveis, dentre outros. É interessante pontuar, por exemplo, como as armas de fogo utilizadas em Paradis ao longo das primeiras temporadas remontam a décadas anteriores ao material bélico usado em Marley, reforçando o relativo atraso tecnológico que a ilha possuía em relação ao restante do mundo. Enquanto no início do animê é possível observar o exército de Paradis portando mosquetes, sem disparos consecutivos, Marley e a Aliança do Oriente Médio já contam com rifles de ferrolho e metralhadoras automáticas.

Figura 12: Ambientação em Paradis e em Marley, respectivamente



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Figura 13: Armamento de Paradis e Marley, respectivamente



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

No que tange a aparência, é interessante pontuar como os traços de cada personagem são desenhados de modo a conferir evidente singularidade às feições de cada um. Tais particularidades, além de enriquecerem a produção visualmente, conferem diversidade aos personagens. Em geral, apesar de haver considerável variação em elementos como os cabelos, as roupas e a cor dos olhos, os animês não costumam apresentar personagens com feições tão próprias e distintas como é possível observar na obra de Hajime Isayama.

Figura 14: Personagens de Shingeki no Kyojin



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Por sua vez, o figurino da população de Paradis, que também contribui para dar ao animê a ambientação referente à época retratada, é composto por peças básicas e neutras, que corroboram a simplicidade dos habitantes das muralhas, vítimas da escassez de comida – advinda, dentre outros motivos, do pouco território disponível para a produção agropecuária – da alta concentração populacional e da negligência do então governo. Já aqueles residentes em Marley possuem o figurino um pouco mais elaborado, com peças como cartolas, chapéus e bolsas. Há, ainda, os uniformes dos exércitos de Marley e Paradis, que, além de se

assemelharem a vestimentas utilizadas tanto na Primeira Guerra Mundial quanto na Segunda, contêm majoritariamente tons de verde, bege, marrom e cinza, comumente associados às roupas militares. No entanto, apesar de seguir a mesma paleta de cores, o uniforme que o Reconhecimento, a Guarnição e a Polícia Militar de Paradis usam em serviço possui características singulares, especialmente pela utilização do equipamento de locomoção 3D, um aparato desenvolvido para a movimentação em alturas e a eliminação de titãs. Dessa forma, elementos associados à realidade extradiegética são combinados a componentes ficcionais, conferindo certa verossimilhança à narrativa ao mesmo tempo em que há o estímulo à imersão do espectador no universo particular do animê.

Outro ponto essencial de se destacar em relação ao figurino diz respeito à utilização de braçadeiras pelos eldianos residentes em Marley. Como pontuado, o país derrotou o império de Eldia na Grande Guerra dos Titãs, encerrando anos de dominação por parte dos súditos de Ymir. A partir de então, Marley emerge como uma das maiores potências mundiais e instaura um sistema de repressão aos eldianos remanescentes, que não possuem os mesmos direitos que os cidadãos marleyanos. São criadas, portanto, zonas de internamento, regiões dentro do perímetro urbano destinadas ao povo de Eldia, segregado dos demais. Para sair dessas áreas, os eldianos devem portar uma autorização, e é proibido que andem sem as braçadeiras que os identificam como súditos de Ymir. Existem três cores de braçadeiras, todas com um símbolo similar a uma estrela de nove pontas com proporções levemente deformadas. As braçadeiras de cor bege designam os eldianos comuns, enquanto as amarelas identificam candidatos a guerreiros, e as vermelhas indicam guerreiros que receberam o título de cidadãos honorários de Marley. Como apenas eldianos são capazes de se transformarem em titãs, Marley, observando o potencial militar de utilizar titãs como armas de guerra, estabeleceu um curso de formação de guerreiros voltado a crianças de Eldia. As crianças selecionadas recebem o poder de um dos titãs em posse de Marley, sendo tal poder usado para fins militares. Em troca, os guerreiros e suas famílias adquirem o título de cidadãos honorários de Marley, que garante a eles alguns direitos que eldianos comuns não possuem.

As braçadeiras que o povo de Eldia é obrigado a usar se relacionam estreitamente àquelas que judeus foram forçados a vestir durante o Holocausto. Na Alemanha nazista, os judeus eram identificados por braçadeiras contendo o símbolo da Estrela de Davi, e quem fosse pego sem a peça também sofria severas punições⁷⁴. Além disso, antes de serem enviados

⁷⁴ Disponível em: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/jewish-badge-during-the-nazi-era>. Acesso em 2 de fevereiro de 2022.

sistematicamente aos campos de concentração, era comum que judeus fossem segregados em guetos⁷⁵, os quais podem ser correlacionados às zonas de internamento nas quais se estabelecem os eldianos em Marley. Inclusive os sobrenomes dos personagens têm, em grande parte, ascendência alemã, como Braun, Reiss e Kirsten. Além disso, algumas músicas da trilha sonora do animê possuem trechos das letras em alemão, mesmo sendo cantadas na língua japonesa. É o exemplo da canção de abertura Guren No Yumiya, da banda Linked Horizon⁷⁶. Embora isso não indique, necessariamente, que o animê se passe na Alemanha, as referências contribuem para estabelecer analogias estreitas entre a história do país e a de *Shingeki no Kyojin*.

Os paralelos entre a discriminação étnica no animê e a realidade judaica ao longo do Holocausto levaram muitos fãs a se posicionarem contrariamente à venda oficial das braçadeiras dos eldianos pelo Comitê de Produção de *Shingeki no Kyojin*, que se desculpou e cessou a venda pouco tempo após o anúncio do produto⁷⁷. Tais referências ao período da Segunda Guerra Mundial também sustentaram o argumento, por parte de alguns, de que o subtexto do animê apresenta caráter fascista, endossando o antissemitismo e exaltando o militarismo japonês defendido pela extrema-direita. Por outro lado, há aqueles que questionam essa visão, alegando que a abordagem dessa temática é feita de forma a questionar essas convicções. A questão militarista, os paralelismos entre o animê e a realidade e o que é possível inferir a partir da narrativa serão discutidos, de maneira mais detalhada, adiante, com as análises do plano do conteúdo e da mensagem audiovisual.

Figura 15: Braçadeiras usadas pelos Eldianos



Fonte: Captura de tela, Crunchyroll

⁷⁵ Disponível em: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/ghettos>. Acesso em 2 de fevereiro de 2022.

⁷⁶ Disponível em: <https://www.letras.mus.br/shingeki-no-kyojin/guren-no-yumiya/>. Acesso em 7 de abril de 2023.

⁷⁷ Disponível em: <https://www.legiaodosherois.com.br/2021/attack-on-titan-produto-controverso-cancelado.html>. Acesso em 2 de fevereiro de 2022.

Ainda no âmbito dos códigos visuais, a paleta de cores observada nas vestes militares se repete, de modo geral, em quase todos os ambientes, principalmente com tons de bege e marrom. A utilização de cores mais neutras e fechadas vai ao encontro do caráter mais sério da narrativa, que adquire peso ao longo da última temporada. A fotografia, por sua vez, segue um estilo primordialmente naturalista, adquirindo tonalidades um pouco distintas nas cenas noturnas. É válido pontuar que, enquanto em Paradis a ambientação noturna traz tons frios, especialmente de azul, a noite em Libério, cidade pertencente a Marley e pano de fundo de grande parte da quarta temporada, apresenta fotografia de tons mais quentes. Se por um lado essa tonalidade reflete a iluminação da zona urbana, maior e mais desenvolvida do que nos distritos de Paradis, por outro pode-se relacioná-la à apreensão compartilhada por uma população em zona de guerra e à ameaça iminente de um ataque empreendido por Eren, em forma do Titã de Ataque.

Figura 16: Noite em Libério, com tons quentes, e noite em Paradis, com tons frios



Fonte: Captura de tela/ Crunchyroll

A temática da guerra, central nos últimos arcos do animê, surge também na vinheta de abertura da primeira parte da quarta temporada. Ao som da agitada música *Boku no Sensou*⁷⁸ (Minha Guerra), da banda japonesa Shinsei Kamattechan, a abertura apresenta inúmeras explosões coloridas em cenários de guerra quase inteiramente cinzas, evidenciando visualmente a destruição e colocando em segundo plano a questão humana, assim como vê-se, de modo geral, nas guerras. A falta de humanidade impregnada na perspectiva da ação militar se destaca ainda mais na cena em que marcham soldados totalmente acinzentados e exatamente iguais uns aos outros, o que denota a despersonalização dos combatentes. Há, ainda, imagens de pássaros cinzas caindo. Uma vez que as aves são, inúmeras vezes ao longo do animê, utilizadas como representações metafóricas da liberdade, pode-se associar a morte desses pássaros ao

⁷⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6TolbTZXDjI>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

aprisionamento simbólico de uma população em guerra. É válido destacar outro plano da vinheta, que apresenta o que parecem ser partes de corpos, também completamente cinzas, em uma pilha de destroços. Esse plano foi associado, por um fã no Twitter, a uma das mais famosas obras de Pablo Picasso, Guernica, que traz à tela o horror e a destruição causados pelo bombardeio do território basco.

Figura 17: Trechos da vinheta da primeira parte da quarta temporada de Shingeki no Kyojin



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Figura 18: Tweet comparando frame da vinheta ao quadro Guernica, de Picasso



Fonte: Twitter

É pertinente pontuar que a música agitada da vinheta de abertura, somada às explosões coloridas e à centralidade da destruição dos cenários, confere, de certa forma, um tom motivador às batalhas, como se convidasse a população à guerra. Isso vai ao encontro da ideologia de Eren, que, ao longo do animê, acaba se transformando em um indivíduo impiedoso,

capaz de atitudes desumanas em nome de suas convicções. A letra da canção reforça essa perspectiva, uma vez que traz frases como “vamos começar uma nova vida da escuridão” ou “destruição e regeneração, você é o verdadeiro inimigo”. A música parece sugerir, portanto, que a guerra pode dar origem a novas circunstâncias, melhores e mais justas, o que se relaciona estreitamente às proposições de Eren. A alusão ao “verdadeiro inimigo” é outro ponto chave na narrativa, visto que, a princípio, pensava-se que os habitantes das muralhas deveriam eliminar os titãs para alcançar a liberdade, e mais tarde descobre-se que, na verdade, o povo de Paradis era ameaçado pela própria humanidade fora das muralhas. Logo na primeira temporada, ainda no décimo quinto episódio, o comandante do Reconhecimento, Erwin Smith, ao contemplar a morte de dois titãs capturados, pergunta à Eren: “O que você vê? O que você acha que é o inimigo?”. A fala de Erwin já antecipa o que seria descoberto posteriormente a respeito dos verdadeiros inimigos de Paradis.

Por outro lado, enquanto a abertura traz uma espécie de chamado à guerra, a vinheta de encerramento – ao som da música *Shogeki*⁷⁹ (Choque), que apresenta uma melodia mais plácida, de tom dramático e melancólico – parece colocar em evidência a dor e a necessidade de libertação daqueles envolvidos nesses conflitos. O encerramento se inicia com uma das cenas do episódio 60, em que Falco, um dos candidatos à vaga de guerreiro de Marley, caído no campo de batalha, observa uma ave no céu e lhe diz para fugir daquele lugar perigoso. Após isso, imagens de pássaros voando são sobrepostas, com menor opacidade, às figuras cabisbaixas de Reiner e Gabi, também envolvidos nos conflitos de Marley. Falco surge novamente, enquanto mais aves sobrevoam os campos de batalha. A liberdade dos pássaros é contraposta à dor dos personagens e ao aprisionamento dos combatentes em um local envolto pela guerra. O simbolismo das aves também está presente na letra da canção, que fala sobre “inúmeros pássaros queimando suas asas”, ou seja, perdendo sua liberdade. Outros planos mostram, em um fundo preto, linhas brilhantes e conectadas que mudam de forma. Após uma explosão luminosa, as linhas se transformam em uma única esfera, que Falco pega. O plano da mão de Falco é seguido pela imagem do personagem em outro cenário, estendendo a mão para o céu em direção a um pássaro voando. As linhas conectadas fazem referência à coordenada, poder do Titã Fundador que, de certa forma, conecta todos os súditos de Ymir. Na vinheta de encerramento, os caminhos que levam à coordenada desembocam na busca por liberdade, nas mãos de Falco que tentam alcançar o pássaro.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AZl8UDsqsoM&t=82s>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

Figura 19: Trechos da vinheta de encerramento da primeira parte da quarta temporada



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Outro elemento do plano da expressão a ser analisado é a trilha sonora, que, com exceção das vinhetas de abertura e encerramento, apresenta músicas majoritariamente instrumentais, empregadas principalmente em momentos de tensão, como em batalhas e combates. A utilização de naipes de orquestra confere caráter épico às cenas de luta e contribui para reforçar o tom das sequências, sejam elas dramáticas, dinâmicas, divertidas ou inquietantes. Há, por exemplo, cenas no Festival de Libério, repleto de barraquinhas e comidas, em que a música de fundo se assemelha muito às composições medievais, lembrando, dessa forma, as feiras do período e trazendo um tom animado à sequência.

Por fim, a edição, apesar de seguir primordialmente a ordem cronológica, transita com considerável frequência entre passado e presente, com apenas algumas indicações que explicitam, de forma mais clara, a mudança temporal. Embora nem sempre haja indicadores evidentes, por vezes são apresentadas inserções gráficas como “3 anos atrás”, que ajudam a situar o espectador na narrativa. Além disso, é interessante ressaltar como as legendas da Crunchyroll também funcionam como referências temporais, uma vez que as legendas relativas ao presente diegético possuem letras de contorno preto, enquanto as cenas que fazem alusão ao passado apresentam caracteres de contorno azul escuro. Tal indicação não foi observada nos vídeos de *Shingeki no Kyojin* disponibilizados pela Funimation.

O retorno ao passado serve ao propósito de explicar ações e acontecimentos presentes, o que ocorre, muitas vezes, a partir de memórias e ponderações. Há, ainda, *flashbacks* funcionais, que reconstróem lembranças ou remontam à infância de determinados personagens. Esses recursos são de fundamental importância para o desenvolvimento da narrativa, uma vez que, desde as primeiras temporadas, informações cruciais são escondidas não somente dos personagens, mas também do público. Conforme reconstrói-se o passado, a verdadeira história sobre os titãs e Paradis é revelada. Nesse contexto, cenas, detalhes e acontecimentos

referenciados em temporadas passadas são, muitas vezes, retomados e explicados apenas em temporadas posteriores, o que demanda um engajamento ativo do espectador na interpretação da história. Essas características podem ser consideradas recursos de *storytelling*.

Outro recurso que merece destaque é a utilização de animações com traços diferenciados para ilustrar a história da nação Hizuru, contada pela embaixadora Kiyomi. Embora animações explicativas tenham sido utilizadas com constância em temporadas anteriores, principalmente para elucidar os planos e as táticas elaboradas em missões pelo Reconhecimento, mudanças drásticas no traçado e na animação não foram observadas em outros episódios. Em determinados momentos, também há certas alterações na edição, como a suspensão total do som quando Reiner pensa ver seus antigos companheiros já mortos, explicitando a confusão mental do guerreiro, ou cortes rápidos que representam o estado psicológico de soldados afetados pela guerra. Em certa medida, tais recursos fazem parte de uma experimentação da linguagem audiovisual, já que, apesar de não serem inteiramente inovadores se consideradas outras obras audiovisuais, são pontos de diferenciação em relação à linguagem regular de *Shingeki no Kyojin*.

Figura 20: Imagem que ilustra a história de Hizuru



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Em relação ao plano do conteúdo, serão analisados, com mais profundidade, os personagens e a narrativa. Como pontuado, o *storyline* centra-se, à princípio, no embate entre a humanidade confinada entre as muralhas – supostamente a última população remanescente – e os titãs, cuja história e origem são desconhecidas. Como comenta Bordwell (2005), as narrativas clássicas se estruturam a partir de um estágio de equilíbrio que é perturbado por algum evento, motivando os personagens a buscarem o reestabelecimento da ordem ou a

eliminação do elemento perturbador. Em *Shingeki no Kyojin*, a ruptura do estado inicial acontece mediante a destruição do distrito de Shiganshina e da Muralha Maria pelos titãs Colossal e Blindado. A perda de cerca de um terço do território, que com a invasão dos titãs se tornou inabitável, e as consequências da falta de moradia e da escassez de comida, além da morte de amigos e familiares, impactaram diretamente a população. No entanto, para o enredo, o ponto crucial da queda das muralhas reside na descoberta, pelo povo de Paradis, de que há titãs inteligentes, com habilidades especiais e que buscam, por algum motivo, invadir a ilha.

