



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CÂMPUS DE ARAGUAÍNA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE CULTURA E  
TERRITÓRIO**

**JOÃO ANTONIO RODRIGUÊS DOS SANTOS MOREIRA**

***OS CAVALEIROS DO ZODÍACO, RECEPÇÃO, SENTIDOS E IDENTIDADE: uma  
abordagem sobre o consumo do anime *Os Cavaleiros do Zodíaco* e suas  
territorialidades no evento *Anime Sun* em Araguaína***

**Araguaína-TO  
2020**

JOÃO ANTONIO RODRIGUÊS DOS SANTOS MOREIRA

**OS CAVALEIROS DO ZODÍACO, RECEPÇÃO, SENTIDOS E IDENTIDADE: uma abordagem sobre o consumo do anime *Os Cavaleiros do Zodíaco* e suas territorialidades no evento *Anime Sun* em Araguaína**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território na Universidade Federal do Tocantins (PPGCULT/UFT), campus de Araguaína, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos de Cultura e Território.

Orientador: Prof. Dr. Plábio Marcos Martins Desidério

Araguaína-TO  
2020

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

- M838c      Moreira, João Antonio Rodriguês dos Santos.  
              OS CAVALEIROS DO ZODÍACO, RECEPÇÃO, SENTIDOS E  
              IDENTIDADE: uma abordagem sobre o consumo do anime Os  
              Cavaleiros do Zodíaco e suas territorialidades em Araguaína . / João  
              Antonio Rodriguês dos Santos Moreira. – Araguaína, TO, 2020.  
              139 f.
- Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do  
              Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Pós-  
              Graduação (Mestrado) em Estudo de Cultura e Território, 2020.  
              Orientador: Plábio Marcos Martins Desidério
1. Os Cavaleiros do Zodíaco. 2. Consumo. 3. Cultura. 4.  
              Araguaína. I. Título

**CDD 306**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

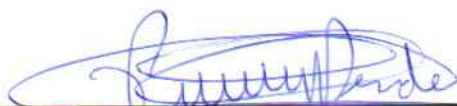
JOÃO ANTONIO RODRIGUÊS DOS SANTOS MOREIRA

**OS CAVALEIROS DO ZODÍACO, RECEPÇÃO, SENTIDOS E IDENTIDADE: uma abordagem sobre o consumo do anime *Os Cavaleiros do Zodíaco* e suas territorialidades em Araguaína**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território. Foi avaliada para a obtenção do título de Mestre em Estudos de Cultura e Território, e aprovada em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 12 / 11 / 2020

Banca Examinadora:



---

Prof. Dr. Plábio Marcos Martins Desidério (UFT)  
Orientador



---

Prof. Dr. Fábio Leonardo Castelo Branco Brito (UFPI)  
Avaliador



---

Prof. Dr. Jean Carlos Rodrigues (UFT)  
Avaliador



---

Prof.ª Dr.ª Olívia Macedo Miranda de Medeiros (UFT)  
Avaliadora/Suplente

*Dedico a presente dissertação aos meus pais e irmão.*

*Dedico aos amigos e a toda a Comunidade Otaku de Araguaína e região, essa dissertação é pra vocês.*

*Dedico também à minha pequena amazona de libra, Mariana, meu maior fôlego nessa reta final do mestrado.*

“Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo ‘imaginário’ ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’.”  
(*Stuart Hall*).

## AGRADECIMENTOS

Sinto-me extremamente agradecido a Deus que, em minha fé, representa todo o amor e força que necessitamos para trilhar nossos caminhos da melhor forma possível. Em momentos de dificuldade, sempre me vi amparado por seu cuidado.

Agradeço as pessoas maravilhosas com quem tive oportunidade de conviver nestes dois anos, principalmente, aos colegas de mestrado e professores do PPGCult que tanto nos ensinaram.

Agradeço à minha esposa Karla por todo o apoio e amor destinados a mim nessa reta final de escrita da dissertação, em especial, por ter me dado o maior presente que poderia receber na vida, nossa filha Mariana.

Agradeço à minha amiga Renata Vasconcelos por toda a disposição em me ajudar, principalmente com nosso trabalho no PROCON de Araguaína, me cobrindo em minhas audiências de conciliação.

Agradeço ao casal de amigos de quem tenho a honra de ser padrinho de casamento, Aliny e Vinicius Margarida, que me auxiliaram desde a formulação do projeto até o presente momento. Muito obrigado.

Agradeço ao meu orientador, professor Dr. Plábio Martins Desidério, por todo empenho dedicado à produção desse trabalho. Você foi como um verdadeiro Mestre *Jedi* para mim, me direcionando durante toda a produção da dissertação pelos melhores caminhos possíveis. Obrigado por toda paciência em ensinar, corrigir e dividir. Ter sido seu *Padawan* foi um privilégio. Que a força esteja sempre com você.

Agradeço aos membros da banca, professor Dr. Jean Carlos Rodrigues e professor Dr. Fábio Leonardo Castelo Branco Brito, por toda sensibilidade ao ler e avaliar esse trabalho, mesmo em tempo super curto, tanto na qualificação quanto na defesa. Obrigado pelo olhar sensível de quem busca ajudar. Com certeza as observações de vocês contribuíram, e muito, para a melhora da pesquisa.

Agradeço ao meu grupo de amigos, com o qual tenho em comum o amor pelo *cosplay* e por Cavaleiros do Zodíaco: Luiz Fernando, Lucas, Willian, Laelson, Emmy, Matheus e Victória, nova mestranda do PPGCult da UFT. Bem

como, estendo os agradecimentos aos nossos amigos do *Cosplay Hunter* de Palmas.

Agradeço ao meu amigo e irmão, Raphael Fernandes Brito por toda assistência durante a realização dos grupos focais que integram a presente pesquisa. Acho que agora poderemos voltar a jogar vídeo game novamente.

Agradeço de maneira especial, aos dirigentes do evento *Anime Sun* na pessoa do seu presidente e também meu amigo, João “Chaos” Neto, e assim estendo à toda a comunidade *Otaku* de Araguaína e região, especialmente aos participantes do grupos focais desenvolvidos ao longo desses dois anos. Essa pesquisa não seria possível sem vocês.

Agradeço a todo e qualquer fã de *Os Cavaleiros do Zodíaco* que, assim como eu, partilha um amor especial por essa série marcante na juventude dos anos 90. Vocês foram o combustível do meu “cosmo” durante o desenvolvimento dessa dissertação. “Nenhum adeus pode nos separar nunca mais”.



## RESUMO

Esta dissertação procura analisar o consumo cultural das narrativas presentes no desenho animado japonês *Os Cavaleiros do Zodíaco*, no âmbito da cidade de Araguaína, sob o prisma dos Estudos Culturais. Buscou-se desenvolver uma pesquisa sobre os animes e *Os Cavaleiros do Zodíaco*, bem como analisar a história de sua produção sob o viés teórico de autores, como Stuart Hall, Raymond Williams e Douglas Kellner, dentre outros autores e pesquisadores que abordaram o objeto da pesquisa e contribuíram teórica e metodologicamente com essa investigação. Para tanto, foi feito um levantamento dos principais eventos de animação japonesa existentes no Brasil e no Tocantins, destacando a cidade de Araguaína. Após isso, procurou-se evidenciar concepções de Cultura que fazem ponte entre o ambiente televisivo, práticas culturais e as relações existentes entre Identidade e Globalização, sistematizando um estudo acerca de elementos identitários na pós-modernidade, através do consumo da experiência. Posteriormente, buscou-se apresentar os dados obtidos por meio de grupos focais realizados no festival *Anime Sun* de 2018 e 2019 na cidade de Araguaína, bem como de pesquisas quantitativas realizadas pela plataforma *Google Forms*, apontando-se assim algumas implicações relativas ao consumo cultural, objetivando destacar o modo como o anime *Os Cavaleiros do Zodíaco* é recepcionado.

Palavras-chave: *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Consumo. Cultura. Araguaína.

## ABSTRACT

This dissertation seeks to analyze the cultural consumption of the narratives present in the Japanese cartoon *The Knights of the Zodiac*, in the context of the city of Araguaína, under the prism of Cultural Studies. We sought to develop a research on anime and *The Knights of the Zodiac*, as well as to analyze the history of their production under the theoretical bias of authors, such as Stuart Hall, Raymond Williams and Douglas Kellner, among other authors and researchers who approached the object of the research and contributed theoretically and methodologically to this investigation. Therefore, a survey was made of the main Japanese animation events existing in Brazil and Tocantins, highlighting the city of Araguaína. After that, we tried to highlight conceptions of Culture that make a bridge between the television environment, cultural practices and the existing relations between Identity and Globalization, listing a theoretical study about identity elements in post-modernity, through the consumption of experience. Subsequently, we sought to present the data obtained through focus groups held at the 2018 and 2019 *Anime Sun* festival in Araguaína, as well as quantitative research carried out by the Google Forms platform, thus pointing out some implications regarding cultural consumption. , aiming to highlight the way in which *The Knights of the Zodiac* is received.

Keywords: *The Knights of the Zodiac*. Culture. Consumption. Araguaína.

## LISTA DE ILUSTRAÇÃO

### LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Edições clássicas de revistas em quadrinhos da editora <i>DC Comics</i> . .....	27
Figura 2 – <i>Mangás</i> e suas ilustrações coloridas nas capas. ....	30
Figura 3 – exemplo de estrutura de desenho e balões no <i>mangá</i> de <i>Dragon Ball Z</i> . .....	31
Figura 4 – Pôster japonês original de <i>Hakujaden</i> . ....	33
Figura 5 – Ilustração de Saori Kido (reencarnação da deusa <i>Athena</i> ) e de seus cavaleiros. ....	39
Figura 6 – Seiya de <i>Pégaso</i> na capa da primeira edição da revista <i>Heróis</i> , 1994. ....	49
Figura 7 – Ilustração das protagonistas do <i>animê Sailor Moon</i> . ....	50
Figura 8 – Ilustração dos protagonistas do <i>animê YuYu Hakusho</i> . ....	51
Figura 9 – Ilustração de Goku e seu filho Gohan, do anime <i>Dragon Ball Z</i> . ....	52
Figura 10 – Ilustração do <i>animê Pokémon</i> , baseada em uma franquia de jogos de <i>vídeogames</i> portáteis com o mesmo nome. ....	53
Figura 11 – Fotografia de um evento de fãs de cultura pop. ....	57
Figura 12 – <i>Cosplay</i> de Kakashi e Sakura do <i>animê Naruto Shippuden</i> . ....	60
Figura 13 – <i>Cosplay</i> de Saori e dos Cavaleiros de Ouro do <i>animê Os Cavaleiros do Zodíaco</i> . ....	60
Figura 14 – Edição de 2019 do Festival <i>Anime Friends</i> , realizado em São Paulo .....	62
Figura 15 – Ambientes da Sala Temática no <i>Anime Sun</i> de 2018. ....	82
Figura 16 – Sala de Debates no <i>Anime Sun</i> de 2019. ....	83

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Percentual de homens e mulheres que responderam ao questionário.....	117
<b>Gráfico 2</b> – Percentual de pessoas que frequentam ou já frequentaram animencontros.....	117
<b>Gráfico 3</b> – Percentual de pessoas que conhecem <i>Os Cavaleiros do Zodíaco</i> . .....	118
<b>Gráfico 4</b> – Percentual de participantes que conhecem a música de abertura de <i>Os Cavaleiros do Zodíaco</i> . ....	119
<b>Gráfico 5</b> – Percepção dos participantes sobre a popularização dos animes no Brasil a partir d <i>Os Cavaleiros do Zodíaco</i> . ....	120

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>1. ANIMÊS, ANIMENCONTROS E OS CAVALEIROS DO ZODÍACO</b> .....	<b>25</b>
1.1 Entre animações japonesas e Os Cavaleiros de <i>Athena</i> .....	25
1.2 Cultura <i>Otaku</i> .....	55
1.3 Animencontros no Brasil.....	59
1.4 Animencontros na cidade de Araguaína: uma perspectiva de pesquisador e fã.....	62
<b>2 IDENTIDADE E TERRITORIALIDADE: UMA REFLEXÃO SOBRE A ESPACIALIZAÇÃO DO CONSUMO DOS ANIMES SOB A ÓTICA DOS ESTUDOS CULTURAIS</b> .....	<b>66</b>
2.1 Cultura, TV e <i>Os Cavaleiros do Zodíaco</i> .....	66
2.2 Pensando a cultura <i>otaku</i> e as identidades pós-modernas .....	72
2.3 Identidade e espaço .....	76
<b>3 MÉTODOS DE ANÁLISE E CAMINHOS DA PESQUISA</b> .....	<b>80</b>
3.1 Grupo focal .....	80
3.2 Primeiro Grupo Focal na Sala Temática (1º de dezembro de 2018).....	85
3.3 Segundo Grupo Focal na Sala Temática (02 de dezembro de 2018) ...	89
3.4 Terceiro Grupo Focal (15 de junho de 2019).....	92
3.5 Uma análise geral da experiência com os grupos focais na sala temática e na sala de debates .....	97
3.5.1 Ambientes masculinos e ambientes femininos.....	97
3.5.2 Público Multifacetado: Identidades fragmentadas .....	101
3.5.3 Alguns apontamentos sobre as falas dos grupos focais.....	104
3.5.3.1 <i>Os Cavaleiros do Zodíaco: primeiro contato</i> .....	104
3.5.3.2 <i>Modelos de superação e suas pedagogias</i> .....	105
3.5.3.3 <i>Episódios favoritos</i> .....	107
3.5.3.4 <i>Personagens favoritos</i> .....	108
3.5.3.5 <i>Shun e Ikki</i> .....	111
3.5.3.6 <i>A trilha sonora</i> .....	112
3.5.3.7 <i>Questões problemáticas nos Cavaleiros do Zodíaco</i> .....	113

3.5.3.8 <i>Aquilo que não foi dito, a invisibilidade feminina</i> .....	114
<b>3.6 Pesquisa quantitativa</b> .....	<b>115</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>123</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>126</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>130</b>
<b>ANEXO I</b> .....	<b>130</b>
<b>ANEXO II</b> .....	<b>136</b>

## INTRODUÇÃO

Muitos são os processos que contribuem com a formação cultural. As pessoas produzem e consomem enquanto interagem entre si, envolvidas em manifestações culturais oriundas de diversos fatores, sejam eles espaciais ou históricos. Nos dias atuais, as práticas culturais são atravessadas pela ação da globalização, expressada pela expansão dos meios de comunicação, sobretudo a partir da década de 60/70. Quanto a essa expansão dos meios de comunicação, é cabível apontar o papel de destaque ocupado pela televisão, evidenciado por Muniz (2017) como sendo uma importante ferramenta alinhada aos processos de significação.

A televisão, enquanto geradora de significados, também pode ser observada como “experiência cultural”, uma vez que, segundo Williams (2016, p. 25), sendo um meio eletrônico de comunicação, a televisão altera a concepção dos indivíduos acerca da realidade, o que, conseqüentemente, repercute na forma como as pessoas interagem umas com as outras e com o mundo a sua volta.

Para Williams (2016), a televisão, em seu caráter comercial, e o processo relacional que produz com os seus receptores em seus variados vieses, devem ser observados como forma cultural e política. Nessa perspectiva, objetivamos, em nossa pesquisa, estudar os efeitos que a televisão causa em seus interlocutores, bem como as implicações dessa relação enquanto “experiência cultural”. Mais especificadamente, propomos um recorte que evidencie o papel ocupado pelos *animês* enquanto parte dos gêneros televisivos de entretenimento, produto cultural bastante popular no ambiente televisivo brasileiro, sobretudo a partir dos anos 90. (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013, p. 55).

Normalmente derivados de gibis japoneses, também conhecidos como *mangás*, os *animês*, ou mesmo *animés*, são descritos como desenhos animados japoneses, ou dentro dos padrões dos traços japoneses. Essas produções normalmente são voltadas ao entretenimento de diferentes tipos de público, entre eles: crianças, adolescentes e adultos. Os *animês* são evidenciados por autores conhecidos pela pesquisa dos efeitos da cultura nipônica no ambiente brasileiro, como sendo os grandes responsáveis pela

difusão da *cultura pop japonesa*<sup>1</sup> no Brasil. (SATO, 2005; NAGADO, 2007; MONTE, 2010).

Wagner (2008, p. 26) também investigou os *animês* enquanto ferramentas de significação no ambiente televisivo brasileiro. Ele apontou que foi através da televisão que as animações japonesas ganharam mercado, o que posteriormente culminou com a criação de grupos de fãs e uma maior circulação de produtos e artefatos oriundos do Japão no Brasil, como *mangás*, brinquedos, *anime songs*<sup>2</sup>, entre outros.

Assim como para os autores que utilizamos em nosso referencial teórico, nossa abordagem aponta o *animê* como algo importante dentro do ambiente televisivo brasileiro, sendo capaz de influenciar identitariamente seus interlocutores, gerando práticas de consumo de experiência.

Ainda sobre o papel desempenhado pelo *animê* enquanto produto cultural presente na televisão brasileira (SATO, 2005; NAGADO, 2007; MONTE, 2010), buscou-se, ao longo da pesquisa, e a título de recorte, referenciar dentre tantos *animês*, uma obra que é apontada como sendo de grande relevância na difusão da cultura japonesa no Brasil e no mundo. *Saint Seiya* ou *Os Cavaleiros do Zodíaco*, como é conhecido em terras tupiniquins, trata-se de um *animê* criado pelo *mangaká*<sup>3</sup> Masami Kurumada. A obra chegou ao Brasil no ano de 1994, através da extinta Rede Manchete e é, segundo Pereira (2013, p. 16), uma das produções animadas japonesas de maior influência nacional e mundial.

A trama de *Os Cavaleiros do Zodíaco* é composta por cinco jovens cavaleiros: Seiya, Shun, Shiryu, Ikki e Hyoga. Estes cavaleiros fazem uso de armaduras simbolizadas por constelações e seres mitológicos, e possuem a missão de batalhar em favor de Saori Kido, descrita na série como a reencarnação da deusa grega *Athena*, representada no *animê* como a deusa da sabedoria e da guerra, entidade divina protetora da humanidade.

A narrativa de *Os Cavaleiros do Zodíaco* articula diferentes formas discursivas (WAGNER, 2008, p. 17), bem como reúne elementos de uma

---

<sup>1</sup> Produtos visuais e sonoros japoneses que incorporam sua cultura e se popularizam através de processos de globalização. (SATO, 2007, p. 25).

<sup>2</sup> Para Nagado (2007, p. 218), *anime songs* ou *anisongs* são músicas que integram temas e trilhas de animes, filmes e séries orientais.

<sup>3</sup> Desenhista e autor de *mangás*.



variedade de mitologias, entre elas: grega, japonesa, chinesa, nórdica e cristã, assim como um número amplo de personagens com nacionalidades distintas, quais sejam: japoneses, chineses, italianos, gregos, franceses, e também um brasileiro. (KURUMADA, 2004. p. 33-100). Logo, lança mão de elementos culturais presentes em diferentes culturas e países.

Wagner (2008, p. 17) também utilizou a produção *Os Cavaleiros do Zodíaco* como campo para sua pesquisa, e trabalhou com elementos culturais e identitários presentes na animação japonesa. Ele apontou que a obra dialoga em sua narrativa inúmeros processos de disciplinamento e construção de valores, que repercutem indiretamente na produção de sujeitos e em representações de gênero, o que acaba por ensinar a quem assiste ao *animê*, certas “maneiras de ser” e “de viver”, algo que também é comum em muitos mangás e *animês* do gênero *shonen*<sup>4</sup> a qual *Os Cavaleiros do Zodíaco* pertencem.

Desse modo, tipos televisivos de entretenimento como *Os Cavaleiros do Zodíaco* dentre outros *animês*, não podem ser tratados unicamente como inocentes instrumentos a serviço do lazer, uma vez que também são apontados “como produtores de saberes e formas especializadas de comunicar e produzir sujeitos, assumindo, portanto, uma função nitidamente pedagógica”. (FISCHER, 1997, p. 61 apud WAGNER, 2008, p. 10). Logo, acreditamos que as representações e os discursos presentes no *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* possuem, além da função de entreter o telespectador, uma intenção educativa, constatada nos modelos e representações presentes na produção, verificadas no decorrer da narrativa.

Segundo Monte (2010, p. 73), o sucesso que foi alcançado pelo *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* em sua primeira exibição através da televisão, e o que se seguiu a partir dali em termos de circulação de *animês*, ajudou na disseminação e na popularização da cultura japonesa no Brasil, algo perceptível na criação de diversos eventos de animação japonesa que nasceram posteriormente à exibição da série.

Os eventos de animação japonesa, também chamados de animencontros ou festivais de *animê*, são eventos realizados em várias cidades

---

<sup>4</sup> O gênero *shonen* presente nos *mangás* e *animês*, tem suas histórias voltadas ao público adolescente e pré-adolescente, do sexo masculino. (VENANCIO, 2012, p. 3).

do Brasil, no qual fãs de animação japonesa se encontram para partilhar dos gostos em comum pelas animações japonesas e demais produtos a elas relacionados. Normalmente esses eventos contam com diferentes atrações dentro da temática “*animê*”.

No âmbito do Tocantins também é possível observar a presença de alguns festivais, em especial, podemos evidenciar o animencontro *Animanara* que acontecia na cidade de Araguaína, da qual já atuei como um dos organizadores por cerca de cinco anos, e o evento *Anime-Soul*, que acontecia na cidade de Palmas, cuja última edição se deu em 2015. Atualmente, o maior evento em funcionamento no estado, é o *Anime Sun*, que ocorre anualmente na cidade de Araguaína e capta boa parte do público antigo dos demais eventos que já não acontecem.

São nesses eventos onde se verifica de maneira mais concreta a forma como os consumidores de produtos midiáticos japoneses se relacionam entre si, ancorados pelos *animês* enquanto seus artefatos culturais compartilhados. Tais artefatos, que incluem *Os Cavaleiros do Zodíaco*, ganharam público no Brasil inicialmente através da televisão.

A televisão enquanto experiência cultural oriunda de processos de globalização também pode ser percebida como elemento constitutivo identitário. Hall (2006) fala em processos de “identificação cultural”, e sob essa premissa, a identidade pode ser estudada também a partir do intenso consumo cultural, no qual o contato com programas de televisão ou desenhos animados podem estar inseridos, o que pode contribuir com o surgimento de eventos como o *Animanara* e o *Anime Sun*.

Tendo em vista que a televisão constitui-se em importante instrumento que vende bens de consumo e estilos de vida por estes representados como forma cultural, conforme aponta Williams (2016, p. 52), e levando-se em conta o papel que os *animês* possuem enquanto componentes do gênero televisivo, buscaremos desenvolver uma investigação interdisciplinar de aspectos constitutivos identitários locais, tomando por base a recepção do *animê* *Os Cavaleiros do Zodíaco* no âmbito do animencontro tocantinense *Anime Sun*.

Objetivaremos apontar fatores sociais e culturais que permeiam o fenômeno do hibridismo cultural, o que, segundo Hall (2006, p. 87-88) pode ser sinalizado como o fato de que as identidades culturais pós-modernas são

híbridas, ou seja, movidas por constantes mudanças, encontros e desencontros oriundos da ação da globalização. Tal característica híbrida pode ser percebida, a nosso ver, nos frequentadores desses eventos, seja na forma de vestir, falar ou se relacionar uns com os outros. Nessa perspectiva, o presente estudo busca analisar alguns dos efeitos do consumo cultural do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* em um contexto local.

Em nossa investigação, utilizamos das análises de autores como Hall (1997; 2003; 2006), Saquet (2010), Williams (2016), Kellner (2001), dentre outros. Procuramos, assim, aplicar suas pesquisas ao contexto da recepção local do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* e seu consumo cultural. Para tanto, nos valem das informações levantadas a partir da experiência com grupos focais realizados nos anos de 2018 e 2019 no animencontro *Anime Sun*, que até a conclusão da presente pesquisa, ocorre anualmente no Centro Universitário Presidente Antonio Carlos (UNITPAC) em Araguaína. Também nos utilizamos de uma pesquisa quantitativa desenvolvida através de questionários em 2020, pela plataforma *Google Forms*, na qual 100 participantes responderam perguntas acerca de sua relação ou não relação com o *animê* objeto da investigação.

A pesquisa que almejamos traçar tem caráter interdisciplinar, desse modo buscamos refletir acerca de aspectos conceituais de identidade, tomando por base a recepção do desenho animado japonês *Os Cavaleiros do Zodíaco* em âmbito local, enquanto decorrência da ação da globalização.

Nesta perspectiva, Hall (1997, p. 61) define a arte de criação da identidade e representação como “o processo pelo qual, membros de uma cultura usam a língua (amplamente definida como qualquer sistema que empregue signos) para produzirem significados”, o que pode ser observado também através do compartilhamento de signos veiculados por meio da televisão e demais formas midiáticas.

Desse modo, podemos pressupor que a televisão e seus artefatos culturais visuais podem ser capazes de influenciar na constituição das subjetividades dos sujeitos, gerando significados que podem ser analisados enquanto práticas culturais. Quanto a isso, cumpre observar o que Pereira (2013, p. 114) assevera:

Os artefatos culturais e visuais que encontramos na sociedade possuem um conjunto de valores e mensagens intrínsecas que acabam se transformando em uma espécie de conhecimento e experiências assimiladas por seus consumidores. Em muitas ocasiões, não reconhecemos estes conteúdos como práticos ou como importantes, no entanto, é inegável a influência deles na constituição dos sujeitos, na formação de suas subjetividades e nos desejos e afetos mobilizados.

Nessa premissa, acreditamos que *Os Cavaleiros do Zodíaco*, assim como outros *animês*, também funcionam como artefatos culturais, uma vez que carregam em sua narrativa muitos elementos simbólicos e discursivos. Tais elementos podem ser capazes de influenciar na formação identitária daqueles que consome tal produto cultural, logo, concebemos ser cabível e interessante uma análise dessas questões a partir dos estudos culturais. Desse modo, nos propomos a investigar os efeitos da recepção do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* em contexto local, bem como analisar práticas culturais advindas de sua recepção, avaliando assim os efeitos e implicações que o contato com o esse produto cultural produz na construção da identidade daqueles que assistem ou assistiram o *animê* em sua infância.

Através da utilização das pesquisas dos autores citados, buscaremos pensar nas formas em que as animações japonesas são experimentadas pelo público do evento *Anime Sun*. Objetivaremos, então, elucidar quais implicações a recepção do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* traz na formação das identidades locais.

Meu interesse em pesquisar o consumo cultural de *Os Cavaleiros do Zodíaco* e dos *animês* enquanto artefatos culturais identitários, não se deu por acaso, e está intimamente ligado à minha história, uma vez que também me considero parte do público que mantém um vínculo particular com os produtos midiáticos japoneses. Acredito também que as representações presentes em *Os Cavaleiros do Zodíaco* influenciaram muito na constituição da minha subjetividade. Para que essa questão fique mais palpável, peço permissão para compartilhar um pouco da minha história de vida.

Nasci na pequena cidade de Xambioá, interior do Tocantins, em 21 de junho de 1988, primeiro filho de mãe piauiense e pai cearense. Minha infância foi bastante feliz e rodeada de muitas brincadeiras e simplicidade. Quando pequeno, adorava desenhar super-heróis de histórias em quadrinhos e desenhos japoneses, inclusive quis aprender a ler justamente para poder

entender o que estava escrito nos balões dos gibis que eu possuía quando pequeno. Hoje em dia ainda gosto de colecionar e ler revistas em quadrinhos.

Cursei o ensino fundamental na Escola Paroquial São Miguel, em Xambioá, da qual minha mãe era coordenadora. Além dela, parte das minhas tias, tios e primas trabalhavam na instituição, seja como professores, ou exercendo alguma outra função de auxílio. Minha mãe era bastante rígida quanto à nossa educação, e sempre olhou o estudo como ferramenta importante para se alcançar um futuro melhor, e, apesar de sua rotina puxada na coordenação da escola, sempre que possível, ajudava a mim e ao meu irmão com as tarefas de casa.

Eu gostava muito da rotina daquela época que consistia em ir para a escola a pé, ou de bicicleta com meu irmão; fazer o dever de casa depois do almoço; e, ao final da tarde, me deitar no tapete da sala para assistir aos desenhos animados japoneses da Rede Manchete, especialmente *Os Cavaleiros do Zodíaco*, desenho animado mais marcante da minha vida. Lembro-me que não era comum a utilização da terminologia *animê* para designar aquelas animações, logo, para boa parte das crianças da época, a série *Os Cavaleiros do Zodíaco* dentre outras animações japonesas, eram simplesmente entendidos como desenhos animados.

*Os Cavaleiros do Zodíaco* marcaram tanto a minha vida que consigo me recordar até hoje do primeiro episódio do desenho que assisti aos sete anos de idade, que consistia na luta de um dos protagonistas da série, Shiryu, Cavaleiro de Dragão e o cavaleiro Algol de Perseu. O cavaleiro Algol, em uma clara referência ao herói mitológico Perseu<sup>5</sup>, possuía um escudo que simbolizava a cabeça da medusa, e assim como a própria cabeça do monstro mitológico, era capaz de transformar qualquer pessoa que olhasse para ele em pedra. Shiryu, no entanto, depois de uma luta difícil na qual seu próprio braço e seus amigos foram transformados em pedra em virtude do poder do escudo da medusa, consegue vencer o cavaleiro Algol de Perseu, revertendo então as petrificações, tendo que sacrificar dramaticamente sua própria visão para isso.