A partir de então, a narrativa dá um salto temporal e passa a acompanhar o percurso de Eren, Mikasa e Armin na academia militar. Ao longo da formação de cadetes, os três formam laços com outros alunos, cujas histórias vão sendo apresentadas ao público e ganhando destaque no enredo. Apesar de Eren ser inicialmente posicionado como o personagem principal do animê, seguido por Mikasa e Armin, a narrativa é difusa e, em inúmeros momentos, os episódios centram-se quase totalmente em outros personagens. O retorno ao passado e às vivências dos cadetes e oficiais revela, aos poucos, informações que ajudam a reconstruir a história de Paradis e dos titãs. Nesse sentido, o foco do enredo não está exclusivamente nos desdobramentos das questões vividas pelo protagonista, o que permite que a narrativa se alastre e abranja um contexto maior do que apenas a perspectiva de Eren.

Assim que se tornam oficialmente membros das forças armadas, logo antes de selecionarem em qual das três repartições do exército de Paradis desejam servir, os cadetes presenciam um novo ataque dos titãs Colossal e Blindado, dessa vez no distrito de Trost. Inexperientes, muitos dos novos militares acabam mortos, mesmo com os equipamentos e treinamento que receberam. Ao salvar Armin, que foi tomado pelo medo, Eren também acaba comido por um dos titãs irracionais que chegaram ao local. Entretanto, todos são surpreendidos quando o menino, que todos julgavam morto, retorna em forma de um titã especial, lutando ao lado dos companheiros contra os invasores. A habilidade de Eren de se transformar em titã – cujo nome, Titã de Ataque, é posteriormente revelado – e retornar à forma humana indica que os titãs Blindado e Colossal são, também, possivelmente humanos. Ninguém, inclusive Eren, sabe, contudo, como essa habilidade foi adquirida, o que permanece um mistério durante algum tempo.

Nesse contexto, um dos pontos de virada do animê é a descoberta, ao final da primeira temporada, de que a titã Fêmea, que também possui inteligência e forma especial como o Colossal, o Blindado e o Titã de Ataque, é, na verdade, Annie, uma das colegas de Eren durante a formação de cadetes. Isso também confirma a suspeita de que há infiltrados de fora

das muralhas dentre o povo de Paradis. Entretanto, a maior revelação ocorre em meados da segunda temporada, quando Reiner e Bertholdt – companheiros de Eren, Mikasa e Armin no Reconhecimento e cuja trajetória militar foi retratada ao lado dos protagonistas, dando a oportunidade de o público e os demais personagens se apegarem a eles – confessam, durante uma missão, que são os titãs Blindado e Colossal, respectivamente. Eles se transformam, mostrando a todo o esquadrão quais são suas verdadeiras identidades, e lutam com Eren, tentando capturá-lo. Mais tarde, descobre-se que Reiner e Bertholdt tinham a missão de recuperar o Titã Fundador, em posse de Eren, uma vez que as habilidades desse titã interessavam a Marley, terra natal dos dois personagens. Além disso, Marley tinha interesse nos combustíveis fósseis da ilha, e a ameaça do Titã Fundador era um empecilho à exploração dos recursos da região. É importante ressaltar que tal revelação não somente pega os personagens de surpresa, que conviviam de maneira próxima com os inimigos, mas também o público, que não tinha acesso a essa informação. Esses momentos de virada no animê podem ser considerados efeitos especiais narrativos, uma vez que levam o público, e também os personagens, a reconsiderar tudo o que foi visto de Reiner e Bertholdt até então.

Falhando em capturar o Fundador e não podendo mais continuar com os disfarces em Paradis, Reiner e Bertholdt regressam a Marley. Dessa forma, um novo embate entre os guerreiros marleyanos e o Reconhecimento ocorre na temporada seguinte, no distrito de Shiganshina. Com os reforços de Zeke, o Titã Bestial, e Pieck, o Titã Carroça, Reiner e Bertholdt adentram novamente as muralhas, com o mesmo objetivo que os levou a invadir Paradis pela primeira vez: retornar a Marley com o Fundador. No entanto, os guerreiros marleyanos falham mais uma vez e são obrigados a recuar. A vitória em Shiganshina permite que o Reconhecimento recupere totalmente a Muralha Maria e, finalmente, consiga acesso ao porão da antiga casa de Eren, onde seu pai, Grisha, escondia informações cruciais sobre os titãs e o restante do mundo. Nesse contexto, a história dos titãs e dos habitantes de fora das muralhas só começa a ser efetivamente esclarecida quando o Reconhecimento recupera o diário de Grisha Jaeger, que, como explicado anteriormente, discursa sobre a origem dos titãs, o povo de Eldia, a situação em Marley e o mundo além das fronteiras da ilha.

Tais revelações ajudam o Reconhecimento a orquestrar a derrubada do então Governo Real de Paradis, que mantinha o controle sobre quais informações eram disponibilizadas à população como forma de controlá-la, e colocar uma nova governante: Historia, filha bastarda do antigo Rei e integrante do Reconhecimento, formada na turma de cadetes ao lado de Eren, Mikasa e Armin. Além de ser uma pessoa de confiança, já que era

parte do corpo militar, Historia possuía, legitimamente, o direito de suceder ao Rei anterior, uma vez que carrega o sangue real. O golpe de Estado, no entanto, é arquitetado de modo a contar também com a aprovação da população. Para tanto, o comandante do Reconhecimento, Erwin Smith, permite que Historia dê o último golpe no enorme titã que se arrastava em direção ao distrito de Orvud, o que trouxe a ela a simpatia do povo. Paradis passa, portanto, por profundas mudanças após a descoberta do diário de Grisha Jaeger e a fuga dos guerreiros de Marley.

A terceira temporada encerra-se com a chegada do Reconhecimento à costa da ilha, algo que nunca ocorrera antes, permitindo que, pela primeira vez, os militares pudessem ver e atestar a existência do mar. Como o Governo Real mantinha a realidade além das muralhas em segredo e controlava rigorosamente qualquer tipo de informação disponibilizada à população, seja em livros ou nas escolas, elementos naturais como água salgada, desertos e vulcões eram desconhecidos pelo povo, que não poderia nem conceber tais possibilidades. No entanto, Armin, ainda criança, pega um antigo livro do avô que fala sobre o mundo além das muralhas – o que era proibido e poderia levar a punições – e mostra a Eren imagens de “águas flamejantes”, “terra congelada”, “planícies de areia branca” e “uma quantidade enorme de água chamada mar”. O brilho nos olhos de Armin ao falar do mundo exterior despertou em Eren também a vontade de conhecer o que há fora das muralhas e de se libertar daquela espécie de gaiola. Os dois amigos prometem, um dia, ver o mar juntos e pode-se observar que essa promessa os motivou a enfrentar diversos obstáculos ao longo das temporadas. A chegada à costa, portanto, é simbólica não somente porque expressa a realização de um sonho de infância dos personagens, mas também porque marca a introdução do povo de Paradis ao mundo exterior. Nesse momento, o Reconhecimento, em especial Eren, começa a trilhar um novo caminho rumo à liberdade dos habitantes da ilha, dessa vez com a certeza de que os inimigos não são os titãs em si, e sim os humanos do outro lado do oceano.

Quatro anos se passam desde a chegada dos militares aos limites da ilha e, diferentemente das demais, que acompanhavam exclusivamente o que acontecia dentro das muralhas, a quarta temporada transita entre Marley e Paradis. É importante ressaltar que a revelação da situação de Marley e do mundo exterior só é feita ao público quando os próprios integrantes do Reconhecimento descobrem o que há além da ilha. Como pontuado, isso contribui para que os espectadores partilhem do mesmo anseio dos personagens pela descoberta da verdade sobre a história dos titãs e de Paradis. Nesse contexto, o primeiro episódio dessa temporada, intitulado “Do Outro Lado do Oceano”, tem início no campo de batalha, em um

confronto da guerra entre Marley e a Aliança do Oriente Médio. Apesar de o diário de Grisha Jaeger ter fornecido um contexto geral do mundo além das muralhas, o público nada sabe, até então, do que está acontecendo em Marley no momento. Obviamente, o espectador pode já ter tido acesso a essas informações por meio do mangá, discussões com fãs, *spoilers*, dentre outros. Entretanto, considera-se, na análise deste ponto da narrativa, que o público não possui esse conhecimento prévio.

Dessa forma, a atual conjuntura e os personagens apresentados nesse episódio são novidades para o espectador, que pode, momentaneamente, se sentir perdido, devendo, portanto, se engajar mais ativamente para a compreensão da narrativa. Nesse contexto, por vezes são inseridos diálogos expositivos e algumas indicações temporais, características do que Johnson (2012), ao falar sobre complexidade narrativa, denomina “setas chamativas”, ou seja, elementos que ajudam a explicar, mais didaticamente, o que está acontecendo na história. No entanto, tais recursos não são empregados com frequência e de forma suficiente para transformar o animê em uma narrativa de fácil entendimento. Logo, mesmo com eventuais setas chamativas, *Shingeki no Kyojin* ainda demanda do público um engajamento constante para a compreensão de todas as camadas narrativas.

Nesse contexto, ao longo da temporada, conforme conhece-se melhor os principais personagens de Marley e a condição da nação, questões que antes eram obscuras começam a ser esclarecidas aos espectadores. É válido destacar que, ao contrário das primeiras temporadas, nas quais as informações que o Reconhecimento e o público possuíam eram basicamente as mesmas, a quarta temporada, por ter início com um grande salto temporal, coloca o espectador em uma posição de inferioridade em relação ao que já é sabido naquele momento, ou seja, há uma assimetria de conhecimento entre os personagens e o público. De acordo com Branigan (1992), a narração é, de forma geral, baseada na regulação e na distribuição de conhecimento, bem como na escolha de como e quando o espectador o adquire. Nesse sentido, enquanto o Reconhecimento passou quatro anos se inteirando da situação de Marley e do restante do mundo, o público só é apresentado a isso muito tempo depois, sem qualquer tipo de conhecimento prévio além do que foi escrito por Grisha Jaeger. Por isso, se por um lado grande parte do apelo das primeiras temporadas reside no anseio, dos personagens e dos espectadores, pela descoberta da verdade por trás dos titãs e das muralhas, a primeira parte da quarta temporada prende a atenção do público de forma diferente, convidando-o a acompanhar os episódios para destrinchar e entender o que de fato vem acontecendo em Marley e Paradis ao longo dos últimos anos.

É revelado que, após a derrota em Shiganshina e o consequente fracasso da missão de recuperar o Titã Fundador, Marley, uma nação militarista e expansionista, foi alvo de uma declaração de guerra por parte da Aliança do Oriente Médio, que interpretou o fracasso do inimigo em Paradis como um sinal de enfraquecimento do país. Em guerra com a Aliança ao longo dos quatro anos que se passam entre as temporadas, Marley interrompeu as investidas em Paradis, o que garantiu ao povo da ilha certo período de relativa tranquilidade. Nesse contexto, um dos pontos de destaque diz respeito à utilização de eldianos, por Marley, como armas de guerra. Os súditos de Ymir são jogados de dirigíveis e, com o grito de Zeke, o Titã Bestial, são transformados em titãs puros no ar, caindo no campo de batalha. Essa cena reforça, portanto, que, para Marley, a vida dos eldianos é descartável e fornece uma ideia de como eles são tratados no país, mesmo anos após as experiências vividas e descritas por Grisha em seu diário.

É em meio às intensas batalhas entre Marley e a Aliança do Oriente Médio que o público é apresentado aos candidatos a guerreiros Gabi, Falco, Zofia e Udo. Apesar de serem apenas crianças, os candidatos permanecem na linha de frente para terem suas habilidades avaliadas, o que é determinante na hora de escolher qual deles herdará os poderes dos titãs. Embora a força dos titãs pareça imbatível, a Aliança do Oriente Médio desenvolveu armas denominadas Canhões Anti-Titãs, eficazes contra os maiores trunfos de Marley. Entretanto, com um plano engenhoso, Gabi consegue destruir os canhões e eventualmente permite que Marley alcance a vitória. Contudo, com a criação de armas cada vez mais poderosas contra os titãs, os poderes dessas criaturas logo não seriam mais suficientes para que Marley mantivesse sua hegemonia, conquistada especialmente pelo poderio militar, o que impôs uma pressão para que a missão de recuperação do Titã Fundador fosse retomada.

Enquanto isso, Eren traça um plano próprio para enfrentar Marley, sem que o Reconhecimento saiba das suas intenções. A família Tybur, apesar de ser eldiana, possui grande influência no governo de Marley e detém o Titã Martelo de Guerra. Por isso, organiza um evento para revelar a verdade por trás da Grande Guerra dos Titãs e anunciar a nova declaração de guerra de Marley contra a Ilha Paradis. Para tanto, o chefe da família, Willy Tybur, organiza um teatro para dramatizar os acontecimentos da Grande Guerra dos Titãs e conquistar a simpatia do público, de modo que a população apoiasse a declaração de guerra contra Paradis. Infiltrado na nação inimiga, Eren aproveita o evento para atacar Marley, forçando o Martelo de Guerra a aparecer. O Reconhecimento, mesmo sem participar da elaboração do plano, havia recebido uma carta de Eren solicitando ajuda e também entra em combate para apoiar o protagonista. Às

custas das vidas de muitos civis e, inclusive, de uma de suas companheiras, Sasha Braus, Eren derrota o Martelo de Guerra e toma para si os poderes do titã.

A atitude de Eren, tanto em relação a agir sozinho quanto em relação a sacrificar a vida de civis em prol dos seus objetivos, representa uma ruptura não somente com seus companheiros do Reconhecimento, mas também consigo mesmo. Enquanto em temporadas anteriores era possível observar curiosidade e esperança em meio à determinação de Eren, que sonhava em conhecer o mundo além das muralhas e, enfim, ser livre, na última temporada o personagem se mostra completamente frio, impiedoso e impassível. Se por um lado esse foi um processo que aconteceu aos poucos, mediante as marcas deixadas pela destruição e pelas mortes causadas pelos titãs, além da traição de Reiner e Bertholdt, por outro lado o momento-chave que culminou na grande transformação de Eren acontece no final da terceira temporada, quando o protagonista beija a mão da nova rainha, Historia. O contato com alguém com o sangue da família real permite que Eren desbloqueie um poder do Titã de Ataque até então desconhecido: a habilidade de ver memórias futuras de portadores subsequentes desse titã. No entanto, isso só é explicitado ao público na segunda parte da quarta temporada. A visão de um futuro de caos e devastação parece ser determinante para a mudança completa de Eren. Nesse contexto, o salto temporal da última temporada possibilita que tais mudanças não causem estranheza, uma vez que houve tempo para que se consolidassem.

As ações de Eren causam, ainda, uma ruptura política. O ataque ao distrito de Libério durante o evento da família Tybur e a consequente morte de vários civis e militares levou o Reconhecimento a prender Eren quando voltam a Paradis. Parte da população e do próprio exército da ilha, incluindo integrantes do Reconhecimento, se revolta com a prisão de Eren, quem consideram o salvador de Paradis. Com todos os anos de subjugação aos titãs e a posterior descoberta de que os ataques às muralhas foram obras de Marley, muitos não se importam com investidas violentas contra o continente, e até clamam por isso. Aqueles que defendem e seguem Eren passam a se denominar Jaegeristas, trabalhando com o protagonista para concretizar seus planos. Eventualmente, os Jaegeristas matam Dhals Zachary, o chefe das três divisões do exército de Paradis, e concretizam o golpe político, rompendo de vez com o Governo e o Reconhecimento. Enquanto isso, Eren se liberta da prisão.