Essa cena, em contraste com a trilha sonora e a performance da luta é algo que guardo em minha memória até os dias de hoje, mesmo 26 anos

---

<sup>5</sup> Perseu ou *Perseus*, é descrito na mitologia grega como um importante herói, semideus que derrotou o monstro medusa. (BRANDÃO, 1993, p. 239).

depois de ter assistido ao desenho pela primeira vez. Foi a partir desse episódio que *Os Cavaleiros do Zodíaco*, entre outros desenhos animados japoneses, passaram a fazer parte da minha rotina diária e das minhas brincadeiras. O horário em que passava o referido *animê* era considerado sagrado, e era a parte mais legal do dia, não só para mim, mas também para meu irmão, colegas e amigos de escola. Mesmo em nossa pequena cidade, esse desenho tinha virado uma mania. Brincar de ser um Cavaleiro do Zodíaco era uma das brincadeiras mais comuns e legais naquela época para mim.

Ao longo de minha adolescência, não parei de consumir esses produtos culturais, gostava de comprar revistas que falavam de *animês* e *mangás*, comecei a praticar artes marciais populares no Japão como o *Karatê*. Foi nesse período também que nasceu em mim a vontade de cursar a faculdade de Direito, acredito eu que, em muito, pelo interesse que acabei desenvolvendo por filosofia e mitologia grega, temas que passaram a ser atrativos depois de assistir *Os Cavaleiros do Zodíaco* pela primeira vez.

Aos 17 anos então no ano de 2006, objetivando fazer faculdade, mudamos de Xambioá, eu e meu irmão, para a cidade de Araguaína, deixando o conforto da casa dos nossos pais e, em 2007, após a aprovação do vestibular, iniciei o curso de Direito na Faculdade Católica Dom Orione. Ao longo do curso, desenvolvi um grande interesse pelas matérias de Sociologia e Filosofia Jurídica, foi nesse período também que nasceu em mim uma grande vontade de me tornar professor algum dia.

Em meados de 2009, conheci, através de amigos, um festival para fãs de *animês* e cultura japonesa chamado *Animanara*, ocasião na qual fui convidado a integrar o quadro de organizadores do evento, convite que aceitei prontamente. Através desse evento, tive a oportunidade de conhecer pessoas que vivenciavam experiências com os *animês* e os produtos midiáticos japoneses semelhantes com a minha. Muitos dos frequentadores, e em especial os de idade assemelhada à minha, tinham tomado contato com os desenhos japoneses em sua infância e adolescência através d' *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Assim, surgiu o interesse de mergulhar ainda mais nesse mundo de vivências e experiências, estudando a forma como os fãs de *animês* espacializam esse consumo cultural, buscando entender o modo como são afetados por esses processos, relacionados a ação da globalização, que

permitiu maior circulação de códigos culturais, pelos quais também me vi atingido.

Tempos depois, me formei bacharel em Direito, aos 23 anos, me tornei advogado e passei em um concurso público estadual para Conciliador de Defesa do Consumidor no Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) de Araguaína. Também tive a oportunidade de iniciar na carreira como professor de cursinho em 2013, e, com a ajuda do casal de amigos Vinicius e Aliny Margarida consegui ingressar no mestrado do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura e Território (PPGCult) na Universidade Federal do Tocantins (UFT) em 2018, depois de dois anos de tentativa. Vinicius era Mestre pelo mesmo programa no qual eu estava tentando ingressar, e Aliny, naquela época, doutoranda em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), também pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Ambos me incentivaram a ingressar no mestrado trabalhando com o tema que eu desejava pesquisar, e me auxiliaram com relação ao desenvolvimento do projeto, e em todas as fases da seleção.

O período no Mestrado foi bastante enriquecedor e, por ter uma natureza interdisciplinar, tive a oportunidade de conviver com pessoas de diferentes áreas, sejam os professores do programa, ou mesmo meus colegas de turma. Confesso que não foi um período fácil, em especial para mim que vim de uma graduação mais rígida como é o caso do Direito. Mas hoje já não me imaginaria cursando outro Mestrado que não seja interdisciplinar, e sou grato por tudo que aprendi e pelo que foi desconstruído e reconstruído em mim nesses últimos 2 anos. De fato, o mestrado me permitiu desenvolver a pesquisa que almejava, trabalhando assim com a recepção local das animações japonesas com ênfase no *animê Os Cavaleiros do Zodíaco*.

Sendo *Os Cavaleiros do Zodíaco* um dos desenhos animados que mais me marcaram, a ponto de me identificar identitariamente com as representações presentes nos personagens e nas narrativas as quais são envoltos, e acreditando que esse *animê* possui uma importância significativa no processo de divulgação e popularização dos *animês* no Brasil, resolvi trazer a presente produção como recorte da pesquisa, a qual explicaremos adiante como foi desenvolvida.

A título de zoneamento de estudo, buscamos dividir a presente pesquisa em três pontos, sendo o primeiro de cunho mais introdutório, o segundo mais mergulhado nas discussões teóricas, e o último ancorado nos dados obtidos com os sujeitos da pesquisa. Em nossa abordagem, buscamos analisar a história dos *animês*, em especial da produção de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, bem como compreender alguns dos processos históricos dos eventos de *animê* no território nacional e na cidade de Araguaína, buscando a aplicação dos referenciais teóricos, sob a perspectiva da importância dos *animês* enquanto artefatos identitários e territorializantes, trazendo desdobramentos no contexto local. Buscamos assim, analisar a forma pela qual o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* é recepcionado.

O presente trabalho se encontra dividido da seguinte forma: no primeiro capítulo, fazemos um panorama geral acerca dos *animês*: seu contexto social e artístico, bem como sua ligação estrutural com os *mangás*. Abordamos também um pouco da história dos *animês* no Brasil e de sua recepção, evidenciando o papel dos *Cavaleiros do Zodíaco* no ambiente televisivo brasileiro e seus efeitos. Também trabalhamos com a história dos eventos e feiras de *animê*, e sua importância na difusão da cultura *pop japonesa* no ambiente nacional. Nesse capítulo também apontamos um pouco do histórico de alguns dos principais eventos de *animê* na cidade de Araguaína e região, sob a minha ótica enquanto frequentador e organizador de eventos de *animê*.

No segundo capítulo, abordamos um pouco acerca das questões identitárias e culturais que permeiam a experiência relacional do público com a televisão, buscando aplicar as questões teóricas ao contexto da produção *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Nesse tópico, procuramos discutir as temáticas que abordam a recepção dos *animês* no ambiente local sob a perspectiva dos estudos culturais. Desse modo, o capítulo busca um aprofundamento nas discussões teóricas no que tange à espacialização cultural e sua relação com os meios de comunicação enquanto geradores de sentidos.

No terceiro e último capítulo, apresentamos os caminhos pelos quais a pesquisa principal foi direcionada e trabalhada, no caso, através dos 3 grupos focais realizados em salas temáticas e salas de debates, desenvolvidas no animencontro *Anime Sun*, nos anos de 2018 e 2019. Também é apresentada uma breve análise de alguns aspectos que consideramos importantes,



extraídos da experiência dos grupos focais como um todo. No que tange à recepção do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* e visando um ganho maior de dados, também é apresentada neste capítulo uma pequena pesquisa desenvolvida através da plataforma *Google Forms*, na qual 100 participantes responderam questionários acerca das suas experiências com *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Para finalizar este capítulo, foram feitas as avaliações dos dados levantados com os grupos focais, e questionários à luz dos estudos culturais, trazendo novamente algumas das discussões desenvolvidas no segundo capítulo.

# **1 ANIMÊS, ANIMENCONTROS E OS CAVALEIROS DO ZODÍACO**

## **1.1 Entre animações japonesas e Os Cavaleiros de Athena**

O ser humano, ao longo da história, sempre utilizou da arte como ferramenta de expressão, seja como auxílio no entendimento de mundo, em contextos religiosos ou mesmo no sentido único de manifestação cultural, logo, a arte acompanha o homem desde eras longínquas. (WAGNER, 2008, p. 46). Nessa conjectura, podemos citar o desenho como sendo uma das formas de arte mais remota, pelas quais múltiplos sentidos são gerados. A título de exemplo, podemos apontar as pinturas rupestres como sendo as mais antigas representações artísticas das quais se tem conhecimento.

Argumenta-se que muitas das figuras rupestres possuem traços cuidadosos e noções de profundidade através de sombreamentos contornos e preenchimentos (MOLICCA, 2005 *apud* WAGNER, 2008, p. 46). Ao longo da história, o desenho enquanto forma de representação artística foi ganhando diferentes contornos de acordo com o grupo social ao qual se vinculavam, fazendo registrar a forma como a humanidade dava significado para o mundo.

Outro traço importante da expressão artística humana no decorrer do tempo é a capacidade de se contar histórias, e como exemplo, podemos citar as histórias e mitologias da Grécia Antiga, envolvendo deuses, heróis e monstros abomináveis. Tais histórias faziam parte do imaginário social da época, e demonstravam-se importantes ferramentas pedagógicas, nas quais o conhecimento de mundo daquele povo era repassado de geração em geração.

Nos dias atuais, as histórias ganham diferentes contornos e diferentes formas narrativas, passando a ser contadas também por meio de livros e revistas com gravuras, e ainda por meio de histórias em quadrinhos. As histórias em quadrinhos nascem a partir da junção de duas formas de expressão artísticas: narrativas escritas em contraste com desenhos coloridos ou em preto e branco.

As histórias em quadrinhos, ou *HQs*, popularmente conhecidas no Brasil como gibis, são histórias veiculadas normalmente em revistas físicas, nas quais elementos de desenhos e gravuras fazem junção com elementos textuais<sup>6</sup>.

As histórias em quadrinhos podem abordar várias temáticas em suas narrativas como, por exemplo: comédia, terror, aventuras e histórias envolvendo super-heróis.

No âmbito dos quadrinhos, é possível evidenciar algumas das editoras que ajudaram na sua popularização no ocidente, em especial a *Marvel* e a *DC Comics*, editoras estadunidenses responsáveis por estreias como *Batman*, Capitão América, e Homem-Aranha, entre outros.

Logo abaixo podemos observar um apanhado de algumas das revistas em quadrinhos da *DC Comics* em edições clássicas, no qual podemos destacar *Sea Devils*, cuja a narrativa aborda um grupo de aventureiros em excursões submarinas que, em meio a ambientações fantásticas, misturam terror, suspense e ficção científica. Destacamos também algumas das revistas dos super-heróis da *DC* como *Flash*, herói com poderes de aceleração capaz de correr e se mover em grande velocidade, *Atom*, conhecido no Brasil como *Electron*, possui o poder de encolher em tamanhos microscópicos, já *Green Lantern*, popularizado nas adaptações brasileiras como Lanterna Verde, é capaz de materializar objetos e armas através do seu anel, que também lhe dá capacidade de voo, entre outras habilidades, além de *Justice League of America*, adaptado como Liga da justiça da América, formada por um grupo de super-heróis dentre os quais estão a Mulher-Maravilha, o *Batman* e o *Superman*.

---

<sup>6</sup>. Apesar da dificuldade em apontar as origens das histórias em quadrinhos, segundo Goida (2011, p. 9) as histórias em quadrinhos, dentro padrões atuais, são frutos do jornalismo do final do século XIX, ganhando popularidade como suplementos de jornais, batizados de *comics*, por se tratarem inicialmente de quadrinhos de humor.

Figura 1– Edições clássicas de revistas em quadrinhos da editora *DC Comics*.



Fonte: Disponível em <http://quadrinhos.com>

Como é possível observar, as histórias em quadrinhos clássicas da *DC Comics* possuem capas com gravuras chamativas, normalmente ilustradas pela presença dos protagonistas de suas histórias. Tais capas acabam por entregar um pouco daquilo que será desenvolvido no arco da revista, o que a nosso ver, serve como convite ao possível leitor. Ao que percebemos, esses elementos são comuns em diversos tipos de histórias em quadrinhos.

No sentido mais genérico e amplo possível, apontamos também o *mangá* como integrante do gênero das histórias em quadrinhos, apesar de entendermos que, o *mangá* possui características específicas. Conceberemos os mangás como gibis com traços e elementos narrativos orientais, com o formato de leitura feito de trás para frente<sup>7</sup>.

O *mangá* enquanto história em quadrinho oriental possui elementos e estruturas bastante específicas que lhe caracterizam como um produto

<sup>7</sup> Diferentemente do estilo ocidental de leitura, a leitura dos *mangás* é feita da direita para a esquerda.

diferente das revistas em quadrinhos ocidentais. No entanto, devido a algumas semelhanças elementares, como textos e diálogos em balões, em contraste com desenhos e artes sequenciais, colocamos o *mangá* como parte integrante desse gênero. Há de se ressaltar que, popularmente, esse produto cultural era mais conhecido pelos brasileiros como “histórias em quadrinhos japonesas”, “gibis japoneses” ou só gibis. A popularização do termo *mangá* se deu posteriormente, entre o final dos anos 90 e início dos anos 2000.

Segundo Gusman (2005, p. 79), o *mangá* começou a ser importado para o Brasil na década de 1980, através do mercado estadunidense que atuava como intermediador, o que prejudicou de alguma forma o contato com o *mangá* em seu formato original, uma vez que, para se adaptar ao estilo de leitura ocidental, os editores norte-americanos invertiam os fotolitos, de modo que a leitura se desse da esquerda pra direita. Isso só veio a mudar a partir de 2000, com a Editora Conrad trazendo ao Brasil títulos como *Dragon Ball* e *Os Cavaleiros do Zodíaco* em seu formato original, caracterizado pela leitura da direita para a esquerda (de trás para frente). (GUSMAN, 2005, p. 79). Essa tendência foi seguida pela editora JBC que também passou a comercializar *mangás* nesse formato. (NAGADO, 2007, p. 15).

Passamos, então, neste ponto, para uma breve explanação sobre a história do *mangá* no Japão. É difícil apontar de forma exata a data em que os *mangás* tenham nascido, até porque, acreditamos que tal processo não se deu de forma bem definida historicamente, portanto, não focaremos em uma exaustiva busca pela autêntica data do surgimento dessa expressão cultural, visto que esse não é o alvo da presente pesquisa. Desse modo, nos atentaremos de forma mais superficial ao surgimento do termo *mangá*, datado no século XIX, período histórico conhecido como *Edo*.

Quanto à origem o termo *manga*, sabe-se ter surgido no século XIX, cunhado por Katsushika Hokusai, durante o Período Edo, para se referir às produções artísticas que vinham sendo criadas por ele para servir como modelo em suas aulas de desenho. Os ideogramas para *man* e *ga* poderiam ser traduzidos, no seu contexto de criação, como “desenho feito às pressas”, ou ainda como “quadro bizarro”. Outros desenhistas que seguiam o seu estilo artístico também começariam a ter seus desenhos chamados pelo nome de *mangá*. Levaria muito tempo até que a palavra começasse a ser utilizada para se referir às histórias em quadrinhos japonesas. (DUTRA, 2014, p.13).