Inicialmente, o anime sugere que Eren pretende se encontrar com seu meio-irmão, Zeke, o Titã Bestial, para ajudá-lo a performar o plano de “eutanasia dos eldianos”. Essa ideia é concebida por Zeke, quando descobre que o Titã Fundador não apenas é capaz de mudar as memórias dos súditos de Ymir, mas também de alterar sua composição corporal. Acreditando

que um mundo sem o povo de Eldia, e conseqüentemente sem titãs, é a única salvação, Zeke planeja utilizar o Fundador para tornar todos os eldianos estéreis, fazendo, assim, com que todos os súditos de Ymir morram em algumas décadas, sem a necessidade de um extermínio violento. Para tanto, Zeke precisa de Eren, que porta o Titã Fundador. No entanto, Eren não possui sangue da família real e só pode ter acesso aos poderes do Fundador se entrar em contato com Zeke, cuja mãe era da realeza. Enquanto Eren está infiltrado em Marley, Zeke o encontra e parece o convencer do plano. Dessa forma, Zeke manipula tanto as forças de Marley quanto de Paradis para que seu plano fosse possível, fazendo um jogo político de ambos os lados. Contudo, na verdade é Eren quem manipula Zeke. Eren finge concordar com o plano de eutanásia apenas para que pudesse entrar em contato com seu meio-irmão e usar os poderes do Titã Fundador para iniciar o Rugido da Terra.

Dá-se o nome de Rugido da Terra à marcha de milhões de Titãs Colossais rumo ao restante do planeta, o que causaria enorme destruição e, como mencionam os personagens, “planificaria a terra”. Esses titãs são o que há no interior das muralhas, tornando-as tão resistentes. O Rugido da Terra foi usado como ameaça pelo primeiro Rei das muralhas, Karl Fritz, para evitar que outras nações tentassem atacar Paradis. No entanto, Karl Fritz não pretendia iniciar qualquer tipo de agressão e fez o “voto de renúncia à guerra”, herdado por todos aqueles de sangue real em posse do Titã Fundador. Esse voto impede que os poderes do Fundador sejam usados para qualquer ato de guerra. Entretanto, como Eren não possui sangue real, ele é capaz de utilizar o Rugido da Terra caso entre em contato com alguém dessa linhagem, como Zeke. Eren, portanto, usa-o para eliminar todos aqueles além da ilha, incluindo Marley e as demais nações, consideradas pelo protagonista como ameaças aos eldianos de Paradis. Tanto o plano de eutanásia de Zeke quanto o Rugido da Terra de Eren se enquadram no que poderia ser considerado genocídio, temática abordada por *Shingeki no Kyojin*.

Outro personagem com múltiplas camadas é Reiner. De início, Reiner é apresentado como um companheiro forte e leal, em quem Eren se inspira. Contudo, com a descoberta de que ele é, na verdade, o Titã Blindado que atacou Paradis, o público e os próprios personagens são obrigados a reconsiderar a trajetória do garoto. Inclusive, na segunda temporada, durante a qual as verdadeiras identidades de Reiner e Bertholdt são reveladas, há dois episódios focados no personagem e cujos nomes refletem a dualidade enfrentada por Reiner: Soldado e Guerreiro. Enquanto teve que se passar por um habitante das muralhas e, ao longo do processo, fez conexões e amizades que pareceram reais, se tornando parte de um grupo, Reiner precisava se lembrar das responsabilidades como guerreiro de Marley e do que realmente era sua missão em

Paradis. Independentemente das baixas, das mortes ou dos percalços, era esperado que os guerreiros de Marley cumprissem com a missão de recuperar o Fundador. Se por um ângulo Reiner possui um lado sensível e empático, especialmente quando criança, o guerreiro precisou, em contrapartida, amadurecer para alcançar as expectativas da sua função, se mostrando um personagem firme e obstinado, capaz de deixar as emoções e as fraquezas de lado em prol de suas responsabilidades.

Entretanto, passar-se por um soldado do Reconhecimento e infiltrar-se por tantos anos em Paradis trouxe consequências para a saúde mental de Reiner. Ainda na segunda temporada, quando os guerreiros de Marley se revelam, Reiner começa a sofrer lapsos, confundindo-se em relação à sua verdadeira identidade. Mesmo após retornar à Marley, as marcas da missão em Paradis permanecem no personagem, ainda que anos tenham se passado. Isso fica evidente na quarta temporada, quando Reiner tem alucinações com seus antigos companheiros e, em certo momento, quase comete suicídio. Pode-se argumentar que parte do sofrimento emocional do personagem se relaciona à culpa por ter causado tantas mortes e destruição em Paradis, culpa essa potencializada por Reiner ter se infiltrado dentre os habitantes da ilha. Se colocar ao lado do inimigo permitiu que o personagem não somente compartilhasse momentos e histórias com os integrantes do Reconhecimento, mas também compreendesse as motivações e os sentimentos de cada um. Essa convivência é essencial para mostrar que os eldianos da ilha não são demônios como sugere a ideologia de Marley. Nesse contexto, antes de atacar Libério, Eren se encontra com Reiner e afirma que ambos são iguais: mesmo que tenha comido da mesma comida que o inimigo, dormido no mesmo teto e visto que são semelhantes, assim como feito por Reiner em Paradis, Eren investirá contra Libério. Reiner se mostra arrependido pelos seus atos em Paradis, ao mesmo tempo em que deixa clara toda a sua sobrecarga emocional e pede a Eren que o mate. Contudo, da mesma forma que em outros momentos do anime, Reiner eventualmente continua lutando, o que evidencia a força do personagem, apesar de sua sensibilidade.

Em relação aos demais personagens, Armin é um garoto fisicamente fraco, mas muito inteligente e sagaz, o que o torna o principal estrategista do Reconhecimento após a morte do Comandante Erwin Smith. Além disso, Armin é bondoso e altruísta, sofrendo, portanto, com a crueldade das situações vividas na carreira militar. É possível notar, também, curiosidade e inocência no personagem, principalmente ao falar sobre seus sonhos. Como pontuado, é o brilho nos olhos de Armin ao mostrar um livro sobre o mundo exterior que leva Eren a também sonhar com isso. Nesse sentido, nas vezes em que Armin esteve perto da morte, houve *flashbacks* do

personagem falando, sempre com animação, sobre o desejo de ver o mar, o que retoma a inocência e a curiosidade presentes especialmente na versão infantil do menino. Já Mikasa é uma menina extremamente forte e habilidosa, sendo uma das mais valiosas integrantes do Reconhecimento. Tais habilidades têm a ver com sua ascendência, ligada ao clã Ackermann. No entanto, Mikasa pouco fala se comparada aos demais, e suas ações são quase totalmente voltadas a proteger Eren. Desse modo, a personalidade e o potencial de Mikasa como uma personagem feminina imponente ficam em segundo plano, uma vez que seu papel gira em torno de Eren. Por fim, Levi é o membro mais poderoso do exército de Paradis, conhecido como o soldado mais forte da humanidade. Também descendente do clã Ackermann, o Capitão foi criado pelo tio, Kenny Ackermann, na cidade subterrânea, onde, vivendo na criminalidade, aprendeu habilidades de luta e sobrevivência. Levi eventualmente é recrutado pelo Comandante Erwin Smith e entra na divisão do Reconhecimento. Apesar de frio, distante e, por vezes, agressivo, Levi tem um notável senso de moralidade e dá enorme valor à vida de seus companheiros e subordinados. Por outro lado, o Capitão demonstra pouca ou nenhuma misericórdia por seus inimigos.

No que tange os indicadores de qualidade da mensagem audiovisual, serão analisados os quesitos ampliação do horizonte do público, oportunidade, diversidade, estereótipos e originalidade/criatividade. Em relação à ampliação do horizonte do público, há diversos pontos a serem considerados ao se falar de *Shingeki no Kyojin*. Inicialmente, acredita-se que o anime retrata o violento embate entre humanos e titãs, cuja origem é desconhecida e aparenta ser o principal motor da narrativa, ao lado do mistério sobre o que há além das muralhas. Ao longo das três primeiras temporadas, enquanto tais questões são centrais em *Shingeki no Kyojin*, alguns tópicos políticos, religiosos, sociais e morais são abordados no anime. Há, por exemplo, uma conspiração entre a Igreja e o Governo Real para manter os segredos das muralhas. Assim que o líder da Igreja se torna suspeito de ter repassado informações ao Reconhecimento, ele é torturado e assassinado pela Polícia Militar, diretamente ligada às camadas mais importantes do Governo. Nesse contexto, o Governo também congela as atividades do Reconhecimento fora das muralhas e investe, sob os panos, em um esquadrão para matar Levi e seus subordinados. Essas manobras políticas servem ao propósito de manter o *status quo* e garantir o poder e a riqueza daqueles que já os possuem. Dessa forma, o anime, representando de uma forma mais lúdica questões políticas e de poder que podem ser correlacionadas a eventos reais, é capaz de estimular o questionamento e a reflexão do público.

Há, ainda, questões de caráter moral, como quando Armin mata uma mulher do esquadrão enviado para exterminar o Reconhecimento. Como pontuado, a natureza bondosa de Armin o faz questionar certas atitudes que precisa tomar como membro do exército. Embora tenha matado a mulher para salvar seu companheiro Jean, Armin afirma que isso só foi possível porque a moça hesitou em atirar, o que, provavelmente, demonstra que ela era uma pessoa gentil. Levi reforça que, graças a Armin, nenhum companheiro morreu e que, a partir daquele momento, eles também deveriam lutar contra humanos. Jean, então, diz que, no início, achava errado enfrentar os próprios humanos, mas que Levi estava certo. Entretanto, Levi enfatiza que não disse nada sobre o que é certo e o que é errado e que ele mesmo não saberia dizer o que é o correto. Essas linhas tênues e embaçadas entre bom e ruim, certo e errado, sem que haja uma resposta conclusiva, se fazem ainda mais presentes na quarta temporada.

A última temporada, como explicitado na análise do plano da expressão e do plano do conteúdo, traz mudanças e revelações substanciais. É a partir de então que as questões abordadas pela narrativa se tornam expressamente mais complexas e profundas, o que permite uma maior ampliação do horizonte do público. Como colocado, Eldia era um império opressor, que possuía o poder dos nove titãs e dominava, assim, o continente. No entanto, na Grande Guerra dos Titãs, Marley conseguiu tomar sete dos nove titãs e, com manobras internas que envolveram a família Tybur e Karl Fritz, derrotou Eldia, dando fim à supremacia eldiana. Fritz, que secretamente conspirou a favor de Marley, fugiu para a ilha Paradis com alguns dos súditos de Ymir e criou as muralhas para que seu povo tivesse algum tempo de paz. A partir de então, Marley cresceu, se desenvolveu e subjugou o restante dos eldianos que ficou no continente, tomando o lugar de liderança que antes pertenceu à Eldia.

Devido à história de opressão da sua antiga nação, bem como à capacidade única de transformarem-se em temíveis titãs, os eldianos passaram a ter a imagem associada à de demônios, sendo tratados por Marley, portanto, como um povo inferior, carregado de culpa e pecados. Essa inferioridade é internalizada por muitos eldianos, enquanto outros trilham o caminho diametralmente oposto, como os Restauracionistas, que planejavam derrubar Marley e restaurar Eldia. Nesse sentido, o anime retrata dois extremos. A candidata a guerreira Gabi, por exemplo, apesar de ser eldiana, acredita fielmente na ideologia de Marley e condena a sua própria ascendência. É apenas com a eventual e forçada convivência com cidadãos de Paradis que Gabi começa a compreender que seu povo é igual a qualquer outro. De modo semelhante, outras nações também carregam as mesmas ideias negativas em relação aos súditos de Ymir,

como é possível observar no episódio em que Falco tenta ajudar um soldado ferido da Aliança do Oriente Médio. O homem diz para Falco não o tocar, já que é um demônio e vai sujá-lo.

Nesse contexto, o povo de Eldia não é apenas alvo de preconceito e discriminação, mas também não possui os mesmos direitos que os demais cidadãos de Marley. Como mencionado, os eldianos são confinados em zonas de internamento e só podem acessar certas áreas da cidade com autorização. Além disso, devem usar braçadeiras que os identificam como eldianos. Não as utilizar pode resultar em severas punições. Como explicado anteriormente, é possível estabelecer paralelos entre a situação dos eldianos no animê e a realidade judaica durante a Segunda Guerra Mundial. Além de serem segregados em guetos e identificados por braçadeiras, os judeus também eram vilanizados – e exterminados – pelo nazismo alemão, que estimulou o crescimento do sentimento antissemita na Europa.

Esses paralelos são um dos motivos pelos quais o animê é acusado, por alguns, de trazer um caráter fascista à narrativa. No artigo *The fascist subtext of Attack on Titan can't go overlooked*, publicado no portal Polygon, Speelman (2019) alega que o desejo dos Jaegeristas de restaurar o império de Eldia e se vingar do restante do mundo se assemelha às teorias da conspiração judaica defendidas pela extrema-direita, que associam os judeus à dominação mundial. O escritor (2019) defende, ainda, que o trabalho de Isayama possui um subtexto nacionalista e militarista. Para sustentar esse argumento, Speelman (2019) cita não somente a centralidade do Reconhecimento e do exército de Paradis na narrativa, mas também uma declaração feita por Isayama em seu blog pessoal, na qual afirma que o personagem Dot Pixis foi baseado no general japonês Akiyama Yoshifuru. Yoshifuru foi Comandante na Divisão de Cavalaria do exército imperial japonês na Primeira Guerra Sino-Japonesa e na Guerra Russo-Japonesa, além de também comandar as tropas que ocupavam a Coreia (NATIONAL DIET LIBRARY, 2004).

Como discutido anteriormente, China e Coreia foram vítimas do avanço imperialista japonês e sofreram com episódios como o Massacre de Nanquim e a questão das mulheres de conforto. Enquanto isso, o Japão falha em reconhecer esses eventos históricos, que afetam, ainda hoje, as relações diplomáticas entre os países. Assim como as visitas de políticos japoneses ao templo Yasukuni podem ser vistas como ações que reforçam o nacionalismo e o militarismo (SHIBUICHI, 2005), Speelman (2019) e outros espectadores, especialmente chineses e coreanos, veem, nas suas devidas proporções, a inspiração de Isayama em Yoshifuru como algo da mesma natureza. A visão é compartilhada por Hashimoto (2021) no artigo *Attack on Titan couldn't escape controversy in the end*, também publicado no portal Polygon, no qual

alega, de maneira muito similar a Speelman (2019), que a obra defende a remilitarização do Japão a partir de noções fascistas e pró-militaristas.

Nesse contexto, alguns elementos presentes no animê também podem ser relacionados, em certa medida, às ideias do *nihonjinron*, estreitamente associadas ao nacionalismo japonês. É notável como há, ao longo da obra, um embate constante entre “nós” (habitantes de Paradis) e “eles” (os titãs e, posteriormente, os marleyanos). A identidade de Paradis é construída, portanto, a partir da contraposição com o outro, o estrangeiro, e ganha um componente racial inegável quando é revelado que aqueles que vivem na ilha são os súditos de Ymir, os únicos capazes de se transformarem em titãs. Como colocam Kowner e Befu (2015), a proposição de uma homogeneidade biológica e a própria noção, por vezes até metafórica, de que os japoneses compartilhariam o mesmo sangue e que isso denota superioridade em relação às outras nações – uma ideologia que remonta ao período imperialista da Segunda Guerra – são discursos englobados pelo *nihonjinron*. A homogeneidade proposta por correntes do *nihonjinron* não se restringe, portanto, a uma construção apenas de distintividade cultural, mas porta, também, componentes de distinção racial que têm por objetivo despertar sentimentos nacionalistas (KOWNER; BEFU, 2015).

A concepção identitária formada pelos Jaegeristas no animê é relacionável a essas ideias, pois perpassa uma diferenciação racial em relação ao outro – afinal, os súditos de Ymir se distinguem biologicamente dos outros povos – que se transforma em um nacionalismo exacerbado baseado no militarismo e na superioridade da ilha sobre outros povos. Certamente, a associação em si entre os Jaegeristas e algumas ideias do *nihonjinron* não faz, necessariamente, *Shingeki no Kyojin* ser um animê pró-nacionalista, embora esse argumento não possa ser, também, descartado. O sentido atribuído por cada um à representação dessas concepções é o que determina, para o público, quais são as interpretações possíveis. Por isso, é válido reforçar, novamente, a importância da competência midiática, que oferece as ferramentas necessárias para o prosumidor avaliar criticamente aquilo que consome e tirar as próprias conclusões.

Há, portanto, quem contra-argumente o discurso dos textos publicados no portal Polygon. O blog *Emily Watching Animation* refuta diretamente a publicação de Speelman (2019), afirmando que o artigo é uma má-interpretação da mensagem passada pelo animê. Para tanto, o texto *Attack on Titan is Not the Problematic, Pro-Fascist Story Some Would Have You Believe* (2021), divulgado no blog, identifica referências a diferentes contextos históricos na narrativa, que vão além da questão nazista e judaica, e enfatiza que o enredo, na verdade, desafia

o ódio e explora a dor e a violência que ele causa. Trumbore (2021) dá uma resposta ao mesmo artigo do site Polygon, alegando que a associação entre os eldianos e uma visão antissemita dos judeus pressupõe a vilanização do povo de Eldia no animê, o que não corresponde ao intuito da narrativa. Apesar de afirmar, em certo ponto, que os marleyanos podem ser considerados os verdadeiros vilões da história, Trumbore (2021) pontua que o que faz de *Shingeki no Kyojin* um animê tão interessante é a representação embaçada do espectro moral, além da falibilidade humana.

Tendo em vista as discussões exemplificadas pelos textos citados, as quais estão presentes dentre o *fandom* e os demais espectadores de *Shingeki no Kyojin*, é importante ressaltar alguns pontos. Enquanto são inegáveis os paralelos entre a situação judaica ao longo da ascensão nazista e o tratamento dos eldianos em Marley após a Grande Guerra dos Titãs, é preciso ter em mente que o animê não se inspira totalmente na história e nos personagens da Segunda Guerra Mundial. Dito isso, não é possível correlacionar todo o contexto de Eldia e Marley à realidade dos judeus e da Alemanha nazista. Portanto, é um equívoco tratar os eldianos como uma representação literal dos judeus, assim como se mostra errôneo afirmar que os marleyanos representam especificamente os nazistas. Evidenciar isso é de extrema importância, especialmente se considerado que tanto a Eldia quanto a Marley podem ser atribuídas atitudes questionáveis. Dessa forma, associar estreitamente tais nações respectivamente aos judeus e aos nazistas pode sugerir que a perseguição feita pela Alemanha durante a Segunda Guerra Mundial é, de algum modo, justificável, o que é uma afirmação inaceitável e que não parece ser sustentada por *Shingeki no Kyojin*.

Os paralelos identificáveis entre o animê e a realidade, no entanto, podem ajudar o público a refletir sobre a questão judaica – e mesmo sobre a situação de outros povos vítimas de discriminação étnica e racial – enquanto assistem à história. A partir da identificação emocional com os personagens e da ludicidade da narrativa, é possível ter uma compreensão mais clara dos aspectos políticos, sociais e ideológicos que permeiam esse tipo de segregação. A propaganda e a ideologia disseminadas por Marley, assim como feito pelo nazismo, são essenciais para manter, dentre os cidadãos, a visão demonizada dos eldianos. Ao mesmo tempo, no decorrer da quarta temporada, é possível acompanhar não somente o sofrimento dos súditos de Ymir em Paradis, mas também daqueles que vivem a discriminação no próprio continente, inclusive sem desfrutar dos mesmos direitos políticos que os demais. Essa representação favorece o estabelecimento de uma visão empática em relação àqueles que são vítimas de preconceito e segregação.

Contudo, *Shingeki no Kyojin* rejeita, em grande parte, o maniqueísmo presente na maioria das narrativas. Sendo assim, Eldia e Marley não são retratados em uma divisão simplista que separa ações, eventos e personagens entre bons e ruins. É, justamente, essa indistinção envolvendo moralidade, justiça e humanidade que incentiva tantas discussões a respeito do animê. Isayama constrói uma narrativa impulsionada por reações ao ciclo de violência perpetuado, ao longo da história, tanto por Eldia quanto por Marley. A violência sofrida por Ymir, escravizada e submetida às vontades do rei Fritz, é o que dá origem aos titãs e eventualmente permite que o império de Eldia conquiste, extermine e subjogue outras nações. Com a queda de Eldia, Marley, em resposta, passa a dominar o continente também de forma expansionista e violenta, tratando os eldianos remanescentes em seu território de forma segregacionista e discriminatória, além de atacar brutalmente a ilha Paradis por interesses políticos e econômicos. A violência de Marley, por sua vez, gera reações por parte dos eldianos, o que culmina, em última instância, com o ataque de Eren a Libério e a liberação do Rugido da Terra, o que, mais uma vez, perpetua o ciclo de violência.

Em meio a isso, os personagens tomam atitudes e decisões controversas, que não podem ser facilmente caracterizadas como boas, ruins ou justificáveis. É, por exemplo, o caso de Reiner e Bertholdt, que atacaram Shiganshina nas formas do Titã Blindado e Colossal, respectivamente. Enquanto, inicialmente, os titãs Blindado e Colossal poderiam ser considerados evidentes vilões, ao longo do animê a realidade de Reiner e Bertholdt se mostra muito mais complexa, uma vez que os personagens são humanizados e suas histórias aprofundadas, afastando o maniqueísmo da narrativa e tornando discutível se as ações dos guerreiros são, em alguma medida, perdoáveis. Ao mesmo tempo, Eren faz o caminho inverso: de protagonista corajoso e determinado o personagem vai a possível vilão, cujos atos violentos custam a vida de milhões de pessoas.

Nesse contexto, apesar de os últimos capítulos não terem sido, ainda, retratados no animê, é necessário apresentar algumas preocupantes problemáticas envolvendo o final do mangá. É revelado que Eren liberou o Rugido da Terra não como forma de vingança contra aqueles que desprezaram Paradis ou de garantia da segurança da ilha pela morte dos inimigos, mas sim para que seus companheiros do Reconhecimento pudessem ser vistos como heróis ao pararem o ataque e, dessa forma, fossem considerados salvadores da humanidade. Eren afirma que essa é a única forma de defender Paradis da invasão de outras nações e proteger aqueles que ama. O plano é escondido tanto do público quanto do Reconhecimento, o que faz ambos acreditarem que a mudança na personalidade e nas atitudes de Eren é uma consequência das

vivências do personagem. No entanto, nos últimos capítulos do mangá, Eren revela que tudo o que fez foi para salvar seus amigos e encerrar o ódio contra Paradis e os eldianos, desde o ataque a Libério até a briga e o rompimento com Mikasa e Armin. A paz, entretanto, não parece ter sido alcançada a longo prazo, e o mangá sugere que, décadas depois, o ciclo de violência continua em Paradis e no restante do mundo.

Um dos grandes problemas dessa revelação é que, embora arrisquem suas vidas para parar o Rugido da Terra e salvar o restante da humanidade, os demais personagens agem de maneira bastante complacente com Eren, pouco questionando-o pelas mortes em Libério e, principalmente, pelo extermínio de cerca de 80% da população da Terra. Armin chega, inclusive, a agradecer o protagonista por agir para protegê-los. A forma condescendente como o genocídio indefensável de Eren é tratado pelos companheiros deixa uma péssima mensagem ao final de *Shingeki no Kyojin*. Além disso, a conclusão da história traz alguns elementos contraditórios à construção dos personagens. Não somente a complacência de Armin com o Rugido da Terra vai de encontro à sua personalidade gentil e bondosa e aos seus questionamentos morais com os deveres como soldado, mas a revelação de que as ações de Eren tinham o objetivo final de proteger seus amigos também tenta derrubar o caráter vilanizado – construído principalmente após o salto temporal – do protagonista, o que faz a narrativa se aproximar do maniqueísmo que rejeita em grande parte da história. Isso, juntamente com explicações simplistas para certas origens, acontecimentos e motivações, empobrece a construção do animê, que foi bem trabalhada na maior parte do tempo. Há, portanto, alguns pontos consideravelmente problemáticos na obra de Isayama, principalmente a condescendência dos personagens com o genocídio nos capítulos finais.

Apesar das considerações sobre alguns pontos de *Shingeki no Kyojin*, o animê parece ter, como mensagem geral, que a violência apenas perpetua a violência. No entanto, a obra é complexa e comporta múltiplas interpretações. Ao representar personagens e temas de forma ambígua, com uma moralidade embaçada e ações questionáveis, se afastando, portanto, de uma perspectiva maniqueísta, o animê estimula a discussão acerca da narrativa, especialmente por não oferecer interpretações fechadas e dar espaço a diferentes leituras. Além disso, a relevância das temáticas também favorece tais discussões. Nesse sentido, a competência midiática é de fundamental importância para que o público tenha as ferramentas necessárias para dar sentido à narrativa e tirar suas próprias conclusões sobre a obra, inclusive questionando-a quando oportuno. Por isso, entende-se que *Shingeki no Kyojin* pode fomentar,

consideravelmente, a ampliação do horizonte do público, sendo esse um indicador de qualidade expressivo no animê.

Já em relação ao indicador oportunidade, *Shingeki no Kyojin* traz uma narrativa com questões, de certo modo, atemporais. Intrigas políticas, problemas sociais e questionamentos morais são elementos universais, cujas discussões podem ser importantes para fomentar reflexões sobre a sociedade atual e a realidade do próprio indivíduo. Além disso, a apresentação de paralelos entre o animê e a perseguição judaica durante a Segunda Guerra Mundial pode trazer à tona não somente os horrores do Holocausto, mas também outras discussões de extrema relevância, as quais ultrapassam o contexto do nazismo e fascismo do século XX. Hoje, a segregação e a discriminação étnica são expressas, por exemplo, por meio de discursos xenofóbicos ou através da segregação socioespacial. A reflexão acerca desses pontos se mostra especialmente relevante se consideradas questões como a ascensão da extrema-direita em diversos países ou a situação dos imigrantes nos EUA e na Europa. Já o militarismo expansionista e a dor causada à população pela guerra – temas tratados pelo animê – podem ser exemplificados, hoje, pela situação na Ucrânia, invadida por tropas russas em fevereiro de 2022. Essas problemáticas, portanto, permanecem atuais e precisam ser discutidas. Por isso, pode-se argumentar que o indicador oportunidade está presente na escolha dos temas de *Shingeki no Kyojin*.

O indicador diversidade, por sua vez, pode ser observado nas representações de alguns personagens. Enquanto grande parte dos animês retrata apenas personagens brancos, com feições muito similares entre si, *Shingeki no Kyojin* incorpora outras características étnico-raciais. Desse modo, pode-se observar que a população da Aliança do Oriente Médio carrega traços dos povos que, na realidade, habitam aquela região, assim como a caracterização dos personagens nativos da nação Hizuru traz a representação do leste asiático. Há, ainda, Onyankopon, um homem negro que chega a Paradis junto com outros Voluntários Anti-Marley. Nesse contexto, Sasha, que só havia convivido com eldianos dentro das muralhas, pergunta a Onyankopon por que sua pele é escura, e ele responde que é porque Deus achou melhor se houvesse pessoas diversas no mundo. Esse diálogo demonstra o incentivo à diversidade no animê. No entanto, é importante ressaltar que a maior parte dos personagens é branco, muitos deles com olhos e cabelos claros. Uma vez que há indicações de uma possível ascendência europeia dos personagens, seja pela narrativa que se conecta à Segunda Guerra Mundial ou pelos próprios nomes e sobrenomes utilizados, é compreensível que tais características estejam presentes. Nesse sentido, apesar de *Shingeki no Kyojin* se diferenciar da maior parte dos animês

ao atribuir características étnico-raciais diversas a alguns personagens, essa diversidade ainda é muito modesta.

Figura 21: Alguns dos personagens que conferem diversidade à narrativa



Fonte: Captura de tela/Crunchyroll

Outro ponto a ser abordado nesse indicador é a presença de personagens LGBTQIA+. Embora no animê Hange seja uma personagem feminina, no mangá seu gênero não é definido, o que implica que seja uma pessoa não-binária ou que, como argumentado dentre o *fandom*, o autor prefira deixar essa questão a cargo da interpretação do público. No idioma japonês, como pronomes como “ele” ou “ela” não costumam ser utilizados, evitar atribuir um gênero a Hange não requer mudanças significativas na escrita. No entanto, em outras línguas, é necessário ter um cuidado maior nesse sentido. No volume 27 da edição em inglês, publicada pela Kodansha, é usado, por exemplo, o pronome neutro “their” para se referir a Hange, reforçando sua identidade não-binária. Yelena, por sua vez, ajuda a quebrar padrões de gênero ao adotar um estilo andrógino. Além disso, há representatividade lésbica e bissexual, com o casal Ymir e Historia. Enquanto Ymir é declaradamente apaixonada por Historia, os sentimentos de Historia não são tão claros. No entanto, é sugerido que a rainha também tem sentimentos por Ymir. É relevante pontuar que a sexualidade de Ymir é tratada com naturalidade pelos personagens e, em momento algum, é questionada por alguém no animê, o que pode ser considerado uma forma de derrubar preconceitos que ainda são direcionados à comunidade LGBTQIA+.

Já o indicador estereótipos pode ser identificado na quebra da ideia de fragilidade feminina, especialmente com personagens como Mikasa, conhecida por sua força e

desempenho em batalha. Hange, Annie e Pieck são outros exemplos de mulheres que se mostram excepcionais nos exércitos de Marley e Paradis, o que ajuda a derrubar o entendimento rudimentar de que profissões e atividades ligadas à força e ao condicionamento físico são inerentes aos homens, enquanto as mulheres devem desempenhar papéis relacionados à casa e à família, com delicadeza e gentileza. Além disso, a representação visual das personagens femininas é outro ponto de relevância. Muitos animês trazem uma representação irreal e exagerada do corpo feminino, sexualizando personagens não apenas a partir do desenho de seus corpos, mas também das roupas designadas a elas e de situações criadas apenas com o intuito de apelar à sexualidade. Embora essa seja uma problemática extremamente comum nos animês – e que deve ser discutida na indústria –, *Shingeki no Kyojin* abre mão desses recursos em prol de uma representação feminina verossímil, com proporções e figurinos adequados à realidade que a história pretende mostrar. Nesse contexto, há pouquíssimos momentos de teor apelativo, favorecendo a quebra de um estereótipo feminino reforçado pela própria indústria de animês.

Entretanto, é válido pontuar alguns elementos de *Shingeki no Kyojin* que podem contribuir para fortalecer estereótipos associados às mulheres ao invés de contestá-los. Como abordado anteriormente, apesar das habilidades que possui, Mikasa é totalmente atrelada a Eren. Nesse sentido, quase todas as ações da personagem objetivam apenas proteger o protagonista, e sua história não se desvincula da de Eren em praticamente nenhum momento. Dessa forma, Mikasa parece ter apenas a função de suporte e potencial par romântico, sem nenhum desenvolvimento adicional que explorasse sua individualidade. Isso vai ao encontro do que é visto em muitas produções, nas quais personagens femininas cumprem, de modo geral, somente o papel de par romântico do herói masculino, com histórias individuais de pouca importância e profundidade. Esse tipo de abordagem acaba reforçando a ideia de coadjuvantismo associada às mulheres, que são vistas, historicamente, como dependentes dos homens.

Além disso, a representação de Historia pode acabar reafirmando outro estereótipo também muito comum em animês, que estabelece um padrão feminino ideal: o da garota doce e gentil. Assim como a sexualização de personagens femininas, muitos animês se baseiam, ainda, em um outro tipo de representação estereotipada, ancorada na visão de que a mulher ideal é delicada, atenciosa e amável, sempre disposta a ajudar os outros, especialmente o protagonista masculino. Nos animês, são essas personagens que, geralmente, despertam o interesse romântico do protagonista, sendo colocadas como modelos femininos perfeitos. No caso de Historia, inicialmente a garota agia exatamente dessa forma, como foi-lhe ensinado que

era o correto. Com o desenvolvimento da narrativa e a revelação do passado de Historia, a personagem deixa essa máscara cair e começa a agir autenticamente, sem se basear nesses padrões. Essa mudança poderia até ser vista como uma quebra de estereótipos. Eren, inclusive, diz a Historia que prefere a autenticidade da garota ao invés da artificialidade mediante a qual ela agia anteriormente. No entanto, é notável como Historia, ao se comportar de maneira idealizada, desperta o interesse – mesmo que superficial – de Armin e, principalmente, de Reiner. São justamente a amabilidade, a gentileza e a doçura de Historia nas primeiras temporadas que chamam a atenção desses personagens, o que pode acabar reforçando esse estereótipo ao invés de desconstruí-lo.