Nos mesmos termos, Luyten (2000) evidencia o pintor Katsushita Hokusai (1760-1849) como o primeiro a utilizar a palavra *mangá*. O desenhista trabalhava em vários estilos, destacando-se por desenvolver seus desenhos e narrativas em sucessão, formando um conjunto de 15 volumes designados de *Hokusai Mangá*. Neles o desenhista retratava a vida urbana, as classes sociais, a natureza e a personificação dos animais, com grande “preferência por pessoas muito gordas ou muito magras, narizes longos e fantasmas” (LUYTEN, 2000, p. 98). No entanto, tal designação em dado momento foi abandonada pelos japoneses, sobretudo por pessoas que nasceram após a Segunda Guerra Mundial, conforme aponta Dutra (2014):

O nome *mangá* é utilizado no Japão quase exclusivamente por pessoas nascidas antes da Segunda Guerra Mundial, e geralmente para se referir às tirinhas políticas de jornais com conteúdo crítico ou satírico. O povo japonês abandonou o uso da palavra *manga* há mais de cinco décadas, o que deixa em aberto a dúvida sobre o motivo que levou o Ocidente a adotá-la para se referir às atuais produções, que são exportadas e traduzidas em todos os continentes. Fato é que o termo *mangá*, criado no Japão, renasceu com sua propagação pelo Ocidente. (p. 13).

Esse apego ao termo *mangá* como um produto de natureza asiática com características próprias, e distintas quando comparada as histórias em quadrinhos ocidentais pode encontrar respaldado no conceito de *Orientalismo* de Edward Said (2007).

Segundo Said (2007, p. 27), o *Orientalismo* se desenvolve a partir da visão de diferenciação identitária existente entre oriente e ocidente, onde o oriente acaba por ser “criado” enquanto um discurso ocidental do exótico. De fato, hoje, o *mangá* é concebido por muitos dos países ocidentais, como quadrinhos japoneses, ou mesmo nos moldes do estilo japonês, que se caracterizam normalmente pela leitura de trás para frente e ilustrações em preto e branco, excetuando a capa, entre outras peculiaridades.

Logo abaixo, podemos ver alguns dos *mangás* da produtora japonesa *Shonnen Jump*, conhecida por comercializar alguns dos títulos mais populares de *mangás* no mundo, como *Bleach*, *Naruto*, *One Peace*, e também *Os Cavaleiros do Zodíaco*.

**Figura 2**—Mangás e suas ilustrações coloridas nas capas.



Fonte: Disponível em <http://somostodosnerds1.blogspot.com>

A título de exemplo da arte e do estilo do *mangá*, podemos observar um pequeno fragmento do *mangá* de *Dragon Ball Z*, de autoria do *mangaká* Akira Toriyama. Mais popular em sua versão animada, *Dragon Ball Z* aborda em sua narrativa aventuras e grandes batalhas, seu personagem principal é *Son Goku* inspirado em *Sun Wukong*, integrante de uma história folclórica chinesa conhecida como *Jornada ao Oeste*. Nas imagens abaixo, podemos ver um pouco da narrativa que traz *Son Goku* demonstrando a extensão de seus poderes recém-adquiridos, aos surpreendidos vilões *Nappa* e *Vegeta*, este último que, mais tarde, se tornaria um dos anti-heróis da série. Como é possível verificar, a arte e os desenhos são em preto e branco e possuem elementos de ação bem específicos em cada cena. Outro aspecto interessante são os traços que buscam evidenciar as emoções dos personagens, em especial por seus olhos expressivos e grandes, que podem variar de algo não tão exagerado para algo mais exagerado.

**Figura 3** – exemplo de estrutura de desenho e balões no *mangá* de *Dragon Ball Z*.



Fonte: Disponível em <http://somostodosnerds1.blogspot.com>

Em sua grande maioria, *mangás* como os *Cavaleiros do Zodíaco*, possuem ligação com as animações japonesas também conhecidas como *animês*, os quais, muitas das vezes, nascem a partir da serialização animada de suas histórias para a plataforma de TV. Logo, segundo Nagado (2007, p. 12), os *animês* enquanto itens culturais japoneses de exportação, normalmente trazem os personagens e os traços dos *mangás*.

Acreditamos que essa abordagem, ainda que breve, sobre os *mangás* seja importante para a presente pesquisa, tendo em vista a profunda relação existente entre os *mangás* e os *animês*, que passam, a partir daqui, a serem discutidos no presente trabalho em seu contexto global e local.

Evidenciamos então, nesse ponto da exposição, o papel histórico desempenhado pelos desenhos animados japoneses, também conhecidos como *animês*, que surgiram a partir da longa tradição dos quadrinhos orientais, que se modernizaram bastante no período pós-Segunda Guerra Mundial (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013. p. 59).

Até a década de 50, as animações japonesas eram conhecidas no Japão como *dogã*, termo que significa “imagem em movimento”. A



nomenclatura *animê* foi adotada posteriormente como uma derivação do termo inglês *animation*, e passou a significar os desenhos animados japoneses (SATO, 2005, p. 32).

Em termos gerais, *animês* e *mangás* são direcionados a públicos específicos, de acordo com alguns critérios como gênero e idade, conforme apontam Albuquerque e Cortez (2013, p. 56).

Em linhas gerais, os critérios empregados no Japão combinam três aspectos fundamentais na composição dos gêneros: 1) o sexo (masculino ou feminino); 2) a faixa etária; 3) a temática central da narrativa (terror, comédia, ficção, fantasia, horror, dentre outros). Assim, como há produções direcionadas aos jovens do sexo masculino, ou seja, do gênero shounen, também há produções destinadas ao público adolescente feminino com as produções do gênero shoujo. Outros gêneros tais como o josei (temática voltada para a mulher adulta), Yaoi (temática homossexual masculina) e o kodomomo (temática para o público infantil) e o hentai (o que seria equivalente ao pornográfico) dentre muitos outros gêneros e sub-gêneros permite a indústria atender os mais variados tipos de públicos.

Como podemos perceber, dentro das produções de *animês*, existe em tese, uma destinação dirigida aos diferentes tipos de públicos, ou seja, existem produções direcionadas ao público masculino, produções direcionadas ao público feminino, produções direcionadas ao público infantil etc.

Segundo Luyten (2000, p. 121), após a Segunda Guerra Mundial, o Japão, que estava em período de reconstrução, buscou impregnar em seu povo um discurso de esperança, autoestima e reconstrução, o que repercutia diretamente na modernização e na produção dos *animês*, e de uma política mais voltada à abertura do seu mercado cultural a outros países. Nessa mesma época, nos anos 50, a televisão se tornava popular no Japão, se convertendo em importante instrumento de divulgação dos *animês*. O primeiro *animê* em cores que deu início à serialização e produção em grande escala das animações japonesas foi o longa-metragem *A história de Hakujaden*, também conhecida como *A Lenda da Serpente Branca*. (WAGNER, 2008, p. 55).

Logo abaixo, podemos ver o pôster japonês de *Hakujaden*, inspirada em um conto popular chinês. Assisti esse *animê* durante a produção da presente dissertação, e em minha percepção, a animação me lembrou bastante a dos estúdios *Disney*, em suas clássicas adaptações de contos de fadas. Na história de *Hakujaden*, o jovem rapaz Xun Xian, que tinha uma pequena cobra de

estimação é forçado pelos pais a abandoná-la. No entanto, a cobra era na verdade um espírito mágico e em uma noite de tempestade a pequena cobra se transforma em uma bela jovem chamada Bai Niang, que acaba se apaixonando por Xun. Toda a narrativa se desenrola a partir da jornada desse casal para ficarem juntos.

**Figura 4** – Pôster japonês original de *Hakujaden*.



Fonte: Disponível em <http://fenix-no-sekai.blogspot.com>

No que tange às animações japonesas posteriores à *Lenda da Serpente Branca*, cumpre ressaltar a importância do nome Osamu Tezuka no período da industrialização dos *animês*, uma vez que é apontado por muitos autores como um dos maiores nomes por trás da disseminação e modernização das animações japonesas.

Apelidado como o “*deus dos mangás*” Tezuka foi um dos mais importantes autores e produtores de *animê* da história do Japão, sendo também um dos grandes responsáveis pela popularização dos *animês* em outros países. (SATO, 2005, p. 36).

Sob o pioneirismo de Tezuka, os *animês* passam a ser exportados a partir do ano de 1964.

A partir de 1964, os *animês* japoneses passam a serem exportados para os Estados Unidos e para a Europa. Em 1965 Tezuka lança sua primeira produção em cores – *Jungle Taitei* (Kimba, o Leão Branco), baseado em *mangá* produzido anteriormente, neste período a produtora japonesa processou os autores do filme Rei Leão porque o considerou um plágio de Kimba. Tezuka trouxe muitas inovações através de sua produção, tratando de temas complexos, de conteúdo erótico, e outros. No entanto, “um de seus temas prediletos – [foi] o ciclo de nascimento, vida, morte e reencarnação, além de uma grande preocupação com a ecologia e a relação humanidade-tecnologia. (WAGNER, 2008, p. 56).

Boa parte dos temas abordados por Tezuka nos *animês* eram frutos diretos do seu trabalho com *mangás*, e demonstravam em muitos aspectos os caminhos pelos quais os *animês* posteriores iriam seguir, tanto em questões de temática, quanto de linguística e estética, como afirmam Albuquerque e Cortez (2013, p. 59):

Essas convenções sedimentadas nos *mangás* formaram os moldes pelos quais os *animês* se caracterizam atualmente. A divisão das histórias em vários capítulos (do mesmo modo que as nossas telenovelas) bem como quase todas as características linguísticas, temáticas e estéticas desenvolvidas para o *mangá* foram posteriormente incorporadas ao *animê*.

Foi por volta da década de 80 que as animações japonesas atingiram seu ápice no Japão, com a expansão do mercado de *animês*, fazendo com que, só na cidade de Tóquio, mais de dez mil animadores se concentrassem. (SATO, 2005, p. 37).

No âmbito brasileiro, a exibição de *animês* começou por volta do final da década de 60 em canais de televisão, sendo que *O Oitavo Homem*, foi, provavelmente, o primeiro *animê* a ser exibido no Brasil pela TV Globo, que passou a exibir também outros títulos como *Speed Racer* (PEREIRA, 2013, p. 27). A partir desse momento e nas décadas posteriores, seriados e outras produções japonesas passaram a compor com frequência relativamente maior, a programação da televisão brasileira.

A consolidação e popularização definitiva das animações japonesas no Brasil se deram nos anos 90, principalmente a partir da exibição da série animada *Os Cavaleiros do Zodíaco*, que embora não tenha sido o primeiro artefato cultural midiático do gênero a ingressar na plataforma televisiva

nacional, ajudou na consolidação dos *animês* na televisão dos brasileiros. (MONTE, 2010).

Nesse período, outro artefato cultural do *pop japonês* já detinha certo espaço na televisão, eram os filmes e séries com pessoas reais (*live-action*) em fantasias de heróis e monstros, gênero batizado de *tokusatsu*<sup>8</sup>. Na Rede Manchete, títulos como *Kamen Rider* e *Jiban* já eram exibidos.

Segundo Nagado (2007, p.120), o termo *tokusatsu* é utilizado para designar “efeitos especiais” e, na prática, compreendiam os filmes e séries como: *Godzilla*, *Jaspion* e afins. O primeiro *tokusatsu* a ser visto no Brasil foi *National Kid* em 1960, e assim como os *animês*, os *tokusatus*, foram ganhando seu espaço na televisão.

Nesses sessenta anos de TV brasileira, foram exibidos seriados *tokusatsu* de sucesso. *National Kid* talvez tenha sido o primeiro *tokusatsu* transmitido no Brasil, em 1964, pela Rede Record. Outro seriado deste gênero, veiculado ainda durante a década de 1960, foi *Ultraman*, pela TV Bandeirantes. Além desses, *Jiraiya*, *Sharivan*, *Jaspion* (Figura 7), *Patrine*, *Kamen Rider*, *Changeman* (Figura 8), *Flashman*, entre outros, são todos *tokusatsu* que foram exibidos após a década de 1980 e cativaram numerosos telespectadores brasileiros. (PEREIRA, 2013, p. 29)

Na mesma esteira, Krystal Urbano (2017) afirma que ainda que os anos 80 tenham sido considerados um período importante para as animações japonesas e para os *tokusatsu*, uma grande expansão do *animê* e da “mania japonesa” em terras brasileiras aconteceu nos anos de 1990 com exibições na TV de *animês* como *Saint Seiya*.

Embora o final da década de 1980 seja considerado a “Era de Ouro” dos animes e *tokusatus* na TV brasileira, com as exibições da TV Manchete e em outras emissoras, é só na década de 1990, com a televisão já consolidada como principal meio de comunicação de massa no país, juntamente com a expansão da TV a cabo é que se dá o grande boom dos animes na mídia brasileira com *Saint Seiya*, *Dragon Ball* e *Pokémon*, dentre outras produções que se tornaram *manias nacionais*. (URBANO, 2017, p.2).

Tais interlocuções culturais proporcionaram, segundo Albuquerque e Cortez (2013, p. 61) uma “avidez crescente do público brasileiro por esse tipo de programação”, e essa disseminação dos *animês* no Brasil contribuiu para a

---

<sup>8</sup>*Tokusatsu* significa basicamente efeitos especiais, e se refere ao gênero televisivo de séries e filmes no qual, pessoas se vestem de super-heróis extravagantes e monstros gigantes. (NAGADO, 2007, p.10).

divulgação a cultura japonesa, o que ajudou na circulação de expressões como *pop japonês*.

A expressão *pop japonês* em um primeiro momento parece guardar certa relação com a concepção de arte pop, movimento cultural surgido nas décadas de 50 e 60 do século XX, que possuía como principais arcabouços as questões políticas, artísticas e midiáticas relacionadas à imagem e ao consumo. Para os estudiosos e críticos da arte pop, esse novo tipo de arte que nascia necessitava desafiar padrões sistêmicos já consolidados para aproximar a arte da vida. (MCCARTHY, 2002).

No entanto, ao abordar a concepção de *pop japonês*, buscamos alinhamento com o entendimento de autoras como Sônia Luyten (2000) e Cristiane Sato (2007), que são reconhecidas na literatura brasileira como importantes pesquisadoras dos efeitos do consumo cultural de produtos midiáticos japoneses no ambiente brasileiro, como *animês* e *mangás*. (ALBUQUERQUE; CORTEZ 2013, p. 56). As autoras entendem como cultura *pop japonesa* os artefatos culturais midiáticos, oriundos da cultura nipônica, divulgados e consumidos a partir de processos relacionados à globalização.