Outro ponto que merece atenção nesse indicador diz respeito ao desenvolvimento do protagonismo de Eren, que perpassa tanto a quebra do estereótipo do herói nobre e moral quanto uma espécie de tentativa de reconstrução dessa mesma representação. Ao mesmo tempo em que Eren passa por uma vilanização ao longo da quarta temporada, adotando posturas eticamente discutíveis e exibindo comportamentos antipáticos em relação aos seus próprios companheiros, o final do mangá tenta, de certa forma, justificar tais ações, revelando que as atitudes e a conduta de Eren tinham como objetivo apenas a proteção de Paradis e, especialmente, dos seus amigos do Reconhecimento. Apesar da tentativa de Isayama de construir uma fundamentação altruísta para as decisões desumanas do protagonista, e também da adoção de um discurso expiatório, que sugere o perdão a Eren por parte dos seus amigos, a vilanização do personagem chegou a um ponto cujo retorno se mostra inverossímil e até condenável, tendo em vista o genocídio cometido pelo protagonista. Com a opção por esse final, *Shingeki no Kyojin* falha tanto em desconstruir quanto em efetivamente utilizar o estereótipo do protagonista heroico e moralmente infalível.

Por fim, a originalidade/criatividade do animê está presente na criação, por Isayama, de um universo ficcional singular, que combina elementos mitológicos, históricos, fantasiosos e realistas. Desse modo, há a construção de uma diegese verossímil, que pode ser considerada suficientemente fantástica para instigar a imaginação e a curiosidade do público e, ao mesmo tempo, moderadamente realística para colocar em evidência pautas socialmente e politicamente relevantes, que podem ser associadas a eventos concretos que já ocorreram ou que se desenrolam na atualidade. Há de se enfatizar que a construção desse universo é detalhada, com explicações minuciosas, no mangá e animê, de elementos que vão desde a mecânica do equipamento de locomoção 3D, utilizado na luta contra titãs, a episódios de caráter sociopolítico, como o envio de parte dos refugiados para retomar a Muralha Maria, utilizado

como manobra para conter o contingente populacional. Essa minúcia na construção diegética torna o universo ficcional mais rico e verossímil, o que pode contribuir para a imersão do espectador. A mistura de fantasia e realidade – com a abordagem de temáticas maduras em meio a elementos típicos do *shounen*, como inimigos monstruosos e lutas frenéticas – também pode ser vista como uma forma criativa de atrair não apenas o público-alvo tradicional da demografia, mas também um público mais adulto, capaz de identificar camadas de interpretação que a audiência juvenil provavelmente não identifica com facilidade. Tais elementos podem ser considerados recursos relevantes no indicador originalidade/criatividade.

4.2.2 Fanfic – Sob a ótica da produção criativa

Como estudo de caso elucidativo das possíveis relações entre qualidade no audiovisual, competência midiática e cultura de fãs, selecionou-se, para análise, a *fanfic AoT no Requiem*. Como pontuado anteriormente, nesta etapa do estudo, a *fanfic* será analisada sob a ótica da produção criativa, mediante os indicadores de intervenção. O propósito é identificar quais elementos do animê parecem motivar a intervenção dos fãs e se tais elementos se relacionam às características de qualidade de *Shingeki no Kyojin* observadas ao longo da análise da criação.

AoT no Requiem é uma abreviação de *Attack on Titan no Requiem*, em referência ao título em inglês da obra canônica e à música *Akatsuki no Requiem*, uma das canções de encerramento do animê. A *fanfic*, que até o momento conta com três partes, foi lançada em maio de 2021 como uma alternativa ao final original de *Shingeki no Kyojin*, cujo mangá encerrou-se em abril de 2021, com a publicação do último capítulo na revista *Bessatsu Shōnen Magazine*. *AoT no Requiem* é uma *fanfic* no formato mangá, ou seja, é publicada com a mesma estrutura que um mangá normalmente traz, com imagens em quadrinhos, balões de fala, leitura no sentido oriental, dentre outros. Por isso, a própria equipe de fãs que realiza o trabalho o caracteriza como um *doujinshi*, termo em japonês utilizado para designar publicações independentes, a exemplo de revistas, *artbooks* e os próprios mangás, os quais são, muitas vezes, baseados em outras obras e feitos por fãs. A publicação de *AoT no Requiem* é feita em site próprio⁸⁰, onde os fãs responsáveis pelo projeto pretendem publicar uma longa *fanfic*, dividida em várias partes, na qual reescrevem os eventos ocorridos nos três últimos capítulos

⁸⁰ Disponível em: <https://www.aotnorequiem.com/>. Acesso em 21 de novembro de 2022.

do mangá de *Shingeki no Kyojin*. Além da *fanfic* em si, o site apresenta outros conteúdos, desde teorias que embasaram a reescrita da história a informações sobre o projeto e os fãs que dele participam.

Seguindo o modelo de análise proposto para este estudo, é importante, em primeiro lugar, identificar as motivações dos fãs descritas por meio dos indicadores de intervenção, elaborados com base nas considerações de Jenkins (2012). Para tanto, algumas informações contidas no site e na *fanfic* explicitam, de forma clara, alguns desses motivos. Ao final da primeira parte da história⁸¹, a equipe de *AoT no Requiem* deixa uma mensagem aos leitores, agradecendo-os pelo apoio e prestando alguns esclarecimentos. Nessa mensagem, a idealizadora do projeto comenta que, inicialmente, se sentiu machucada, com raiva e traída devido ao desfecho de *Shingeki no Kyojin*, mas, ao ver o sobrinho também desapontado com o final, transformou tais sentimentos em motivação para escrever algo que ele gostasse de ler.

Essa motivação é melhor explicada por alguns membros da equipe em entrevista concedida ao canal do YouTube *saintitchief*⁸². No site oficial da *fanfic*, há uma aba denominada “bônus”, com entrevistas, *fanarts*, *playlists* e outros finais alternativos feitos por fãs. Na entrevista citada, feita logo antes da publicação da primeira parte da *fanfic*, os membros comentam que a reescrita do final é destinada a todos aqueles que se sentiram descontentes com o desfecho, embora enfatizem que respeitam totalmente o trabalho de Isayama e o cânone. A constante reafirmação do respeito à obra original pela equipe de *AoT no Requiem* ocorre devido às fortes reações negativas de parte dos fãs ao projeto. Nesse sentido, a equipe ainda explica na entrevista o significado de um *tweet*, se referindo à reescrita do final, no qual utilizam a palavra *fix* – que carrega, de maneira literal, o sentido de consertar. Dessa forma, é explicado que o termo está associado à ideia de *fanfics* do tipo *fix-it*, nas quais os fãs modificam elementos importantes do *plot* original que não os satisfazem, como desfechos indesejados. Assim, a equipe deixa claro que é motivada pelo desejo de apresentar um final que os agrada e que agrada a outros fãs insatisfeitos com o encerramento da obra de Isayama, sem, contudo, ter a intenção de desrespeitar ou desmerecer o cânone, que foi a alegação de parte do *fandom* que atacou o projeto.

Nesse contexto, os fãs responsáveis por *AoT no Requiem* enumeram, nessa entrevista, os pontos que consideram problemáticos no final e que impulsionaram, de certa

⁸¹ Disponível em: <https://www.aotnorequiem.com/chapter/aot-no-requiem/part-1/pt/>. Acesso em 21 de novembro de 2022

⁸² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ptYZ1nBkfk&t=7906s&ab_channel=saintitchief. Acesso em 22 de novembro de 2022.

forma, a vontade de reescrevê-lo. O modo como as motivações dos personagens são distorcidas – a exemplo de Eren, cuja construção como antagonista Isayama tenta anular nos últimos capítulos –, a forma como o Rugido da Terra acaba glorificado por Armin e Mikasa, que amenizam as ações genocidas de Eren, o silenciamento do relacionamento de Ymir e Historia, o apagamento narrativo da rainha e a paixão da fundadora pelo próprio abusador são alguns dos pontos citados no vídeo. Apesar de nem todos os elementos comentados pela equipe terem sido tratados, até o momento, em *AoT no Requiem*, eles dão uma ideia do que pode motivar os fãs a se engajar nesse tipo de trabalho. Desse modo, ao longo das três partes da *fanfic*, é possível identificar a presença de alguns dos indicadores de intervenção, a partir dos quais a história é estruturada.

De maneira geral, a reescrita do final em *AoT no Requiem* é construída a partir de sementes, buracos e contradições. O estabelecimento da aliança entre Eren e Floch, por exemplo, não é algo muito explorado no cânone, o que pode ser considerado, a depender do ponto de vista, tanto uma informação secundária que não foi desenvolvida completamente, ou seja, uma semente, quanto uma lacuna narrativa de considerável importância, ou seja, um buraco. Algumas das páginas de *AoT no Requiem* abordam uma conversa entre Eren e Floch, de modo a melhor explorar a construção dessa aliança e fornecer algumas explicações plausíveis a questões que o *fandom* levanta mediante a falta de desenvolvimento dessa relação. O mesmo acontece com a gravidez de Historia, que também ganha aprofundamento em algumas páginas da *fanfic*. Ainda que o romance seja algo de pouco destaque na narrativa, alguns elementos de *Shingeki no Kyojin* sugerem, de forma sutil, que poderia surgir algo entre Eren e Historia, enquanto o final traz a revelação de uma paixão avassaladora de Eren por Mikasa. Essa revelação parece, para alguns, súbita e incoerente, já que, embora os sentimentos da garota sejam visíveis, Eren nunca havia demonstrado interesse romântico por Mikasa. Além disso, não há pistas ou elementos narrativos críveis e consistentes ao longo do cânone que justifiquem a existência de um interesse tão intenso.

Essas contradições na obra original são utilizadas em *AoT no Requiem* para criar – a partir de certas cenas, informações e sugestões, ou seja, sementes – uma relação entre Eren e Historia. Essa relação, além de se mostrar plausível e ser construída com elementos mais coerentes do que a relação do casal canônico, possui, na *fanfic*, um papel central nas motivações de Eren ao decidir utilizar o Rugido da Terra. A escolha por investir nesse casal, pelo que indicam as entrevistas da equipe e a própria narrativa da *fanfic*, tem impactos no *plot* principal

e, portanto, não é meramente uma escolha baseada em *shippagem*⁸³. Vê-se, portanto, que, apesar de os fãs se aproveitarem de sementes, buracos e contradições para a construção da história, a existência desses elementos em si não parece ser o que os inspira, de fato, a trabalhar nesse projeto. As lacunas narrativas certamente podem influenciar o desejo pela reescrita, mas as entrevistas da equipe, corroboradas por elementos já observáveis na *fanfic*, indicam que a motivação principal está relacionada, principalmente, à insatisfação com a forma problemática como temas sensíveis foram tratados e a notáveis inconsistências não somente na narrativa, mas também em alguns personagens.

Quaisquer sejam as insatisfações do fã com a obra, muitos se engajam na escrita de *fix-it fics* para adaptar os eventos da história aos seus próprios ideais, gostos e desejos, muitas vezes compartilhados por parte do *fandom*. No entanto, apesar de a reescrita ser citada ao longo do texto, Jenkins (2012) não categoriza tais insatisfações que propulsionam a modificação de eventos relevantes do *plot* original como parte dos elementos básicos que inspiram as intervenções de fãs. No caso de *AoT no Requiem*, embora sejam encontrados pontos que se associem às proposições de Jenkins (2012), a motivação principal não parece se encaixar de maneira satisfatória nas definições dos indicadores de intervenção. Em *AoT no Requiem*, lacunas narrativas são abordadas, informações secundárias são aprofundadas e possibilidades alternativas são exploradas. Nesse sentido, as sementes, os buracos e as contradições são utilizados como ferramentas para a construção de uma *fanfic* coerente com o universo original, mas o que efetivamente inspira e motiva a equipe é a criação de um final que satisfaça aqueles que se incomodaram com os mesmos problemas e inconsistências que o time de *AoT no Requiem* identificou na narrativa.

Essa motivação pode ser associada a alguns pontos discutidos ao longo da análise audiovisual. Ainda que se possa questionar a forma como certas questões são tratadas em *Shingeki no Kyojin*, como o militarismo ou o genocídio, essas discussões só são levantadas porque o anime as aborda com alguma profundidade, o que está relacionado ao indicador ampliação do horizonte do público. Além disso, por não tratar os personagens e as temáticas presentes na narrativa de maneira maniqueísta, o debate sobre esses temas é estimulado. Caso as questões abordadas fossem tratadas de forma breve ou superficial, a discussão dos fãs sobre o assunto seria, provavelmente, menor, já que não haveria tanto impacto na história e nem tantos pontos a serem discutidos. Da mesma forma, caso fosse atribuída, no próprio animê, uma

⁸³ *Shippagem* é um termo usado, na cultura de fãs, para se referir à torcida por algum casal.

interpretação moral fechada e categórica acerca das motivações dos personagens e daquilo que é certo ou errado no âmbito diegético, o debate dos fãs sobre esses temas também poderia ser reduzido, já que a pluralidade de pontos de vista amplia a discussão. Nesse contexto, *AoT no Requiem* é um bom exemplo dessas questões: a equipe é motivada a escrever, dentre outras razões, porque a forma como temáticas delicadas são tratadas, em especial o genocídio, a insatisfaz; por outro lado, há fãs que defendem o final canônico porque o interpretam de outra forma e o julgam condizente com a narrativa. Pode-se afirmar, portanto, que o indicador ampliação do horizonte do público – e, ainda, oportunidade, uma vez que a relevância dos temas trabalhados, bem como a associação desses temas à realidade, também dita se algo será pauta de discussão ou não – influencia diretamente não só o debate do *fandom*, mas também a criação da *fanfic* aqui analisada. Isso é corroborado por texto presente no próprio site oficial de *AoT no Requiem*, que enfatiza a complexidade e a relevância dos temas de *Shingeki no Kyojin*:

Attack on Titan começou com uma premissa simples da humanidade lutando contra monstros sob ameaça de extinção. Desde então, a narrativa se expandiu para incluir temas complexos, mas engajantes, como discriminação, opressão, natalismo, transtorno de estresse pós-traumático, abuso infantil, bem como os efeitos físicos, emocionais e psicológicos prejudiciais da guerra. Muitos desses elementos temáticos refletem fortemente a história do nosso mundo como o conhecemos e, por isso, analisar o texto se torna ainda mais atrativo.

(AOT... 2022, tradução nossa)⁸⁴

Pode-se argumentar, portanto, que os elementos de qualidade relacionados, principalmente, à ampliação do horizonte do público e à oportunidade observados em *Shingeki no Kyojin* durante a análise da criação são primordiais para impulsionar a elaboração da *fanfic* *AoT no Requiem*. A *fanfic* se utiliza dos indicadores de intervenção – como buracos e silêncios – para criar uma história mais aprofundada e, ao mesmo tempo, coerente com o universo ficcional, mas o que efetivamente parece motivar essa escrita é uma insatisfação com o tratamento de temáticas no animê intimamente ligadas à ampliação do horizonte do público e à oportunidade.

⁸⁴ “Attack on Titan began as a simple premise of humanity fighting monsters under the threat of extinction. Since then, the narrative has expanded to include complex but engaging themes such as discrimination, oppression, natalism, PTSD, child abuse as well as the damaging physical, emotional and psychological effects of war. Many of these thematic elements strongly reflect the history of our world as we know it, and such make for analyzing the text all the more compelling”. (AOT, 2022).

4.2.3 Competência midiática – As potencialidades do animê e a operação das dimensões da competência midiática na *fanfic*

Ao trabalhar com temáticas complexas e oportunas, que abrangem pontos ricos de discussão, como genocídio, guerra, militarismo, discriminação, moralidade, dentre muitos outros, *Shingeki no Kyojin* pode estimular debates férteis entre o público, ainda mais por permitir múltiplas interpretações e se afastar de um maniqueísmo simplista. Isso requer que o espectador reflita sobre aquilo que assiste para que forme suas próprias conclusões sobre a narrativa, uma vez que a obra não se ancora em uma interpretação fechada da história e dos personagens, permitindo, dessa forma, que a discussão sobre o anime abarque diferentes pontos de vista. Além de estarem associadas à ideia do audiovisual de qualidade, essas características estão, também, intimamente relacionadas à promoção da competência midiática, uma vez que um indivíduo competente midiaticamente deve ser capaz de interpretar criticamente o que consome. Tal capacidade de interpretação crítica é desenvolvida, primordialmente, mediante o exercício prático da reflexão. Nesse sentido, quanto mais camadas de interpretação o texto trazer e quanto mais o texto se aprofundar em suas temáticas, mais a história convida à reflexão e, portanto, maior o potencial de desenvolvimento da interpretação crítica. Nesse contexto, a escolha dos temas é de fundamental importância quando se fala em qualidade no audiovisual e competência midiática, já que temáticas pertinentes – considerando todos os espectros da condição humana, do individual e psicológico ao político e social – podem promover, conseqüentemente, discussões também pertinentes. Nesse ponto, *Shingeki no Kyojin* mais uma vez se destaca, pois faz uso da ludicidade de um universo ficcional fantasioso para tratar de temas palpáveis e oportunos da realidade humana.

Além disso, a utilização de recursos de storytelling e efeitos especiais narrativos, acompanhados de poucas setas chamativas, promove o engajamento do público não somente com a estrutura narrativa, de forma a destrinchá-la e compreendê-la, mas também com a história que está sendo contada. Ao mesmo tempo, indicadores como a diversidade se mostram importantes ferramentas para trazer a representatividade de sujeitos que recebem pouca atenção na mídia convencional. Embora a diversidade em *Shingeki no Kyojin* pudesse ser melhor explorada, a humanização e o aprofundamento de personagens como Ymir, uma personagem LGBTQIA+, permite uma aproximação sensível e emocional do público às histórias contadas, o que oferece meios para combater o preconceito e a discriminação. Isso também se relaciona à competência midiática, já que o respeito às diversidades, à multiculturalidade e às

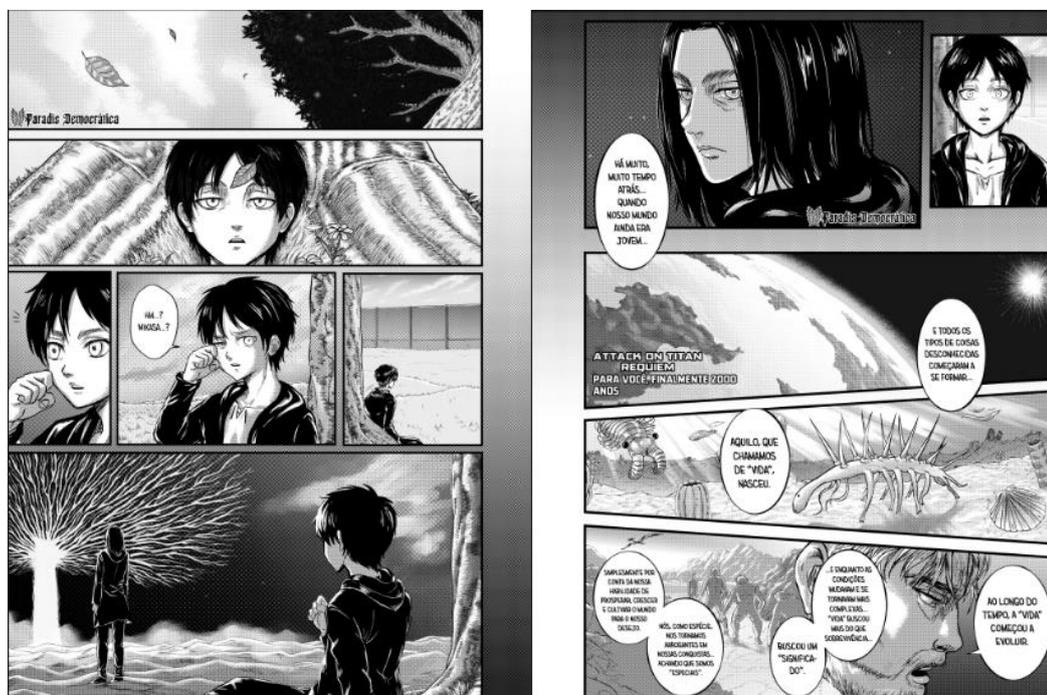
particularidades individuais e coletivas faz parte do que se espera, em termos de ideologia e valores, de um indivíduo competente midiaticamente. No entanto, a existência de elementos no animê capazes de impulsionar a promoção da competência midiática não significa, necessariamente, que essa promoção ocorrerá, uma vez que depende de inúmeros fatores, como a interação do público com a obra.

É necessário ressaltar que, para a própria identificação de temáticas como o genocídio, a discriminação e o militarismo no animê, bem como as possíveis ligações entre a história de *Shingeki no Kyojin* e os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial, já é preciso que haja certo nível de proficiência em habilidades relacionadas à competência midiática, uma vez que essas ações requerem determinada capacidade interpretativa. Da mesma forma, tais habilidades são necessárias, em diferentes áreas e contextos, para que seja produzida uma *fanfic* como *AoT no Requiem*. Nesse sentido, ao analisar o trabalho da equipe de *AoT no Requiem*, é possível perceber a operação de distintas dimensões da competência midiática. Por se tratar de uma *fanfic*, que abrange a interpretação e a criação de textos, a análise da competência midiática, neste estudo, se baseia nas dimensões e indicadores propostos por Ferrés e Piscitelli (2015) tanto para o âmbito da análise, referente à recepção e interação com as mensagens, quanto para o âmbito da expressão, relacionado à produção própria de mensagens.

Na dimensão da linguagem, observa-se não somente a capacidade de interpretar, analisar e avaliar os códigos, mensagens e estruturas narrativas de *Shingeki no Kyojin*, como também a habilidade de modificar textos já existentes e reformulá-los de maneira coesa e coerente com o universo ficcional. Destaca-se, aqui, a criação da *fanfic* no formato mangá, o que, além de dar continuidade ao texto canônico em sua forma original, reflete o conhecimento da equipe acerca da estrutura estética e narrativa desse formato. Nesse contexto, também pode-se observar proficiência na dimensão estética, já que o trabalho criativo das pessoas envolvidas em *AoT no Requiem* inclui a adequação formal da *fanfic* ao estilo mangá, tanto visual quanto narrativamente. É válido ressaltar que há um trabalho artístico próprio da equipe, que se encarrega de criar ilustrações condizentes com os traços originais de Isayama. *AoT no Requiem*, tanto em termos estéticos quanto narrativos, segue um estilo que a torna uma obra facilmente inserível no cânone, o que oferece uma maior imersão do leitor. Como o objetivo da equipe era criar uma *fanfic* que trouxesse um final que agradasse aos que ficaram insatisfeitos com o encerramento de *Shingeki no Kyojin*, ser o mais fiel possível aos traços, ilustrações e características narrativas da obra original, ao imergir o leitor em uma história estética e

narrativamente plausível de acontecer no universo ficcional, permite que o final canônico seja quase “substituído” pela *fanfic*, se o fã assim o quiser.

Figura 22: Páginas de *AoT no Requiem*



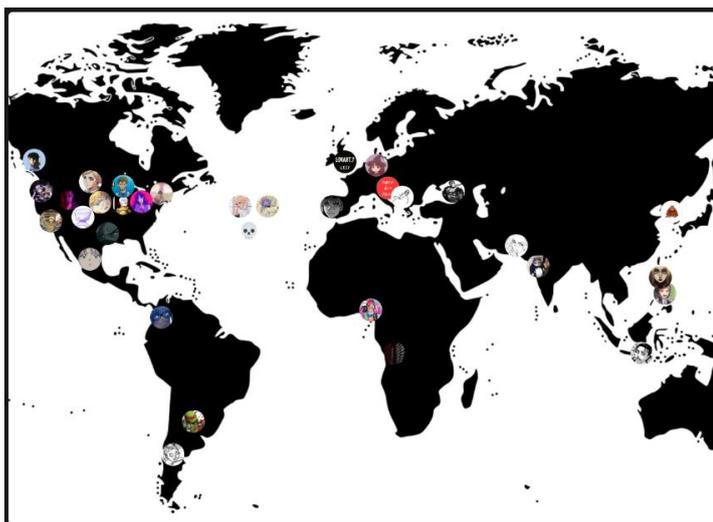
Fonte: Site oficial *AoT no Requiem*

Além disso, o valor estético e narrativo da *fanfic* é incrementado pela utilização de um recurso que não está disponível no mangá impresso tradicional: o som. Cada parte disponibilizada de *AoT no Requiem* é acompanhada, no site oficial, por uma música instrumental que se relaciona ao tom emocional dos acontecimentos daquele capítulo. Isso não apenas está associado às dimensões linguagem e estética, já que é parte da construção audiovisual e narrativa da *fanfic*, como também está ligado à dimensão tecnologia. O uso de recursos multimídia que expandem a experiência tradicional de leitura, bem como a própria criação do site, com a disponibilização não só da *fanfic*, mas de inúmeras informações e conteúdos complementares, revela o entendimento e a capacidade de manuseio das ferramentas tecnológicas por parte da equipe de *AoT no Requiem*.

É preciso apontar, no entanto, que essa qualidade estética e narrativa dificilmente poderia ser alcançada a partir do trabalho de apenas uma pessoa, sendo fruto de um esforço coletivo. Na entrevista concedida ao canal *saintitchief*, a equipe explica que o trabalho é colaborativo, e há um grupo atrelado a cada departamento. Desse modo, de maneira similar ao que ocorre na indústria profissional, há aqueles responsáveis pelas artes, pelo roteiro, pelas

redes sociais, pela revisão, pela tradução para outros idiomas e assim por diante. Isso permite que cada um se especialize em um setor no qual tem mais afinidade, contribuindo para a qualidade final da obra. Além disso, há um mapa-múndi no site oficial da *fanfic* que posiciona geograficamente uma imagem de perfil com informações de cada colaborador. Pode-se notar que há fãs de quase todos os continentes, exceto Antártida e Oceania, envolvidos no projeto. Outro ponto interessante de se mencionar é que a *fanfic* está disponível, no site oficial, em 23 idiomas. Esses elementos estão estreitamente relacionados à dimensão processos de interação, uma vez que se espera, no âmbito da expressão, que o prosumidor tenha a “capacidade de executar um trabalho colaborativo mediante a conectividade e a criação de plataformas que facilitam as redes sociais” e “interagir com pessoas e coletivos diversos em ambientes cada vez mais plurais e multiculturais” (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p.11).

Figura 23: Mapa-múndi representando a localização dos colaboradores do projeto



Fonte: Site oficial *AoT no Requiem*

O trabalho de maneira colaborativa e estruturada também está associado à dimensão processos de produção e difusão, que abrange, no âmbito da expressão, o “conhecimento das fases dos processos de produção e da infraestrutura necessária para produções de caráter pessoal, coletivo ou corporativo” (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p.12). Nessa dimensão, outro elemento relevante em termos de competência midiática diz respeito à criação de uma aba específica no site com informações sobre direitos de *copyright*. A equipe enfatiza que a *fanfic* não faz apropriação comercial de *Shingeki no Kyojin*, ou seja, é uma obra sem intenção de lucro, e que a história original e todos os personagens são propriedade da Kodansha e de Hajime Isayama. Para deixar clara a conformidade da *fanfic* às leis de direito autoral, há um trecho do

Código de Leis dos Estados Unidos da América, no qual estabelece-se que o uso de obras para fins de crítica, comentário, pesquisa, ensino, dentre outros, não constitui quebra de direito autoral. É disponibilizado, ainda, um comentário do antigo primeiro-ministro japonês, Shinzo Abe, defendendo os *doujishins* de leis restritas de direitos autorais que outros países implementam. O reconhecimento dos direitos autorais e o uso correto de obras desse tipo faz parte da “capacidade de gerir o conceito de autoria, individual ou coletiva; ter uma atitude responsável diante dos direitos de propriedade intelectual e habilidade para aproveitar-se de recursos como o ‘Creative Commons’” (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p.12).

Por fim, há destaque para a dimensão ideologia e valores, já que uma das críticas principais da equipe de *AoT no Requiem* ao final canônico se relaciona ao modo como temas delicados como o genocídio são tratados pelos personagens. Embora o final da *fanfic* ainda não tenha sido disponibilizado, a equipe subentende, pelas falas e entrevistas, que essa questão será abordada de maneira mais sensível. Outros pontos relevantes de discussão, como o silenciamento da relação entre Historia e Ymir, o que conseqüentemente gera o apagamento da representatividade, são também citados na entrevista dada pela equipe. Esses questionamentos, assim como a reescrita do final, indicam não somente a capacidade de avaliar criticamente as mensagens em termos ideológicos e morais, mas também de “aproveitar as novas ferramentas comunicativas para transmitir valores e contribuir para a melhoria do ambiente em que vivemos [...]” e “elaborar produtos e modificar os existentes para questionar valores ou estereótipos [...]” (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p.14). Na entrevista ao canal *saintitchief*, a equipe de *AoT no Requiem* enfatiza que a arte é um espaço de contestação, e o final que pretendem escrever é feito, justamente, para gerar conversação, análise e discussão. Isso é o que se espera de uma obra artística de qualidade, seja ela construída em qualquer plataforma.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Shingeki no Kyojin traz uma narrativa fantasiosa que, em um primeiro momento, parece focar na luta entre humanos e seus predadores: os titãs. A misteriosa história sobre persistência e liberdade se torna mais sombria quando os personagens – e o público – descobrem que o inimigo era mais familiar do que se imaginava: a verdadeira guerra dos habitantes de Paradis não era contra bestas gigantescas, mas sim contra os próprios humanos além das muralhas. Pode-se enxergar, pois, os titãs como uma metáfora das atrocidades cometidas pela humanidade contra si própria, o que é facilmente identificável em um contexto extradiegético. Em última instância, não é o sobrenatural a raiz dos males que assombram Paradis; como ocorre na realidade, o problema central são os próprios humanos. Nesse contexto, temas como genocídio, militarismo, moralidade e violência são trabalhados de forma lúdica, mas séria, por meio de uma narrativa guiada por personagens moralmente dúbios e complexos.

É válido notar como essa questão do militarismo se relaciona à sociedade japonesa atual e a seu passado imperialista. Se por um lado o Japão constrói a imagem do *Cool Japan* e se porta internacionalmente como uma nação pacífica, por outro lado essa imagem é contraposta ao crescimento da extrema-direita no país e à dificuldade em se responsabilizar apropriadamente pelo imperialismo que vitimou parte da Ásia. Isso mostra como as temáticas de *Shingeki no Kyojin* são relevantes tanto em um contexto global quanto em um contexto particular da sociedade japonesa. E por deixar as interpretações abertas ao público, o animê estimula ainda mais as discussões sobre tais questões.

Nesse contexto, a partir da análise dos indicadores de qualidade da mensagem audiovisual, foi possível identificar características de qualidade em *Shingeki no Kyojin*, com destaque para a ampliação do horizonte do público e a oportunidade. Outro ponto de destaque refere-se à construção dos personagens, que, como pontuado, não são baseados em arquétipos maniqueístas. Além disso, também foi possível observar elementos relativos à complexidade narrativa, como efeitos especiais narrativos e recursos de storytelling, os quais integram os indicadores de qualidade da criação. Tais elementos convidam o público ao engajamento tanto para destrinchar a construção narrativa quanto para compreender a história mediante as pistas oferecidas. Argumenta-se que essas características observadas ao longo da análise da criação podem estimular o público a desenvolver ou aperfeiçoar habilidades relativas à competência midiática, uma vez que o anime convida à reflexão, e acredita-se que o exercício prático da reflexão é uma das principais formas de se desenvolver a capacidade de interpretação crítica.