Conforme já mencionado anteriormente, após o fim da Segunda Guerra Mundial o Japão buscou adotar um novo sistema comercial no sentido de promover exportação e divulgação de seus produtos culturais como *animês*, *mangás*, filmes e músicas, passando a se destacar no contexto internacional, ganhando popularidade nos demais países do ocidente.

De tal modo, quando falamos de cultura *pop japonesa* objetivamos destacar, assim como faz Sato (2007), os artefatos midiáticos culturais japoneses geradores de sentido, difundidos e consumidos pelo mundo através das novas tecnologias de comunicação e informação.

Deste modo, considero a cultura pop nipônica os produtos comerciais e artefatos visuais que se utilizam de aspectos contemporâneos midiáticos e tecnológicos como forma de propagação ao mesmo tempo em que contém e transmitem informações de seu lugar/cultura de origem. (SATO, 2007, p. 25).

Pereira (2013), em sua pesquisa sobre a construção de identidades e subjetividades em campeonatos *cosplay*<sup>9</sup>, também se debruçou na busca de

---

<sup>9</sup> Segundo Nagado (2007, p. 8), *cosplay* é a arte de se vestir e interpretar personagens de *animês*, games ou histórias em quadrinhos.

uma concepção de cultura *pop japonesa*, que em muitos aspectos, teve como base o conceito trazido por Sato (2007). No entanto, de forma mais ampla, Pereira (2013) entende o *pop japonês*, não só como artefato cultural e sua forma de propagação, mas também como, modo pelo qual, tal artefato é recepcionado e subjetivado.

Acredito serem os conteúdos e as informações transmitidos pelos artefatos da cultura pop nipônica interpretações, reinterpretações e releituras produzidas por nossas próprias construções subjetivas. Além disso, não podemos esquecer as formas como essas mensagens são difundidas e chegam até nós e que são muitos os percursos e processos de adaptação. (PEREIRA, 2013, p. 25).

Sem entrar muito no mérito dos efeitos que essas produções geram, já que esse tema será tratado posteriormente, ressaltamos que foi justamente o interesse do público brasileiro pelos *animês*, *mangás* e outros produtos culturais japoneses que deram origem à difusão dos eventos e convenções de *animês* no Brasil na década de 1990, concebidos como locais e espaços onde fãs de *mangás*, *animês* entre outros produtos midiáticos japoneses poderiam se encontrar e compartilhar dos seus interesses em comum. (URBANO, 2017, p. 5). Assim, fazendo um paralelo entre a presença dos *animês* no Brasil e a divulgação do *pop japonês*, trazemos à discussão o papel que o *animê Saint Seiya*, conhecido popularmente como *Os Cavaleiros do Zodíaco*, desempenhou na disseminação do consumo cultural do *pop japonês*. O *animê* chegou ao Brasil no ano de 1994, e foi exibido inicialmente pela extinta Rede Manchete, e posteriormente, por outros canais de televisão.

Segundo Sato (2007), *Os Cavaleiros do Zodíaco* foram os grandes responsáveis para a entrada mais sólida de *animês* e *mangás* no Brasil, cuja a “febre” provocada, auxiliou na abertura de portas do território nacional para uma maior circulação de produtos midiáticos japoneses, e em principalmente das animações japonesas. *Para a pesquisadora*, a exibição de *Cavaleiros do Zodíaco* ajudou a dar um fôlego a mais na já desgasta Rede Manchete, elevando um pouco a baixa audiência.

A Manchete, que na época já se encontrava em dificuldades financeiras e cuja programação dificilmente saía do traço nos índices de audiência (valor inferior a 1 ponto), no horário de exibição dos *Cavaleiros* via os números saltarem para 7 pontos percentuais, que chegaram a 13 pontos no pico de popularidade da série. (SATO, 2007, p. 35).

Tais fatos fizeram surgir uma maior procura por outras animações japonesas. Segundo Nagado (2007, p. 73), *Os Cavaleiros do Zodíaco*, foram responsáveis também por impulsionar a circulação de revistas especializadas em heróis japoneses, como é o caso da revista *Herói*.

A presença de *Cavaleiros do Zodíaco* na televisão brasileira e a boa aceitação do público também foi matéria em revistas e jornais populares da época. Em seu ano de estreia, o desenho japonês dos cavaleiros foi assunto da *Veja*. A matéria abordava os índices da audiência e a grande investida na venda de bonecos da franquia naquele ano de 1994 (Revista *Veja*, edição 1366 de 16 de novembro de 1994).<sup>10</sup>

Em 1995, novamente *Os Cavaleiros do Zodíaco* ganhavam espaço na *Veja*, agora com a estreia nacional do filme *Os Cavaleiros do Zodíaco: A lenda dos defensores de Athena*, divulgado na ocasião como *Os Cavaleiros do Zodíaco* – O filme, cujo sucesso levou-o a ser exibido em 209 salas de cinema, um recorde na época. A Matéria também evidenciava também a grande demanda por produtos oriundo da série, destacando a venda de 800.000 (oitocentos mil) bonecos até aquele momento. (Revista *Veja*, edição 1402 de 19 de julho de 1995).<sup>11</sup>

Sergio Peixoto, produtor da revista *Animax*<sup>12</sup>, em entrevista concedida no documentário “CDZ – A Força do Pégaso no Brasil”<sup>13</sup> afirma que Cavaleiros do Zodíaco possui papel de relevância no ambiente televisivo brasileiro, o que acaba por repercutir em campos comportamentais e sociais.

Cavaleiros do Zodíaco entrou para a história do Brasil. Não digo é claro que entrou para a história como Duque de Caxias ou Dom Pedro entraram, certo? Mas em termos sociais, em termos comportamentais e até em termos econômicos, Cavaleiros fez muita diferença pro Brasil, tanto que, não tem jeito, nós somos obrigados a definir o *animê* e o *mangá* no Brasil em “AC” e “DC”, antes de Cavaleiros e depois de Cavaleiros. (PEIXOTO, 2013).

Tendo em vista a importância atribuída a *Cavaleiros do Zodíaco*, no que tange a popularização dos *animês* no Brasil, passamos neste ponto a apontar

<sup>10</sup> SAINDO do inferno astral. *Veja*, São Paulo, 16 de nov. 1994, ano 27, n. 48: [s.p].

<sup>11</sup> ZEUS é japonês. *Veja*, São Paulo, 19 de jul. 1995, Cinema. p. 96-97.

<sup>12</sup> Um das primeiras revistas especializadas em matérias sobre *animês* no Brasil.

<sup>13</sup> PEIXOTO, Sergio. CDZ – A Força do Pégaso no Brasil. YouTube, 2013. Entrevista concedida a André Nascimento. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hLb6pG8br88>>. Acesso em 4 de out. 2020.

algumas das principais características da presente animação em termos de produção e narrativa.

De autoria de Masami Kurumada, e produzido pela produtora japonesa de animação *Toei Animation*, *Os Cavaleiros do Zodíaco* chegaram ao Brasil no ano de 1994, e foram exibidos inicialmente pela extinta Rede Manchete de televisão. A narrativa de *Saint Seiya* gira em torno dos cavaleiros que protegem da deusa grega *Athena*, jovens heróis que combatiam sem armas, usando armaduras simbolizadas por constelações. Seu grande poder era proveniente do controle de seus cosmos, descrito na série como a força criadora do universo, que originou o *Big Bang*. Logo abaixo podemos ver uma ilustração de alguns dos principais personagens dos *Cavaleiros do Zodíaco*.

**Figura 5** – Ilustração de Saori Kido (reencarnação da deusa *Athena*) e de seus cavaleiros.



Fonte: <http://legiaodosherois.com.br>

Na imagem, podemos observar alguns dos cavaleiros que entrelaçam a narrativa d' *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Bem no meio da ilustração, se encontra a jovem de cabelos roxos, Saori Kido, descrita como a reencarnação da deusa grega *Athena*. Do lado esquerdo, temos os 12 cavaleiros de ouro de *Athena*, vestindo suas armaduras douradas, que representam os 12 signos do zodíaco



ocidental. Do lado direito, temos os 5 jovens cavaleiros de bronze e também protagonistas da série: Seiya de Pégaso<sup>14</sup>, personagem que dá nome à série *Saint Seiya*, com armadura branca e tons de roupa vermelha; Shiryu de Dragão, com sua armadura verde em tons de roupa roxa, possuindo longos cabelos escuros; Ikki de *Fênix*<sup>15</sup>, com cabelos azuis; seu irmão mais novo, Shun de *Andrômeda*<sup>16</sup>, caracterizado por seus traços mais femininos, cabelos verdes e armadura rosa; e Hyoga de Cisne com armadura branca, olhos azuis e cabelos loiros, sendo este, o único dos protagonistas que não é japonês. Salvo algumas exceções, os cavaleiros de *Athena* não podem combater usando armas, por este motivo os cavaleiros utilizam a força de seus cosmos para derrotar seus inimigos.

É interessante observar que mesmo sendo um produto cultural japonês, *Cavaleiros do Zodíaco* articula elementos de diferentes culturas, como a própria mitologia grega, chinesa, entre outras. Tais questões nos remetem aos processos inerentes à hibridização que acompanham as identidades, pelo qual podem ser percebidas enquanto pertencentes a processos híbridos, e em constante desenvolvimento, desconjuntando assim, a ideia de identidades fixas, com características puras e elementos culturais rígidos. (HALL, 2006; BHABHA, 1998). *Os Cavaleiros do Zodíaco*, enquanto produção cultural midiática passa alguma das características dos processos de hibridização, na medida em que a série se utiliza de elementos culturais variados.

Na história de *Cavaleiros do Zodíaco*, é descrito que a deusa grega *Athena* renasce a cada 200 anos, sob a forma humana, e sua principal missão é proteger a humanidade e o planeta terra, que vive constantemente ameaçado por outras divindades como *Hades*<sup>17</sup> e *Poseidon*<sup>18</sup>. A missão de um cavaleiro de *Athena* consiste justamente em lutar em favor da deusa e protegê-la.

O primeiro episódio da série se chama *Lendas de Uma Nova Era*, e faz uma breve introdução acerca do que o *animê* abordará em sua história.

---

<sup>14</sup> *Pegasus* ou Pégaso, como é descrito na série, é o cavalo alado com asas oriundo da mitologia grega. (BRANDÃO, 1993, p. 240).

<sup>15</sup> Segundo Luyten (2000, p. 127), *Fênix* é uma ave mitológica imortal, capaz renascer das próprias cinzas.

<sup>16</sup> *Andrômeda* é descrita na mitologia grega, como a princesa que fora amarrada por correntes a um rochedo, para servir de sacrifício a um monstro marinho (WAGNER, 2008, p.68).

<sup>17</sup> *Hades* é descrito na mitologia grega como o deus do submundo. (BRANDÃO, 1993, p. 334).

<sup>18</sup> *Poseidon* é descrito na mitologia grega como o deus dos mares e do oceano. (BRANDÃO, 1993, p. 334).

A Lenda nos diz que os Cavaleiros sempre aparecem quando as forças do mal tentam apoderar-se do mundo. Numa era longínqua, existia um grupo de jovens que protegiam Athena, a Deusa da Guerra. Eram chamados de 'Os Cavaleiros de Athena' e sempre combatiam sem armas. Conta-se que com um movimento de mão eles eram capazes de rasgar o céu. E que com apenas um chute abriam fendas na terra. Hoje, um novo grupo de Cavaleiros, com o mesmo poder e idêntica coragem, chegou à Terra.<sup>19</sup>

Assim começa o primeiro episódio do *animê*, que narra a história de guerreiros guiados por constelações, em sua missão de lutar pela justiça e em favor da deusa *Athena*.

Segundo o enredo, *Athena* possui ao todo 88 cavaleiros, que estão divididos em uma escala hierárquica: Cavaleiros de Bronze, Cavaleiros de Prata e os Cavaleiros de Ouro, sendo estes últimos, os guerreiros mais fortes do exército da deusa da guerra. Para se tornarem cavaleiros, vários jovens se submetiam a rigorosos treinamentos a fim de despertar seus cosmos e então conseguir suas armaduras, sendo elas o símbolo máximo de que haviam se tornado cavaleiros de *Athena*.

A história tem por foco principal os cinco jovens órfãos que são enviados a diferentes partes do mundo, a fim de treinarem e se tornarem cavaleiros de Bronze. Enquanto caminham em suas jornadas rumo ao aperfeiçoamento como guerreiros de *Athena*, os personagens principais (Seiya de *Pégaso*, Shiryu de *Dragão*, Shun de *Andrômeda*, Hyoga de *Cisne* e Ikki de *Fênix*) vão desenvolvendo um forte senso de justiça e amizade, conforme crescem como cavaleiros.

Quando eu era criança, alguns dos elementos que mais me chamavam a atenção eram relacionados à vivacidade das armaduras dos personagens, e a questão de que essas proteções representavam constelações e figuras mitológicas, logo, a armadura poderia possuir, por exemplo, características da princesa acorrentada *Andrômeda*, como é o caso da armadura protetora do personagem Shun, ou do cavalo alado *Pégaso* simbolizado na armadura e constelação protetora do protagonista Seiya. Assim como as armaduras, os próprios cavaleiros tinham poderes, personalidades e aparências similares as das figuras as quais suas armaduras faziam referência, como é o caso do cavaleiro Ikki, que sempre voltava à vida quando se encontrava aparentemente

---

<sup>19</sup> Narrativa introdutória extraída do primeiro episódio de *Os Cavaleiros do Zodíaco*.

morto, e assim como a ave mitológica *Fênix*, “renascia das cinzas”. Também podemos citar Shun, que detinha feições e traços aparentemente andrógenos, o que o aproximavam à uma figura feminina, sustentada também pela sua armadura e constelação. A personalidade pacífica e serena de Shun e sua aparência delicada, demonstrava-se como um padrão atrativo para as garotas, conforme se verifica na narrativa do desenho, algo constatado durante a primeira luta de Shun no *animê*, realizada no torneio galáctico<sup>20</sup>, em que as jovens da plateia gritavam eufóricas “Eu te amo Shun”, “Você é o mais gato”. Cumpre observar que o padrão de homem sensível e com traços e feições delicadas, costuma ser explorado em diferentes *animês*, como um tipo masculino atrativo ao público feminino japonês.

Outro ponto de Cavaleiros do Zodíaco que me atraía e me fazia querer ser um guerreiro de *Athena*, era a capacidade que os cavaleiros tinham de superar obstáculos, mesmo diante de situações bem difíceis, como é o caso do arco das 12 casas, no qual os 5 cavaleiros de bronze tiveram que entrar em confronto com os cavaleiros de ouro, até então ludibriados pelo vilão, Saga de Gêmeos. Nesse micro arco, os guerreiros de bronze devem subir as 12 casas do zodíaco no santuário de *Athena*, encarando cada um dos cavaleiros de suas respectivas casas zodiacais. Ao subirem todas as casas, os cavaleiros de bronze poderiam ter acesso ao escudo de *Athena*, item capaz de salvar Saori Kido, que se encontrava entre a vida e a morte. Nesta saga, os protagonistas vão enfrentando um por um os cavaleiros de ouro, derrotando os oponentes com extrema dificuldade. Quando eu era criança, achava incrível as histórias dos cavaleiros, e sua aptidão para encarar e vencer qualquer adversidade.

Diante de todos os elementos que me encantavam no seriado em questão, é oportuno apontar também o papel ocupado pelas aberturas musicais de *Cavaleiros do Zodíaco*, bem como as demais trilhas sonoras que compõe a animação japonesa.

As aberturas de *animê* no geral consistem em apresentações musicais prévias à exibição da série, e funcionam como um pano introdutório à narrativa que seguirá, sendo essas compostas basicamente por cenas do *animê* e uma

---

<sup>20</sup> Uma das primeiras sub-sagas do *animê* foi a do torneio galáctico, no qual os cavaleiros de bronze se enfrentavam, sob olhares de uma plateia, o prêmio seria a armadura de ouro de sagitário.

trilha musical, o que, em minha perspectiva, fazem das aberturas semelhantes a videoclipes. Os Cavaleiros do Zodíaco em especial, possui algumas aberturas marcantes, que representam pontos importantes dentro da história. Por essas e outras razões, selecionamos algumas das principais aberturas do seriado, de modo a tentarmos extrair alguns dos sentidos contidos em sua linguagem.

Provavelmente, a abertura mais popular do *animê* Os Cavaleiros do Zodíaco é a que tem por tema a musica *Pegasus Fantasy*, de autoria de Hiroaki Matsuzawa, interpretada no Brasil por Edu Falaschi, ex vocalista das bandas brasileiras de *Heavy Metal Angra e Almah*. A título de curiosidade, durante a edição de 2013 do *Rock in Rio*, Edu Falaschi se apresentava com sua até então banda *Almah*, e durante o concerto acabou se deparando com o inusitado pedido de parte do público, gritando em alto e bom som “*Saint Seiya*”, em referência a abertura *Pegasus Fantasy*. Edu Falaschi nessa ocasião acabou cedendo aos pedidos dos fãs, cantando então, um trecho da referida musica de abertura.<sup>21</sup>

Destacamos a seguir a letra de *Pegasus Fantasy*, em sua versão brasileira:

Faça elevar  
o cosmo no seu coração,  
todo o mal combater, despertar o poder,  
Sua constelação  
sempre irá te proteger,  
supera a dor e, dá forças pra lutar.  
Pegasus fantasy,  
desejos a realizar,  
Pois, as asas de um coração sonhador  
ninguém irá roubar.  
Saint Seiya, guerreiro das estrelas,  
Saint Seiya, nada a temer.  
Saint Seiya, unidos por sua força,  
Saint Seiya, Pégasus, até vencer!

(Pegasus Fantasy - Os Cavaleiros do Zodíaco)

Podemos observar algumas questões interessantes já no começo da musica, através da análise do fragmento: “faça elevar o cosmo no seu coração, todo mal combater despertar o poder”. É possível perceber, em termos de sentido, a necessidade apresentada na letra em elevar o poder do coração,

<sup>21</sup> MONERATH, Matheus. Edu Falaschi – Rock in Rio – Pegasus Fantasy Cavaleiros do Zodíaco, 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vMtmZ1pi8OA>>. Acesso em 4 de Fev. 2022.

para combater todo o mal existente, em um movimento ascendente. O “mal” é aquilo que deve ser combatido, e “bom” é aquilo que somos quando combatemos o “mal”.

*Pegasus Fantasy* trabalha como um convite ao telespectador, no sentido de que deve despertar sua força interior, aqui simbolizada pelo “cosmo”. O cosmo é capaz de romper todo o mal, e esse mal deve ser enfrentado com todo “poder”. Mas não estamos sozinhos nesta batalha, pois, assim como Seiya e os outros cavaleiros, temos nossas “constelações” que nos ajudam a “superar qualquer dor” e a ter “forças para lutar”.

Acreditamos que *Pegasus Fantasy* se refere ao desejo que não morre, desejo de romper barreiras e voar mais alto. Essa vontade de voar é alimentada por um coração sonhador, e assim como é descrito na canção, “as asas de um coração sonhador ninguém irá roubar”. A melodia que acompanha a letra cantada de *Pegasus Fantasy* é rápida e vibrante, algo próprio das batidas que caracterizam os estilos musicais de Hard Rock e Heavy Metal. A nosso ver, a parte melódica combina bem como a letra da musica, o que traduz em uma abertura de *animê* vibrante.

Outra abertura de *Saint Seiya* que acreditamos merecer espaço nas discussões é *Soldier Dream*, de autoria de Hironobu Kageyama, traduzida como “Sonho de Guerreiro” ou “Sonho do Soldado”. A referida musica funcionou como a abertura das sagas de *Asgard* e *Posseidon*, e sua letra pode ser verificada a seguir:

Lutar e brilhar  
 como um guerreiro.  
 Situar, persistir,  
 superar qualquer barreira.  
 Encarar sem temor  
 seu destino  
 e será um vencedor  
 com a luz que te guiar.  
 Os perigos enfrentar.  
 O seu cosmo elevar.  
 E a vitória irá chegar,  
 com o amanhã!  
 Saint Seiya,  
 o coração que pode alcançar  
 a chama que acende a esperança  
 Saint Seiya, as suas asas no céu vão abrir  
 e os corações novamente irão sorrir.

(Soldier Dream – Os Cavaleiros do Zodíaco)

Não tão diferentes de *Pegasus Fantasy*, *Soldier Dream* convoca o interlocutor a “lutar e brilhar como um guerreiro”. Logo, ser guerreiro é uma qualidade que deve ser cultivada. A música faz crer que é preciso “persistir” e superar qualquer obstáculo, seja ele menor ou maior. A abertura também faz uma referência as asas do *pegasus* e a esperança da vitória, quando afirma que a chama ascendida fará a esperança arder novamente, como as asas de um *pegasus*, capaz de fazer os corações voltarem a sorrir. Assim, mesmo os corações que deixem de sorrir, poderão encontrar a felicidade e sorrir de novo.

Para Wagner (2008, p.74), ao escutarem ou cantarem aberturas como *Pegasus Fantasy* ou *Soldier Dream*, os interlocutores de *Cavaleiros do Zodíaco* “são interpelados continuamente pelas mensagens que os estimulam a lutar contra o mal, superar a dor, persistir, ultrapassar barreiras, encarar sem temor o destino, manter a esperança.” Acreditamos que as mensagens positivas e de superação presentes nas referidas aberturas produzem um efeito atrativo no público.

Outra abertura marcante para os fãs, principalmente, para aqueles que acompanharam a série ainda na Rede Manchete é “Cavaleiros do Zodíaco”. Diferente das outras aberturas, esta é uma versão totalmente brasileira criada para a exibição da série.

Tem sempre alguém no cosmo ajudando o cavaleiro a vencer.  
E só o vencedor pode vestir sua armadura de ouro.  
Eu sei que esse torneio vai fazer nosso universo tremer.  
Guerreiros são guerreiros nas estrelas é que está seu tesouro.

É nas constelações que a luta vai começar.  
Aqui o bem e o mal até um deles ganhar.  
Silêncio nas estrelas, um grito ecoando no ar:  
Seiya, Shiryu, Shun.

Pégasus, ajuda o teu cavaleiro.  
Gelo, dragão e os guerreiros.  
Cavaleiros do zodíaco.

Fênix, guia pro bem seu guerreiro.  
Andrômeda e o seu cavaleiro.  
Cavaleiros do zodíaco.

Na terra eles são bravos, nas estrelas é que está seu poder.  
São cinco cavaleiros combatendo sempre as forças do mal.  
Valentes, destemidos, nessa luta eles só pensam em vencer.  
São magos das estrelas, eles são os cavaleiros do astral.

É nas constelações que a luta vai começar.  
Aqui o bem e o mal até um deles ganhar.

Silêncio nas estrelas, um grito ecoando no ar:  
Ikki, Cisne.

Pégasus, ajuda o teu cavaleiro.  
Gelo, dragão e os guerreiros.  
Cavaleiros do zodíaco.

Fênix, guia pro bem seu guerreiro.  
Andrômeda e o seu cavaleiro.  
Cavaleiros do zodíaco.

Pégasus, ajuda o teu cavaleiro.  
Gelo, dragão e os guerreiros.  
Cavaleiros do zodíaco.

Fênix, guia pro bem seu guerreiro.  
Andrômeda e o seu cavaleiro.  
Cavaleiros do zodíaco.

Pégasus, ajuda o teu cavaleiro  
Gelo, dragão e os guerreiros.  
Cavaleiros do zodíaco.

Fênix, guia pro bem seu guerreiro.  
Andrômeda e o seu cavaleiro.  
Cavaleiros do zodíaco.

(Cavaleiros do Zodíaco – *Os Cavaleiros do Zodíaco*)

Essa abertura, eternizada em minha mente na primeira exibição do *animê* no Brasil pela rede Manchete, parecia funcionar como uma apresentação dos guerreiros de bronze, uma vez que, diferente das outras, tinha o foco em todos os cavaleiros protagonistas da série, e não somente em Seiya de *Pégaso*. Também ilustra um pouco o papel das constelações protetoras dos cavaleiros.

Além destas, a série possui outras aberturas marcantes como *Pelo Mundo*, e encerramentos musicais interessantes como *Blue Dream* e *My Dear*. As demais trilhas sonoras presentes na narrativa também são elementos importantes, ambientando os personagens em meio a suas dramaticidades, ou inserindo o interlocutor em momentos de batalha ou de calma. Ao que nos parece, a trilha sonora da animação casa com a personalidade de cada um dos personagens e de seu estado de espírito, e isso era contrastado de forma homogênea com o enquadramento e dramaticidade da série.

*Os Cavaleiros do Zodíaco* possui em sua narrativa uma grande variedade de elementos de fácil compreensão, e toca em temas sensíveis e universais, ao mesmo tempo, simples. Segundo Wagner (2008), são

justamente alguns desses elementos presentes no *seriado* que levaram o *animê* a impregnar no imaginário popular daquela época:

*Os Cavaleiros do Zodíaco* estão organizados a partir de três grandes sagas, baseadas em mitologias universais, que foram tomadas como base para a criação e a estruturação desse épico fantástico. Esta obra apresentou ao mundo uma produção de mídia híbrida, com fácil compreensão, enredo emocionante, episódios integrados e interdependentes que cativou um público fiel (WAGNER, 2008, p. 61).

Desse modo, os variados elementos presentes na saga dos *Cavaleiros do Zodíaco*, envoltos de uma narrativa emocionante eram pontos-chave desta animação, o que lhe caracteriza como pertencente ao gênero de *animês shonen*, normalmente direcionadas ao público masculino adolescente ou pré-adolescente conforme aponta Venancio (2012) em sua pesquisa sobre a poética nas lutas presentes no *animê*:

É interessante colocar *Cavaleiros do Zodíaco* enquanto membro de um determinado gênero: o *shonen*. O foco dos *mangás* e animes *shonen*, estilo japonês de história direcionada a um público masculino pré-adolescente e adolescente, está na ordem do *high action*, que mistura lutas, comicidade e apelo sexual leve, enquanto analogia da formação do jovem dentro da sociedade. (p. 3).

Segundo Venancio (2012), *Os Cavaleiros do Zodíaco*, tal como todas as produções animadas do gênero *shonen*, utiliza da identificação psíquica que provoca nos jovens. Ressalta-se como exemplo a característica dos protagonistas específicos desta série, que, embora tenham corpos musculosos e bem desenvolvidos, não possuem idade superior a 15 anos, assim como a faixa etária do público-alvo do *animê*.

Todo esse arcabouço de lutas, símbolos, e artefatos presentes em *Os Cavaleiros do Zodíaco* e em outras animações japonesas constituem, segundo Luyten (2000. p. 29), o segredo da aceitação dos *animês* no mercado internacional, uma vez que tais produções mobilizam temas universais em sua narrativa, como, por exemplo, esforço, amizade, coragem, vitória, amor, lealdade, crenças, mitos e heróis, elementos estes que são assimilados facilmente por jovens, seja qual for a nacionalidade a que pertençam.

Acreditamos que a variedade de elementos simbólicos e performáticos presentes nessa animação, bem como as diferentes temáticas mobilizadas em *Saint Seiya*, tenham sido alguns dos fatores importantes para o seu sucesso



em terras tupiniquim, e essa popularidade foi sentida na sociedade brasileira de forma palpável, conforme apontam Brito e Andrade (2017, p. 3),

Muito dos grandes meios de comunicação e entretenimento nessa época girava em torno do grande sucesso dos cavaleiros: jornais, revistas, brinquedos e tantos outros elementos da cultura *pop*. Um fenômeno de audiência nacional acontecia por causa de um produto até então visto como coisa para crianças. O oposto, no entanto, parecia acontecer: embora fosse observada pelo relativo teor de violência e pelos golpes estetizados de seus personagens, a série também era marcada pelo discurso ético, bem como por uma ampla gama de questões ligadas à amizade e afetos.

Tais reflexos também foram sentidos no ambiente brasileiro de comércio de produtos, com a circulação e venda de revistas, álbuns de figurinhas e bonecos dos personagens, vendidos na época a preços elevados, pois eram objeto de desejo de crianças nos anos 90, o que é ressaltado por Pereira (2013, p. 23):

O sucesso de Cavaleiros impulsionou a venda de bonecos, doces com imagens dos personagens, postais, álbuns de figurinhas e uma gama de produtos para colecionadores pais afora, dando início à conquista de crianças e jovens por *mangás* e *animês* e pela cultura pop japonesa em geral.

Foi justamente em meados de 1994 que se deu início à publicação da Revista *Herói*, que se tornou conhecida no Brasil como o principal veículo de transmissão de informações sobre séries, desenhos e super-heróis, no qual os cavaleiros de *Athena* constantemente apareciam em suas matérias de capa. (PEREIRA, 2013, p. 21).

Em sua primeira edição, a revista *Herói* trazia em sua capa o personagem Seiya de *Pégaso*, e referenciava o desenho animado japonês como o mais “quente da TV”.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> EDITORIAL. *Herói*, São Paulo, 1994. Acme/Nova Sampa, n.1: 03[s.d.].