Por outro lado, a criação de *fanfics* é um modo interessante de exercitar habilidades relativas à produção criativa, um dos pilares da noção de competência midiática. Assim como argumenta-se sobre a interpretação crítica, o exercício prático da criação é um modo importante de estimular o desenvolvimento de capacidades necessárias à produção de mensagens em diferentes contextos e veículos. Nesse sentido, a cultura de fãs pode ser um caminho profícuo para a promoção da competência midiática em um contexto informal, pois, ao desenvolverem uma relação próxima com a obra, os fãs podem se sentir compelidos a produzir conteúdo das mais diversas formas. Essa ideia de promover a competência midiática a partir do exercício prático vai ao encontro do que propõem Ferrés e Piscitelli (2015, p.6), que acreditam que a educação midiática deve ser transmitida “[...] de maneira ativa, participativa, lúdica. Mais focada na reflexão sobre o que envolve a experiência da interação com as telas do que em discursos ou reflexões semióticas”.

Nesse contexto, mediante a análise da *fanfic AoT no Requiem*, foi observada, de modo geral, proficiência da equipe em todas as dimensões analisadas da competência midiática. Entretanto, como essa *fanfic* é um trabalho em grupo, não é possível especificar a operação da competência midiática de maneira individual. Certamente, nem todos demonstram o mesmo nível de proficiência em todas as dimensões. Mas é razoável afirmar que, independentemente das habilidades que cada membro da equipe possui, o processo de criação da *fanfic* em si já oferece a oportunidade de adquirir ou aprimorar capacidades relativas à competência midiática, tanto no âmbito da análise quanto da expressão.

Em suma, o principal questionamento levantado por essa pesquisa refere-se às conexões entre a qualidade no audiovisual e a competência midiática. A hipótese se ancorou na proposição de que as possíveis características de qualidade do animê *Shingeki no Kyojin* instigariam a interpretação crítica e a produção criativa de conteúdo pelos fãs, favorecendo, portanto, a promoção da competência midiática. Para avaliar se as características de qualidade de *Shingeki no Kyojin* efetivamente motivaram a escrita de *AoT no Requiem*, foi proposta a utilização dos indicadores de intervenção, baseados no que Jenkins (2012) definiu como os principais motivos pelos quais os fãs se sentiriam compelidos a intervir na obra original e escrever *fanfics*. A partir desses indicadores, seria possível avaliar se as características de qualidade do animê se configuraram como elementos motivadores ou não, permitindo observar se a qualidade da obra audiovisual de fato instigou a produção criativa no caso de *AoT no Requiem*. Por meio da análise da *fanfic* sob a ótica da competência midiática, também seria possível observar em que medida há alguma interpretação crítica da narrativa do animê.

O que pôde-se concluir é que a *fanfic* utilizou elementos dos indicadores de intervenção para construir uma narrativa passível de ocorrer no universo ficcional de *Shingeki no Kyojin*, mas a motivação, indicada por entrevistas concedidas pela equipe, é a insatisfação com certas escolhas de Isayama envolvendo a narrativa e os personagens, especialmente no desfecho da história. A própria equipe utiliza o termo *fix-it fic* para designar o trabalho da *fanfic*, o que não é descrito satisfatoriamente dentre os indicadores de intervenção. Tais indicadores baseados na argumentação de Jenkins (2012) necessitariam, portanto, de modificações para englobar esse tipo de elemento motivador. Nesse contexto, ao descreverem as insatisfações que levaram à escrita da *fanfic*, a equipe cita uma série de elementos relativos às complexas temáticas abordadas no animê, como guerra e genocídio, e se mostra preocupada com determinadas interpretações que podem ser feitas a partir do desfecho de *Shingeki no Kyojin*. Portanto, observa-se que os indicadores oportunidade e ampliação do horizonte do público foram elementos determinantes para que houvesse o desejo de escrita dessa *fanfic*, uma vez que as problemáticas levantadas pela equipe de *AoT no Requiem* nem existiriam caso o animê não abordasse temáticas relevantes de forma instigante e complexa, convidando à reflexão. Pode-se afirmar, portanto, que elementos de qualidade em *Shingeki no Kyojin* propiciaram ações de interpretação crítica e produção criativa por parte da equipe de *AoT no Requiem*.

No entanto, as conexões entre qualidade no audiovisual e competência midiática são mais intrincadas do que à primeira vista pode parecer. Se por um lado as temáticas e a construção narrativa de *Shingeki no Kyojin* estimularam o exercício do pensamento crítico e da produção de conteúdo na *fanfic* pesquisada, por outro lado são exatamente lacunas no animê que motivaram a escrita de *AoT no Requiem*. A percepção de elementos que a equipe considerou falhos em termos de ideologia e valores, a exemplo da questão do genocídio, além de certas incoerências narrativas – o que poderia ser visto como uma lacuna em termos de qualidade no audiovisual –, foi o principal combustível para a criação da *fanfic*. O próprio termo *fix-it fic* já denota que a intenção é transformar trechos da história que não foram ao encontro da expectativa dos fãs. Entende-se que essa transformação foi feita por meio das ferramentas descritas nos indicadores de intervenção. No entanto, não parecem ter sido esses indicadores os motivadores principais do processo criativo. Desse modo, enquanto elementos de qualidade do animê estimularam a discussão sobre a obra, foram pontos que os fãs consideraram falhos na narrativa que efetivamente motivaram o processo criativo de *AoT no Requiem*.

Porém, se elementos de qualidade como a ampliação do horizonte do público e a oportunidade estimularam o debate e a reflexão sobre o animê e foram determinantes para o

processo de análise crítica e o engajamento na produção criativa, identificá-los já requer capacidades interpretativas e analíticas relativas à competência midiática. Portanto, enquanto a qualidade no audiovisual pode estimular o desenvolvimento de habilidades relacionadas à competência midiática mediante a análise crítica da obra e a consequente produção criativa, para que esse processo tenha início pode ser necessário que o público já tenha proficiência em certas dimensões da competência midiática. Caso a equipe de *AoT no Requiem* não identificasse as problemáticas envolvendo questões sensíveis abordadas no animê ou não fosse capaz de questionar determinados caminhos narrativos tomados no cânone, a *fanfic* talvez não tivesse sido escrita.

Percebe-se, desse modo, como qualidade no audiovisual e competência midiática caminham de forma entrelaçada, com complexas interações. Nesse meio, a cultura de fãs pode funcionar como ferramenta para discutir e trabalhar tanto a interpretação crítica quanto a produção criativa: por meio da produção de fãs, enquanto reflete-se sobre a qualidade de uma obra, também se exercita a competência midiática. Esse processo de reflexão e aprendizagem sobre o qual a pesquisa se debruça, no entanto, acontece em um contexto informal. Nesse sentido, acredita-se que as instituições formais de ensino ainda se ancoram em padrões pouco flexíveis, associados à transmissão vertical de conhecimento, e muitas vezes falham em utilizar meios lúdicos para estimular o interesse naquilo que se tenta ensinar. É válido pontuar que, ao se falar em lúdico, não se fala, aqui, apenas em processos de aprendizagem infantojuvenil. O termo é usado, neste estudo, como uma referência ao que é atrelado à diversão e ao prazer. O que se pretende argumentar é que o conhecimento pode ser adquirido, ao mesmo tempo, de modo lúdico e eficaz, e a cultura de fãs pode ser uma ferramenta de suporte para esse processo. É prudente pontuar, no entanto, que os processos de aprendizagem que aqui são referidos dizem respeito à área de estudo englobada por esta pesquisa, ou seja, qualidade no audiovisual e competência midiática. Contudo, acredita-se que a experiência lúdica da cultura de fãs possa ser ampliada e utilizada como ferramenta para o ensino em outras áreas de conhecimento.

Algumas das principais questões que ficam ainda a serem trabalhadas são: qual a melhor abordagem para utilizar a cultura de fãs em instituições formais de ensino como ferramenta de aprendizagem sobre audiovisual e competência midiática? Como incluir efetivamente essa forma de educomunicação em contextos formais de aprendizagem? Além disso, sendo os animês produções japonesas, como trabalhar os aspectos culturais dessas obras de maneira a fomentar o diálogo intercultural de forma crítica e, ao mesmo tempo, afastada de julgamentos orientalistas? Qual a melhor forma de estudar, analisar e avaliar os animês sob uma

perspectiva brasileira sem desconsiderar os aspectos japoneses da obra, mas sem cair em percepções superficiais ou estereotipadas sobre esses aspectos? Em futuros trabalhos, seria interessante avaliar a possibilidade de desdobramentos práticos dessa pesquisa, partindo desses questionamentos que ainda perduram para construir uma proposta de intervenção para a promoção da competência midiática por meio de animês, utilizando, para tanto, reflexões sobre a qualidade no audiovisual e a cultura de fãs.

Espera-se que as análises desse estudo possam contribuir para oferecer, em alguma medida, outras perspectivas sobre os animês e a cultura pop japonesa, os quais ainda são vistos, por muitos, de maneira estereotipada e orientalista. Vê-se que, além de se dirigirem a públicos amplos, que não se limitam a jovens e crianças, os animês podem apresentar características de qualidade como qualquer outro produto audiovisual e, portanto, possuem potencialidades consideráveis não somente em relação à competência midiática, mas em inúmeros outros contextos. É necessário enxergar essas potencialidades e analisar os animês não como produções midiáticas exóticas e excêntricas, e sim como obras que carregam suas particularidades e especificidades, mas que, ao mesmo tempo, são produções como as de qualquer outro país. O desafio é equilibrar essas perspectivas, para que não se veja o Japão e a cultura pop japonesa como “o outro”, exótico e inacessível, enquanto também não são apagadas suas características particulares.

Por fim, é válido registrar o que, ao longo da análise de *Shingeki no Kyojin*, considerou-se a principal reflexão suscitada pelo animê: quais as consequências de um ciclo infundo de violência e opressão? A conclusão a que se chega, aqui, é que a violência, o ódio, a vingança e a repressão apenas perpetuam esse ciclo, que deve ser quebrado. Toda a história de *Shingeki no Kyojin* se encontra dentro dessa atmosfera, desde os abusos sofridos pela fundadora Ymir até o genocídio cometido por Eren. Com as páginas extras do mangá publicadas por Isayama, percebe-se que, gerações após os últimos acontecimentos envolvendo Eren, o mundo ainda se encontrava em guerra e caos, ao contrário do que esperava o protagonista. Vê-se, então, que o ciclo de violência se perpetuou, e assim continuará enquanto esse ciclo for alimentado. Certamente há sempre eventos que podem gerar um novo ciclo como esse, seja qual for a motivação, da ganância à maldade e à busca por poder. Mas o que se entende a partir da análise de *Shingeki no Kyojin* é que continuar essa ordem de violência só leva a mais dor e sofrimento. Quebrar esse ciclo é necessário, e refletir sobre isso é essencial para a humanidade, mesmo em um mundo sem titãs e muralhas.

Referências

AKAHA, Tsuneo. “Soft Power” in Japan’s Security Policy: Implications for Alliance with the United States. **Pacific Focus**, v.20, n.1, p.59-91, 2005.

ALBUQUERQUE, Afonso; CORTEZ, Krystal. Ficção Seriada, Cultura Nacional e Des-Ocidentalização: o caso dos animês. **Contemporânea | Revista de comunicação e cultura**, v.11, n.1, p.56-71, jan-abril, 2013.

_____. Cultura Pop e Política na Nova Ordem Global: lições do Extremo Oriente. In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; SÁ, Simone. (Org). **Cultura Pop**. Salvador: Edufba, 2015, p. 247-268.

AOT no Requiem. 2021. Disponível em: <https://www.aotnorequiem.com/>. Acesso em: 22 nov. 2022.

ARAUJO, Mayara. Além do animê: reality tv e o soft power japonês. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, v.22, n.2, p.103-113, mar. 2020.

ATTACK on Titan is Not the Problematic, Pro-Fascist Story Some Would Have You Believe – Opinions. **Emily Watching Animation**. 2021. Disponível em: <https://emilywatchesani.wixsite.com/blog/post/attack-on-titan-is-not-the-problematic-pro-fascist-story-some-would-have-you-believe-opinions>. Acesso em: 22 jun. 2022.

AUDITORI, Giovanni. Texto Sobre Shingeki no Abaporu [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <julia.ggaa@gmail.com> em 28 jun. 2021.

BARBOZA, Renata Andreoni; SILVA, Rogério Ramalho da. Subcultura Cosplay: a Extensão do Self em um Grupo de Consumo. **Revista Brasileira de Marketing**, v.12, n.2, p. 180-202, 2013.

BECKO, Larissa Tamborindenguy; AMARAL, Adriana. “IT’S A TRAP!”: reflexões acerca da cultura pop como fenômeno midiático. In: XXIX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29, 2020, Campo Grande. **Anais [...]**, Campo Grande: UFMS, 2020, p.1-19.

BOLTON, Christopher. **Interpreting Anime**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2018.

BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão Pessoa. **Teoria Contemporânea do Cinema, Volume II**. São Paulo: Senac, 2005.

BORGES, Gabriela. A discussão do conceito de qualidade no contexto televisual britânico. **Revista Líbero**, n.13/14, Ano VII, 2005.

_____. Qualidade e Literacia Midiática: um diálogo profícuo e necessário. In: 3º ECOM.EDU - Encontro de Comunicação e Educação de Ponta Grossa, 3, 2013, Ponta Grossa. **Anais [...]** Ponta Grossa: UEPG, 2013, p.46-60.

_____. **Qualidade na TV pública portuguesa: Análise dos programas do canal 2.** Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2014.

BORGES, Gabriela; SIGILIANO, Daiana. A ficção seriada brasileira no século XXI: Interrelações entre a qualidade e a literacia midiática. In: Simone Maria Rocha; Rogerio Ferraraz. (Org.). **Análise da ficção televisiva: Metodologias e Práticas.** 1ed. Florianópolis: Insular, 2019, v. 1, p. 103-120.

_____. Qualidade Audiovisual e Competência Midiática: proposta teórico-metodológica de análise de séries ficcionais. In: 30º Encontro Anual da Compós, 30, 2021, São Paulo. **Anais [...]**, São Paulo: PUC-SP, 2021, p.1-26.

BRANIGAN, Edward. **Narrative Comprehension and Film.** Nova York: Routledge, 1992.

BUSSE, Kristina; HELLEKSON, Karen. Work in Progress. In: BUSSE, Kristina; HELLEKSON, Karen. **Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays.** Jefferson: McFarland & Company, 2006.

CARDWELL, Sarah. Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations and the Troubling Matter of Critical Judgement. In: MCCABE, Janet.; AKASS, Kim. (ed.). **Quality TV: Contemporary American Television and Beyond.** Londres: I.B. Tauris & Co. Ltd, 2007.

CARLOS, Giovana Santana. **O(s) fã(s) da cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil.** 2011. 198 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2011.

CHANDLER-OLCOTT, Kelly; MAHAR, Donna. Adolescents' anime-inspired "Fanfictions": An Exploration of Multiliteracies. **Journal of Adolescent & Adult Literacy**, v.46, n.7, p.556-566, 2003.

CHO. Younghan. Historicizing East Asian pop culture. In: IWABUCHI, Koichi; TSAI, Eva; BERRY, Chris. **Routledge Handbook of East Asian Popular Culture**, London: Routledge, 2016, p.13-23.

DALIOT-BUL, Michal. Japan Brand Strategy: the taming of 'cool Japan' and the challenges of cultural planning in a postmodern age. **Social Science Japan Journal**, v.12, n.2, p. 247-266, 2009.

DUFFETT, Mark. **Understanding Fandom: An introduction to the study of media fan culture.** London/New York: Bloomsbury, 2013.

FECHINE, Yvana; LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. O trabalho do fã no texto transmídia: uma abordagem a partir da televisão. **MATRIZES**, São Paulo, v.13, n.2, p.113-130, 2019.

FECHINE, Yvana; BRONSZTEIN, Karla. Consumo transmídias de conteúdos televisivos: explorações em torno de uma agenda de investigação. **Famecos**. Porto Alegre, v.23, n.1, p. ID21335, 2016.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecília; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. LOPES, Maria Immacolata Vassallo (org.). **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FERRÉS, Joan.; PISCITELLI, Alejandro. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina**. Juiz de Fora, v.9, n.1, p.1-16, 2015.