**Figura 6**—Seiya de Pégaso na capa da primeira edição da revista *Heróis*, 1994.



Fonte: <https://www.cavzodiaco.com.br/>

A primeira edição da revista *Herói* trazia o protagonista Seiya de Pégaso usando a primeira versão de sua armadura para a animação, em uma de suas poses mais simbólicas, prestes a deferir o seu mais famoso golpe “Meteoro de Pégaso”. Em suas costas, podemos ver um céu estrelado, simbolizando a constelação, lembrando o cavalo alado *Pégaso*, constelação protetora do protagonista. Na parte de baixo se encontra a descrição “Os Cavaleiros do Zodíaco: todos os segredos do desenho mais quente da TV” fazendo entender, que, naquele momento em específico, o *animê* representava um dos desenhos mais populares do ambiente televisivo brasileiro.

O termo “desenho” utilizado na revista *Herói* é condizente com a época, uma vez que só entre o final dos anos 90 e o início dos anos 2000, é que o termo *animê* começou de fato a ser usado de forma mais comum para designar tais produções, sendo que, até então o termo mais comum para se referir às

animações japonesas eram realmente “desenhos” ou “desenhos animados”, assim como para as demais produções estadunidenses.

Percebeu-se que, a partir da presença de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, outras produções animadas japonesas começaram a ganhar lugar na Rede Manchete e nas demais redes de televisão.

Pereira (2013) aponta que

Após a transmissão da primeira saga de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, a presença de *animês* em muitos canais televisivos brasileiros tornou-se uma constante. Este seriado, inclusive, foi reprisado inúmeras vezes e por canais diferentes. (p. 29).

A presença de *Saint Seiya* na TV Manchete e sua popularidade<sup>23</sup> abriu caminho para que a emissora exibisse outros *animês*, como *YuYu Hakusho*, *Samurais Warriors*, *Shurato*, *Super Campeões* e também *Sailor Moon* representado na figura abaixo.

**Figura 7** – Ilustração das protagonistas do *animê Sailor Moon*.



Fonte: <https://www.aficionados.com.br>

*Sailor Moon*, diferentemente de outros *animês* exibidos na TV, tinha foco no público feminino, e foi exibido no Brasil em meados de 1996 pela Rede Manchete. O *animê* abordava em sua narrativa a história de guerreiras mágicas usando roupas de colegial japonesas, cujos poderes especiais eram baseados

<sup>23</sup> Segundo Nagato (2007, p. 73), *Os Cavaleiros do Zodíaco* foram os maiores responsáveis pela explosão de *animês* no Brasil, e representou também a precursora da imprensa especializada.

e simbolizados pela lua e pelos planetas. Da esquerda para a direita, estão Saillor Mercúrio, Saillor Marte, a protagonista Serena como Saillor Moom, Saillor Jupiter, e Saillor Venus.

Outro *animê* popular na época, e também exibido pela Rede Manchete em 1996, após o início das exibições de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, foi *YuYu Hakusho*, que aborda em sua narrativa a história de um jovem de 14 anos chamado Yusuke Urameshi, descrito como um delinquente de escola, que acaba morrendo no primeiro episódio ao salvar a vida de uma criança em um atropelamento. Posteriormente, Yusuke volta à vida e se torna um detetive espiritual, se juntando eventualmente ao seu até então rival Kuwabara. No decorrer da história, dois outros inimigos se convertem em aliados, Kurama e Hiei.

Logo abaixo, podemos ver os 4 principais personagens da série: da esquerda para a direita estão o sombrio Hiei de preto, Yusuke Urameshi na parte inferior do centro, Kuwabara na parte de cima, e Kurama na direita.

**Figura 8** – Ilustração dos protagonistas do *animê YuYu Hakusho*.



Fonte: <https://www.aficionados.com.br>

No decorrer dos anos 90 para os anos 2000, emissoras como Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Rede Globo, Rede Bandeirantes e Rede Record passaram a manter em sua programação comum uma variedade maior de animações japonesas, o que abriu espaço para a exibição de *animês* como *Fly*, *Pokémon*, *Digimon*, *Dragon Ball* e *Dragon Ball Z*.

Logo abaixo, observamos uma ilustração de *Dragon Ball Z*, *animê* baseado no *mangá* homônimo. O *animê* foi exibido no Brasil inicialmente pela Rede Bandeirantes, através do programa Band Kids. Na imagem extraída da abertura do *animê*, está o personagem principal Goku, vestido com sua tradicional roupa de treinamento laranja, e seu filho Gohan, passeando em uma nuvem voadora, que só pode ser manobrada por pessoas de coração puro.

**Figura 9**—Ilustração de Goku e seu filho Gohan, do anime *Dragon Ball Z*



Fonte: <https://aminoapps.com>

A seguir podemos verificar uma ilustração de *Pokémon*, *animê* exibido pela primeira vez no Brasil através da Rede Record, pelo programa *Eliana & Alegria*, em 1999.<sup>24</sup> A narrativa de *Pokémon* aborda um mundo no qual há monstros chamados *Pokémon*, nesse mundo existem os treinadores de *Pokémon* que devem viajar o mundo capturando e treinando esses monstros para participarem de batalhas. Diferentemente dos outros *animês* citados, *Pokémon* não nasceu nas plataformas de *mangá*, mas sim no ambiente dos jogos de *poketmonster* do *Game Boy*.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> FENÔMENO *Pokémon* estreia no Brasil no horário nobre e em alta definição. DIÁRIO de PERNAMBUCO. Notícias de viver, 19 de mar. 2018. Disponível em: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2018/03/fenomeno-pokemon-estrela-no-brasil-no-horario-nobre-e-em-alta-definica.html>>. Acesso em 5 de Fev. 2022.

<sup>25</sup> *Game Boy* é um console portátil de jogos da *Nintendo*. (BEZERRA; LOPES, 2011, p. 4).

No desenho logo abaixo, podemos ver, da esquerda para a direita, os personagens e protagonistas das primeiras temporadas do desenho: Misty, especialista em *Pokémon* aquático; Ash Ketchun que sonha em se tornar um mestre *Pokémon*; logo abaixo seu inseparável *Pokémon*, Pikachu; ao lado dele está Brook, especialista em *Pokémon* de pedra; e no canto direito o *Pokémon* de fogo Charizard, em cima de uma pokebola (local onde fica armazenados os *Pokémon* aprisionados).

**Figura 10** – Ilustração do *animê Pokémon*, baseada em uma franquia de jogos de videogames portáteis com o mesmo nome.



Fonte: <https://aminoapps.com/c/dragon>

Segundo Nagado (2007, p.73), nos anos 2000 outros títulos de *animês* como *Dragon Ball Z*, *Samurai X (Rurouni Kenshin)*, *Tenchi Muyo* e *Digimon* ganharam espaço em outras redes de televisão aberta como Globo e Bandeirantes. *Animês* também tiveram lugar em canais a cabo, como o Cartoon Network.

Segundo Albuquerque e Cortez (2013, p. 58), a presença de *animês* dos anos 2000 em diante tornou-se tão grande, que o ambiente televisivo não era mais capaz de suprir a demanda por esses produtos, o que contribuiu com a comercialização de outros artigos como revistas especializadas, *DVDs*, entre

outros. O advento da internet fez surgir meios alternativos para acesso aos *animês*, gerando possibilidades como armazenamento e troca de conteúdos. A internet passou a constituir meio através do qual os espectadores poderiam ter acesso não só ao *animês*, mas também a outros produtos como *tokusatus*, *games*, *mangás*, dentre outros produtos abarcados pelo *pop midiático japonês*. (URBANO, 2017, p. 4).

Mesmo após a primeira exibição de *Os Cavaleiros do Zodíaco* no Brasil, o *animê* continuaria a ter espaço no ambiente televisivo brasileiro. *Saint Seiya* continuaria a ser reprisado por alguns canais abertos nos anos 2000, como por exemplo, a Rede Bandeirante que até 2011, além de reprisar os episódios que passavam na extinta Rede Manchete, exibia os novos episódios da saga de *Hades*.<sup>26</sup> (PEREIRA, 2013, p. 29).

Ao longo anos 2000 em diante, novas versões de *Os Cavaleiros do Zodíaco* foram criadas e comercializadas, inclusive no Brasil, conforme aponta Dutra (2014, p. 45):

Ao longo destes anos, novas versões foram criadas e continuaram a atrair novos públicos: o *mangá* considerado clássico (contendo as sagas do Santuário, de Poseidon e Hades) teve continuidade em *Next Dimension*, que até o presente momento não fora concluído; o passado já foi contado nos *mangás* *The Lost Canvas* e *The Lost Canvas Gaiden*, que relembram a guerra santa contra Hades no século XVIII, quando Dohko e Shion eram jovens cavaleiros; o *mangá Episódio G* retrata o passado recente e foca no cavaleiro Aiolia de Leão, irmão de Aiolos de Sagitário, o cavaleiro que salvara Atena da tentativa de assassinato arquitetada por Saga de Gêmeos. Há também outros títulos como *Saintia Shō*, onde a armadura de Pégaso é dada a uma guerreira mulher, uma amazona; na televisão, alguns títulos como *Asgard* e *Omega* foram exclusivos, além do já anunciado *Soul of Gold*, previsto para 2015.

Além destes produtos citados, jogos de videogame, como *Alma de Soldado*<sup>27</sup>, e *Saint Seiya Awakening*<sup>28</sup>, bem como o filme *A Lenda do Santuário* são exemplos de produtos criados a partir da série, que também ganharam

<sup>26</sup> Uma das últimas sagas originais da franquia de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, criada por Masami Kurumada como continuação direta da série. Ficou anos em hiato, tendo sua estreia no Japão em 2002 e, no Brasil, em 2006. (PEREIRA, 2013, p. 29).

<sup>27</sup> Jogo baseado em *Os Cavaleiros do Zodíaco*, com a dublagem original brasileira, desenvolvido para *Playstation 4*, *Playstation 3* e *PC*. Disponível em: <<https://jogazera.com.br/os-cavaleiros-zodiaco-alma-dos-soldados-tera-dublagem-em-portugues/>>. Acesso em 5 de fev. 2022.

<sup>28</sup> Jogo de celular no qual o jogador pode colecionar cavaleiros e montar times para batalhar. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/novos-produtos/noticias/n146449/saint-seiya-awakening-brasil-portugues-android-ios.html>> Acesso em 5 de fev. de 2022.

espaço no Brasil. Mais recentemente, um *remake*<sup>29</sup> da série clássica de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, batizado de *Knights of the Zodiac*, está disponível na plataforma de *streaming* Netflix até o corrente ano. A plataforma conta com um acervo variado de animações japonesas e adaptações cinematográficas em seu catálogo.

A crescente procura pelos *animês* e *mangás* nos anos 90 e 2000, aliada às novas práticas culturais de consumo, advindas da necessidade que os consumidores brasileiros nutriam de uma maior interação com as animações japonesas, fizeram surgir, no Brasil, os primeiros animencontros, festivais promovidos para fãs de *animês*, *mangás* e *cultura pop japonesa*, bem como a adoção e popularização do termo *otaku*, relacionado a indivíduos que vivenciam a experiência do consumo cultural dos *animês* em patamar mais intenso que os demais.

## 1.2 Cultura *Otaku*

Apontar um conceito exato do que seja o *otaku* pode se tornar um trabalho exaustivamente árduo e talvez até perigoso, visto que não existe unanimidade acerca do significado do termo. O *otaku* é constantemente associado ao *nerd*<sup>30</sup> ou mesmo ao *geek*<sup>31</sup> e, em muitos casos, seus conceitos se misturam. No âmbito brasileiro mesmo, o termo *otaku* não era popular até o final de 1990 e início de 2000.

Segundo Brito e Andrade (2017, p. 8),

É potente perceber, por exemplo, o uso de expressões tais como *otaku*, não popularizada na década de 1990, mas que ganharia, no futuro, uma dimensão conceitual cara à geração que arrogaria para si uma identidade vinculada à cultura japonesa.

Tendo em vista a dificuldade conceitual e a historicidade que acompanha questões envolvendo a utilização do termo *otaku*, propomos uma breve investigação acerca do conceito, passando assim por alguns pontos específicos.

<sup>29</sup> Termo que significa releitura ou nova adaptação. No que tange a animes, séries ou filmes, se refere a novas versões de produções clássicas.

<sup>30</sup> Normalmente, o termo é associado com pessoas introspectivas estudiosas que gostam ou apreciam ficção científica.

<sup>31</sup> É descrito como um entusiasta da cultura *pop* e questões envolvendo a tecnologia de modo genérico.



De modo a entender quem é o *otaku*, buscamos preliminarmente apontar a origem de seu significado, e assinalar a evolução do termo, bem como, evidenciar a relação do *otaku* e dos animencontros. Objetivaremos uma análise não determinista, ancorada na experiência do consumo cultural, e na relação existente entre os consumidores brasileiros e os produtos midiáticos japoneses.

O termo *otaku* surgiu no Japão na década de 70 e significa, em sua literalidade algo como “casa” ou “lar”. O termo fazia referência aos aficionados por *animês*, *mangás* ou colecionismo, que, de tão imersos em seus hobbies, acabavam por viverem enclausurados em suas casas, evitando assim o convívio social. No entanto, o termo passou a se tornar conhecido no Japão apenas após um trágico incidente, conforme aponta Azuma (2001):

Originalmente, o termo “otaku” foi usado para se referir aos adeptos de uma nova subcultura que surgia no Japão na década de 1970, mas só veio a se tornar conhecido através das mídias devido a um trágico episódio, envolvendo o seqüestro, estupro e assassinato de várias meninas em 1989, pelo jovem Tsutomu Myazaki, apresentado pela mídia como um *otaku* típico (*apud* URBANO, 2013, p. 04).

Para Barral (2000), o termo ganha popularidade no país após esse incidente grotesco, fazendo com que seja difundido negativamente no Japão como referência a indivíduos pervertidos, antissociais ou com traços de psicopatia, extremamente obcecados por seus hobbies.

Na década de 90, a identificação do *otaku* se altera significativamente no Japão, com o surgimento de uma geração nova de japoneses que se apropria do status *otaku* de forma positiva, obtendo alguma visibilidade da mídia. Tratava-se de um contragolpe à conotação negativa outorgada pela imprensa japonesa diante do incidente Myazaki. (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013, p. 4, *apud* AZUMA, 2001, p. 5).

No Brasil, o termo identitário *otaku* foi incorporado tardiamente, também ganhando uma conotação distinta da empregada no Japão, sobretudo com o advento dos animencontros. Tais diferenças são elucidadas por Albuquerque e Cortez (2013, p. 6):

Compreendemos que a cultura otaku que veio se constituindo no Brasil apresenta traços bastante particulares que a distanciam de sua contraparte oriental, uma vez que é composta por indivíduos que se articulam de sua contraparte oriental, uma vez que é composta por indivíduos que se articulam e compartilham seus interesses uns com os outros, isto é, não são consumidores isolados e introspectivos: são antes de tudo, especialistas de seus bens culturais favoritos que frequentemente recorrem a uma memória afetiva comum, que ganha espaços urbanos de sociabilidade que foram se diversificando no Brasil.