FEUER, Jane. HBO and the Concept of Quality TV. In: MCCABE, Janet.; AKASS, Kim. (ed.). **Quality TV: Contemporary American Television and Beyond**. Londres: I.B. Tauris & Co. Ltd, 2007.

FOSTER, Michael. **The Book of Yokai: Mysterious Creatures of Japanese Folklore**. Berkeley: University of California Press, 2015.

FUKUNAGA, Natsuki. “Those anime students”: Foreign language literacy development through Japanese popular culture. **Journal of Adolescent & Adult Literacy**, v.50, n.3, p.206-222, 2016.

GARCIA, Júlia; BORGES, Gabriela. Conexões entre Cultura Pop Japonesa, Complexidade Narrativa e Competência Midiática: O Caso de Serial Experiments Lain. **Revista GEMInIS**, v.12, n.1, p.275-296, 2021.

GRAY, Jonathan.; SANDVOSS, Cornel.; HARRINGTON, C. Lee. **Fandom: Identities and Communities in a Mediated World**. 2a ed. Nova York: New York University Press, 2017.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HASHIMOTO, Kazuma. Attack on Titan couldn't escape controversy in the end. **Polygon**. 2021. Disponível em: <https://www.polygon.com/22392043/attack-on-titan-ending-analysis-manga-final-chapter-139>. Acesso em: 22 jun. 2022.

HERNÁNDEZ-PÉREZ, Manuel. Looking into the “Anime Global Popular” and the “Manga Media”: Reflections on the Scholarship of a Transnational and Transmedia Industry. **Arts**, v.8, n.2, p.1-14, 2019.

HILLS, Matt. O fandom como objeto e os objetos do fandom. Entrevista cedida a Clarice Greco. **MATRIZES**, v.9, n.1, p.147-163, 2015.

HIROKI, Azuma. **Otaku: Japan's database animals**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.

HOBBS, Renee. The State of Media Literacy: a response to Potter. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v.55, n.3, p.419-430, 2011.

HORTA, Lilia Nogueira. Isao Takahata e a disputa de memórias no mercado animê. In: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 43, 2020, Virtual. **Anais [...]**, Salvador: UFBA, 2020, p.1-15.

ISAYAMA, Hajime. **Shingeki no Kyojin**. Japão: Kodansha, 2009-2021. 34 v.

IWABUCHI, Koichi. Complicit exoticism: Japan and its Other. **Continuum**, v.8, n.2, p. 49-82, jan. 1994.

_____. Uses of Japanese Popular Culture: Trans/nationalism and Postcolonial Desire for 'Asia'. Emergences: **Journal for the Study of Media & Composite Cultures**, v.11, n.2, p.199-222, 2001.

_____. **Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism**, Durham: Duke University Press, 2002.

_____. Feeling glocal: Japan in the global television format business. In: MORAN, Albert; KEANE, Michael. **Television across Asia: Television industries, programme formats and globalization**. London: Routledge, 2004, p.21-35.

_____. Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'. **International Journal of Cultural Policy**, v.21, n.4, p. 419-432, 2015.

_____. East Asian Popular Culture and Inter-Asian Referencing In: IWABUCHI, Koichi; TSAI, Eva; BERRY, Chris. **Routledge Handbook of East Asian Popular Culture**, London: Routledge, 2016, p.24-33.

_____. Cool Japan, Creative Industries and Diversity. **ERIA Discussion Paper Series**, n.287, p.1-16, 2019.

JAMISON, Anne. **Fic - Por que a fanfiction está dominando o mundo**. São Paulo: Rocco, 2017.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers**. Nova York: Routledge, 1992.

_____. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. Lendo criticamente e lendo criativamente. **MATRIZES**, v.6, n.1-2, p. 11-24, 2012.

JENKINS, Henry; GREEN, John; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2015.

JOHNSON, Steve. **Tudo que é ruim é bom para você: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

JUNIOR, Leconte de Lisle Coelho. **Cosplayers no Brasil: O Surgimento de Uma Nova Identidade Social na Cultura de Massas**. 2008. 261 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2008.

JUNIOR, Jeder Janotti. Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; SÁ, Simone. (Org). **Cultura Pop**. Salvador: Edufba, 2015, p.45-56.

KATO, Shuichi. **Tempo e espaço na cultura japonesa**. São Paulo: Estação Liberdade, 2012.

KOWNER, Rotem; BEFU, Harumi. Ethnic Nationalism in Postwar Japan Nihonjinron and Its Racial Facets: nihonjinron and its racial facets. In: KOWNER, Rotem; DEMEL, Walter. **Race and Racism in Modern East Asia**. Leiden: Brill, 2015. p. 389-412.

LAM, Peng Er. Japan's Quest for "Soft Power": attraction and limitation. **East Asia**, v.24, n.4, p. 349-363, out. 2007.

LAMARRE, Thomas. **The Anime Machine: A Media Theory of Animation**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.

LIVINGSTONE, Sonia. What is media literacy? **Intermedia**, [S. l.], v.32, n.3, p.18-20, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo.; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Qualidade da Ficção Televisiva no Brasil: elementos teóricos para a construção de um novo modelo de análise. In: XXII Encontro Anual da Compós, 22, 2013, Salvador. **Anais [...]** Salvador: UFBA, 2013, p.1-16.

LORIGUILLO-LÓPEZ, Antonio. **La Narración Compleja en el Anime Postclásico: la ambigüedad narrativa en la animación comercial japonesa**. 2018. 577 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciències de La Comunicació, Universitat Jaume I, Castelló de La Plana, 2018.

_____. La complejidad narrativa en los cuentos de brujas del anime contemporáneo. **Brumal**, v.8, n.2, p.183-205, 2020.

LUYTEN, Sonia. Mangá e a cultura pop. In: LUYTEN, Sonia (org). **Cultura pop japonesa: Mangá e Animê**. São Paulo: Hedra, 2005.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MACHADO, Carlos Alberto. Animencontros: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). **Anais [...]**, Curitiba, 2009, p.1-15.

_____. Valores Universais Em Desenhos Animados Japoneses - Animês. In: XI Congresso Nacional de Educação EDUCERE. **Anais [...]** Curitiba: PUC-Paraná, 2013, p.7032-7049.

MANIFOLD, Marjorie Cohee. Fanart as craft and the creation of culture. **International Journal of Education through Art**, v.5, n.1, 2009, p.7-21.

MATSUMOTO, David. **The New Japan: Debunking Seven Cultural Stereotypes**. Yarmouth: Intercultural Press., 2002.

MCCABE, Janet.; AKASS, Kim. Introduction. In: MCCABE, Janet.; AKASS, Kim. (ed.). **Quality TV: Contemporary American Television and Beyond**. Londres: I.B. Tauris & Co. Ltd, 2007.

MITTELL, Jason. Complexidade Narrativa na Televisão Americana Contemporânea. **MATRIZES**, São Paulo, v.5, n.2, p.29-52, 2012.

MULGAN, Geoff. Television's Holy Grail: seven types of quality. In: MULGAN, Geoff. **The question of quality**. London: British Film Institute, 1990.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. PELEGRINI, Christian. Narrativas Complexas na Ficção Televisiva. In: **Revista Contracampo**, v.26, n.1, p.21-37, 2013.

NAGADO, Alexandre. **Almanaque da cultura pop japonesa**. São Paulo: Via Lettera, 2007.

NAPIER, Susan. **Anime from Akira to Princess Mononoke**. New York: Palgrave, 2001.

NATIONAL DIET LIBRARY. National Diet of Japan. **Portraits of Modern Japanese Historical Figures: Akiyama Yoshifuru**. 2004. Disponível em: <https://www.ndl.go.jp/portrait/e/datas/223/>. Acesso em: 22 jun. 2022.

NYE, Joseph. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. New York: Public Affairs, 2004.

POTTER, John; MCDUGALL, Julian. **Digital Media, Culture and Education: Theorising Third Space Literacies**. London: Palgrave Macmillan, 2017.

PUJADAS, Eva. A qualidade televisiva além de um conceito politicamente correto. **Matrizes**, v.7, n.2, 2013, p.235-248.

REAR, David. A Critical Analysis of Japanese Identity Discourse: Alternatives to the Hegemony of Nihonjinron. **Asian Studies: Journal of Critical Perspectives on Asia**, v.53, n.2, p.1-27, 2017.

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

_____. Introdução. In: **Resistência & Integração: 100 anos de imigração japonesa no Brasil**. Centro de Documentação e Disseminação de Informações. – Rio de Janeiro: IBGE, 2008, p.9-13.

SANDVOSS, Cornell. **A game of two halves: Football Fandom, Television and Globalization**. Londres: Routledge, 2003.

_____. Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 28, p. 8-41, jan. 2013.

SANTOS, José Luís. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SANTOS, Pedro Henrique Conceição dos. **“O Meu Jeito de Ser é o que Assisto”**: um estudo sobre consumo e identidade entre fãs de cultura pop japonesa em eventos de animê no Brasil. 2018. 139 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

SATO, Cristiane. A cultura popular japonesa: animê. In: LUYTEN, Sonia B. (org). **Cultura pop japonesa: Mangá e Animê**. São Paulo: Hedra, 2005.

_____. **Japop: O Poder da Cultura Pop Japonesa**. São Paulo: NSP-Hakkosha, 2007.

SCOLARI, Carlos. Alfabetismo transmedia: Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. **Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)**, Madrid, p.1-9, fev.-mai. 2016.

_____. **Literacia transmedia na nova ecologia mediática** - Livro Branco. Barcelona: European Union Funding for Research & Innovation, 2018.

SHIBUICHI, Daiki. The Yasukuni Shrine Dispute and the Politics of Identity in Japan: Why All the Fuss?. **Asian Survey**, v.45, n.2, p. 197-215, abr. 2005.

SHINGEKI no Kyojin. Criação de Hajime Isayama. Direção de Tetsurō Araki, Masashi Koizuka, Jun Shishido, Yūichirō Hayashi. Japão: NHK, 2013-. Son. Color. Série exibida no Brasil pela Crunchyroll e Funimation.

SILVA, Raphael; MENDES, Conrado. Hayao Miyazaki: o estilo autoral do animador japonês. **Triade: Revista de Comunicação, Cultura e Mídia**, v.7, n.15, p.137-157, ago. 2019.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. In: **Logos: Comunicação e Universidade**, v.2, n.24, p.139-152, dez. 2014.

SOH, Chunghee Sarah. The Korean "Comfort Women": Movement for Redress. **Asian Survey**, v.36, n.12, p.1226-1240, dez. 1996.

SPEELMAN, Tom. The fascist subtext of Attack on Titan can't go overlooked. **Polygon**. 2019. Disponível em: <https://www.polygon.com/2019/6/18/18683609/attack-on-titan-fascist-nationalist-isayama-hajime-manga-anime>. Acesso em: 22 jun. 2022.

TRUMBORE, Dave. Here's What 'Attack on Titan' Would Look Like If It Was Pro-Fascist & Anti-Semitic. **Collider**. 2019. Disponível em: <https://collider.com/attack-on-titan-fascist/>. Acesso em: 22 jun. 2022.

UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional**: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: UNESCO, 2016.

URBANO, Krystal Cortez Luz. **Legendar e Distribuir**: o fandom de animes e as políticas de mediação fansubber nas redes digitais. 2013. 175 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

VELASCO, Tiago. Pop: em busca de um conceito. **Animus** - Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v.17, p.115-133, jan-jun, 2010.

APÊNDICE A – Tabela das temporadas de Shingeki No Kyojin

SHINGEKI NO KYOJIN			
Temporada	Número de Episódios	Estreia/Final	Resumo do Enredo
1ª temporada	25 episódios	07/04/2013 29/09/2013	Apresentação do universo ficcional; aparecimento dos titãs Colossal e Blindado; derrubada de Shiganshina e da Muralha Maria; transformação de Eren no Titã de Ataque; aparecimento da Titã Fêmea.
2ª temporada	12 episódios	01/04/2017 17/06/2017	Apresentação do Titã Bestial; aprofundamento no passado de Historia; revelação de que Reiner e Bertholdt são os titãs Blindado e Colossal.
3ª temporada – Parte Um	12 episódios	23/07/2018 15/10/2018	Preparação para a retomada da Muralha Maria.
3ª temporada – Parte Dois	10 episódios	28/04/2019 30/06/2019	Retomada da Muralha Maria; recuperação do diário de Grisha; revelação da existência de Marley além das muralhas.
4ª temporada – Parte Um	16 episódios	07/12/2020 29/03/2021	Apresentação de Marley e do mundo fora das muralhas; ataque de Eren à Libéria.
4ª temporada – Parte Dois	12 episódios	10/01/2022 04/04/2022	Revelação das intenções de Eren ao declarar guerra contra Marley; início do Rugido da Terra.

APÊNDICE B – Tabela dos personagens de Shingeki No Kyojin

SHINGEKI NO KYOJIN		
Personagem	Imagem	Descrição
Eren		<p>Protagonista do animê. Descobre possuir os poderes do Titã de Ataque e, a partir da quarta temporada, passa a construir a imagem de antagonista. Não é o membro mais habilidoso do Reconhecimento, mas possui muita determinação.</p>
Mikasa		<p>Irmã adotiva de Eren, criada pelos pais do garoto após a morte de sua família. É um dos membros mais fortes do Reconhecimento, e seu maior desejo é proteger Eren. Parece ter sentimentos amorosos pelo protagonista.</p>
Armin		<p>Amigo de infância de Eren. Não é muito habilidoso como combatente, mas é extremamente inteligente, o que lhe rendeu o posto de comandante do Reconhecimento após a morte de Hange. Herda os poderes do Titã Colossal de Bertholdt.</p>

Reiner	 A close-up illustration of Reiner Braun, a blonde man with a goatee, wearing a military uniform, looking slightly to the right with a serious expression.	<p>Guerreiro de Marley que possui os poderes do Titã Blindado. Se infiltra nas muralhas e se passa por cadete para roubar as habilidades do Titã de Ataque e devolver a posse desse titã para algum marleyano.</p>
Bertholdt	 A close-up illustration of Bertholdt Hoover, a dark-haired man with a serious expression, wearing a military uniform, looking forward.	<p>Guerreiro de Marley e portador do Titã Colossal. Se infiltra nas muralhas ao lado de Reiner.</p>
Annie	 A close-up illustration of Annie Leonhart, a blonde woman with blue eyes, wearing a military uniform, looking slightly to the left with a serious expression.	<p>Guerreira de Marley e portadora da Titã Fêmea. Se infiltra nas muralhas ao lado de Reiner e Bertholdt, mas acaba sendo pega pelo Reconhecimento. Em um instinto protetivo e com a ajuda dos seus poderes de titã, permanece congelada até a quarta temporada.</p>

Zeke	 A close-up illustration of Zeke Jaeger, a man with long, wavy blonde hair and a full beard, looking slightly to the right with a serious expression.	<p>Meio-irmão de Eren e guerreiro de Marley. Possui o Titã Bestial. É enganado por Eren, que levou Zeke a acreditar que seguiria o plano de eutanásia dos Eldianos.</p>
Grisha	 A close-up illustration of Grisha Jaeger, a man with short dark hair and a goatee, looking forward with a neutral expression.	<p>Pai de Zeke e de Eren. É o antigo portador do Titã de Ataque e passou a Eren seus poderes.</p>
Levi	 A close-up illustration of Levi Ackerman, a man with short dark hair, looking slightly to the left with a serious expression.	<p>É o melhor soldado do Reconhecimento e também capitão do Esquadrão de Operações Especiais.</p>

Historia	 A close-up portrait of Historia Reiss, a young woman with short blonde hair and striking blue eyes. She is wearing a white collared shirt under a dark vest. The background is dark with some vertical lines.	<p>Filha fora do casamento de Rod Reiss e herdeira do trono real. Manteve sua identidade secreta durante um tempo até que, com a ajuda do Reconhecimento, ascendeu ao posto de rainha.</p>
Ymir Fritz	 A close-up portrait of Ymir Fritz, a young girl with long, straight blue hair and closed eyes. She is wearing a blue headband and a blue top. The background is a soft blue glow.	<p>Conhecida como A Fundadora, foi a primeira pessoa a conseguir os poderes de titãs.</p>