Logo, a experiência *otaku* é concebida de formas diferentes quando comparamos os consumidores brasileiros com os japoneses. Enquanto no Japão a vivência das práticas inerentes a cultura *otaku* se dá de forma mais isolada, no Brasil o público interage entre si, trocando experiências sobre animes, *mangás* e *anime songs*, e participa de festivais de animes e *cultura pop japonesa*.

**Figura 11**—Fotografia de um evento de fãs de cultura pop.



Fonte: <http://jovem.ig.com.br>

A título de ilustração, Nagado (2005, p. 56) afirma que o público brasileiro é constituído de muitas garotas e casais que partilham da cultura *otaku*, o que seria considerada uma total contradição no Japão, cuja vivência cultural se dá de forma mais solitária e isolada.

É importante elucidar, no entanto, que essas características não são generalizantes. Assim como no Brasil, existem fãs de cultura japonesa que vivenciam o consumo cultural de forma mais individual e solitária, semelhante aos japoneses, também existem no Japão fãs que consomem os produtos de

forma mais interativa e sociabilizada, inclusive participando de grandes eventos como *Tokyo Comic Com* e *Jump Fest*.<sup>32</sup>

Voltando à discussão das diferenças na utilização do termo *otaku*, é importante destacar o que diz respeito ao conteúdo consumido por esse público. Enquanto no Japão pode ser considerado *otaku* o fanático por qualquer conteúdo midiático específico (sendo conteúdo japonês ou não), no Brasil é considerado *otaku* apenas aquele que consome conteúdos midiáticos japoneses ou assimilados. De modo geral, os *otakus* japoneses se assemelhariam aos *nerds*.

Mesmo no âmbito brasileiro, às vezes as concepções de *nerd* e *otaku* se misturam por inúmeros fatores, seja na forma semelhante em que o público que reivindica tais identidades, se relacionam com a ficção, sejam nas suas práticas de consumo parecidas. Barral (2000) evidencia ser o colecionismo, uma das características mais marcantes dos *otakus*, e dos *nerds*.

Entendemos que existem fãs no Brasil que se entendem tanto como *nerds* quanto como *otakus*, bem como sujeitos, que apesar de consumirem intensamente produtos culturais, como *animês*, *mangás*, histórias e quadrinhos, bem como participarem de eventos, não se percebem nem como *nerds* e nem *otakus*. Ao que se verifica, a concepção de *otaku* no Brasil hoje se relaciona intimamente a indivíduos, normalmente jovens, que se relacionam intimamente como produtos culturais japoneses e análogos, como as animações orientais.

Nessa discussão, procuramos formular alguns apontamentos acerca das concepções de *otaku*, sem pretensões deterministas assim como mencionado no início do tópico. O termo *otaku* vai se modificando ao longo do tempo e ganhando distintos contornos de pessoa para pessoa, desse modo o que buscamos apontar foi justamente a forma como boa parte do público brasileiro se relaciona com o *pop midiático japonês* e com a identidade *otaku*.

No tópico posterior procuraremos destacar o papel dos animencontros, mais popularmente conhecidos como *eventos de animê*, bem como sua relação com a cultura *otaku*. Objetivaremos explicar as práticas culturais que envolvem os eventos de *animê* e a identidade *otaku* no ambiente brasileiro.

---

<sup>32</sup> Dois dos grandes eventos para fãs de *animês* e *mangás* que ocorrem no Japão.

### 1.3 Animencontros no Brasil

Animencontros são festivais imaginados e estruturados com foco em artefatos visuais da *cultura pop japonesa* (MACHADO, 2009 apud PEREIRA, 2013, p. 36). Os eventos de *animê* podem ser concebidos como encontros organizados por fãs da *cultura pop japonesa*, que ocorrem normalmente nos fins de semana e oportunizam ambientes para a interação dos fãs de *animês* e *mangás*, e diferentes práticas da cultura *otaku*.

Além do interesse pela *cultura pop japonesa* veiculada pela mídia, destacamos mais uma vez que foi a crescente procura por *animês* que fez nascer os primeiros animencontros no Brasil, conforme aponta Albuquerque e Cortez (2017, p. 5):

O interesse nas produções pop japonesas, ainda na década de 1990, resultou na tradição dos eventos e convenções de anime, que são espaços onde os fãs vão trocar informações e produtos sobre o Japão e sua cultura pop contemporânea. Devido a todos os percalços para se ter acesso aos animes por vias oficiais, os fãs consumidores do pop japonês da década de 1990 se organizavam em clubes e promoviam exibições dessas produções, tratava-se portanto de espaços praticados que também serviam como meio para conhecer outros fãs da cultura pop japonesa.

A ideia dos animencontros e festivais de *cultura pop japonesa* é justamente possibilitar um ambiente de encontro e interação entre fãs de *animê*, *mangá*, e outros artefatos da cultural midiática japonesa. Dentre algumas das atrações mais importantes dos eventos de *animê* podemos citar os *cosplay*. Derivado dos termos em inglês *costume*<sup>33</sup>, consiste em uma brincadeira ou manifestação artística na qual os fãs de *animê* se fantasiam e interpretam algum personagem que gostem.

A ideia do *cosplay* é, de fato, entrar na pele do personagem, incorporando sua personalidade e sua aparência, podendo o cosplayer interagir com o público dos eventos, e montar interpretações para apresentação.

Logo a seguir, é possível observar duas fotografias de grupos de *cosplays*, sendo a primeira do *animê Naruto Shippuden*, e a segundo do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco*.

<sup>33</sup> Segundo Nagado (2007, p. 8), o termo é uma abreviação de “costume play”, e designa de forma genérica, fantasias usadas por fãs em eventos e convenções.

**Figura 12** – *Cosplay de Kakashi e Sakura do animê Naruto Shippuden.*



Fonte: <http://recantododragao.com.br>

Na imagem acima contemplamos dois *cosplayers* do popular *animê Naruto Shippuden*, que conta a história do jovem ninja Naruto e sua trajetória para realizar o sonho de se tornar o *Hokage* (Líder e maior ninja da aldeia da folha). Na parte direita da imagem observamos uma jovem fazendo cosplay da ninja médica Sakura; e a direita o cosplay do ninja Kakashi, professor e líder do time ninja 7, integrado por Sakura e Naruto.

**Figura 13** – *Cosplay de Saori e dos Cavaleiros de Ouro do animê Os Cavaleiros do Zodíaco.*



Fonte: <https://www.mapinguanerd.com.br>

Nesta outra fotografia verificamos alguns *cosplays* do *animê* *Os Cavaleiros do Zodíaco*, sendo que, bem no centro se encontra Saori Kido, e ao seu redor os cavaleiros de ouro vestindo suas armaduras douradas.

*Cosplay* é uma das atrações mais marcantes em eventos de animação japonesa, e normalmente, quanto maior o evento, maior é o número de fãs que fazem *cosplay*, tendo em vista o grande número de pessoas, e as competições promovidas nesses animencontros com direito a premiação. Normalmente, nesses festivais de animação também existem outras atrações, como por exemplo: salas de exibição de animes (batizadas comumente de salas de *cine-animê*), salas de *animekês*<sup>34</sup>, sala de jogos de videogame e tabuleiro, sala de debates para fãs, palestras, *stand* de vendas de produtos, entre outras atrações.

O primeiro animencontro do Brasil nos moldes dos atuais festivais de *animê* e *mangá* foi o *MangaCon*, conforme aponta Machado (2009):

O MangaCon I (Convenção Nacional de *Mangá* e *Animê*) foi o primeiro *animencontro* realizado no Brasil com as características das atuais convenções. Organizado em 1996, na capital paulista, foi criado pela ABRADEMI com o intuito de divulgar a produção cultural midiática japonesa e ficou conhecido ao se tornar uma espécie de modelo/referência para os eventos que acontecem hoje. Em sua programação, podiam-se encontrar desfiles de *cosplay*, palestras com dubladores e *mangakás*, além de *animekês*. É importante destacar que, na segunda edição do MangaCon, em 12 de outubro de 1997, aconteceu o primeiro campeonato de *cosplay* oficial em território brasileiro. A divulgação foi feita através de jornais e da distribuição de folhetos (apud PEREIRA, 2013, p. 36).

Foi esse *animencontro* que fez girar a roda inicial dos eventos na forma em que são conhecidos hoje. Os festivais de *animê* consubstanciam a cultura e experimentação da identidade *otaku*, embora nem todos que frequentem tais eventos se considerem integrantes dessa tribo. Através dos festivais de animação japonesa é possível verificar um pouco das vivências culturais dos fãs de *animê* e sua forma de se relacionar com a *cultura pop japonesa*.

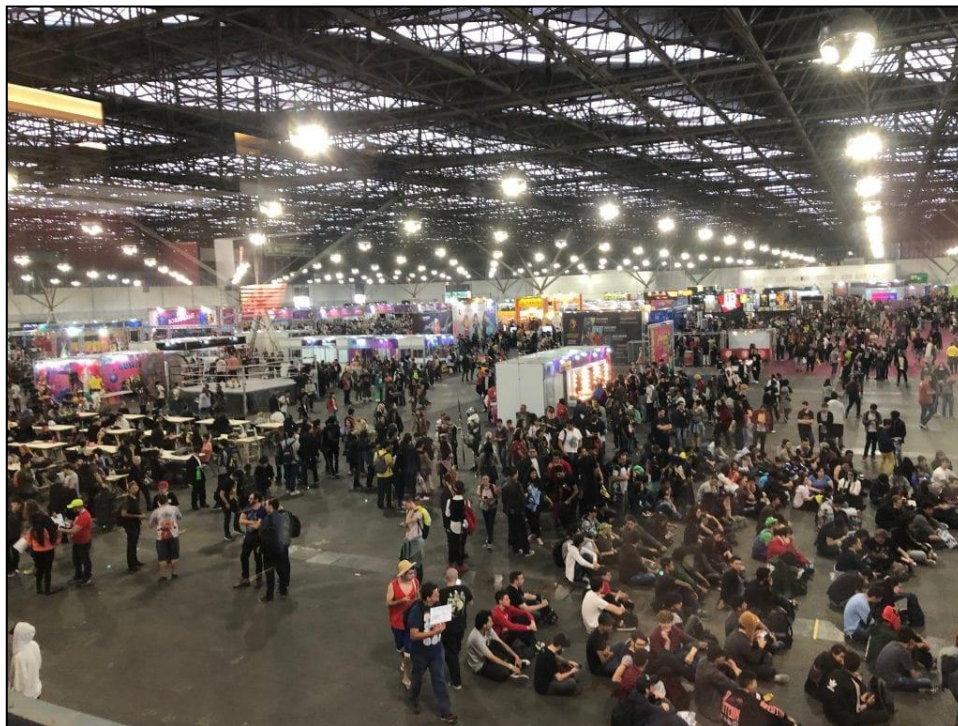
Grandes eventos nasceram a partir do *MangaCon I*, e, hoje, possuímos no Brasil festivais de grande porte como, por exemplo, o *AnimeCon*<sup>35</sup> e o

<sup>34</sup> Semelhante ao karaokê, nas salas de *Animekê* os fãs podem cantar aberturas musicais e trilhas sonoras dos seus *animês* favoritos.

<sup>35</sup> Considerado um dos grandes primeiros eventos de animação japonesa do Brasil, cuja primeira edição se deu em 1999. Disponível em: <<https://coisasdojapao.com/2021/07/a-chegada-do-manga-e-do-anime-no-brasil-recorde-a-animecon/>>. Acesso em 5 de fev. de 2022.

*Anime Friends*<sup>36</sup>, frutos do sucesso dos *animês* e demais produtos midiáticos japoneses com o público brasileiro. (NAGADO, 2005, p. 56).

**Figura 14** – Edição de 2019 do Festival *Anime Friends*, realizado em São Paulo.



Fonte: falauniversidades.com.br

O consumo cultural dos animes e *mangás*, e a demanda por eventos também produziu seus efeitos em terras tocantinenses, e Araguaína não ficou alheia ao movimento crescente dos animencontros, assunto que será debatido no tópico posterior.

#### **1.4 Animencontros na cidade de Araguaína: uma perspectiva de pesquisador e fã**

Acreditamos que todo esse caminho que percorremos ao falar sobre a história dos *animês*, cultura *otaku* e animencontros no Brasil seja importante

---

<sup>36</sup> Maior evento de fãs da cultura japonesa do Brasil e da América Latina, e sua primeira edição ocorreu em 2003, e hoje conta com público superior a 120 mil pessoas. Disponível em: <<https://www.ovale.com.br/viver/anime-friends-de-s-o-paulo-acontece-em-julho-1.178198>>. Acesso em 5 de fev. de 2022.

para chegarmos ao assunto dos eventos regionais que acontecem em Araguaína, cidade na qual a presente pesquisa foi desenvolvida.

Localizada no coração do Tocantins, Araguaína é a segunda maior cidade do estado em termos de habitantes, perdendo apenas para a capital Palmas, sendo popularmente conhecida como a capital econômica do Tocantins.

Na cidade de Araguaína, os animencontros tiveram seu início com o festival *Animanara*, cuja estreia se deu em meados de 2007. Seu nome correspondia à junção entre as palavras ani (anime), man (*mangá*) e ara (Araguaína). A primeira edição do *Animanara*, idealizada e organizada por um pequeno grupo de fãs de anime, contou com pequeno público e poucas atrações. Mas, ao longo das edições seguintes, o evento que acontecia uma vez por ano foi crescendo.

Em meados de 2009, fui convidado a participar como colaborador da divulgação da edição daquele ano do *Animanara*, sendo este o primeiro contato que tive com festivais dessa natureza. No ano de 2010, fui convidado a integrar o corpo oficial de organização do evento, desempenhando os cargos de coordenador de som e coordenador de patrocínio, funções que exerci até o ano de 2014. O evento, que acontecia normalmente em uma escola pública da cidade, com o decorrer do tempo passou a contar com varias atrações, dentre as quais: salas e campeonatos de desenho; desfiles e campeonatos de *cosplay*; salas de *animekê*; sala de *card games* com jogos como *Magic* e *Yugi Oh*; bandas que tocavam músicas-temas de *animês*; dentre outras.

Foi durante as edições do evento em que trabalhei como organizador que pude perceber uma onda crescente do público que participante do evento, bem como do número de *cosplayers*. Eu mesmo fiz o meu primeiro *cosplay* no *Animanara de 2009*, incorporando o personagem Yusuke Urameshi, do anime *YuYu Hakusho*<sup>37</sup>.

Como organizador do evento, pude ter uma ideia da forma como o público experimentava o consumo cultural dos produtos midiáticos japoneses, pude observar como o evento tinha um caráter agregador, e como as crianças

---

<sup>37</sup>YuYu Hakusho é um anime de autoria de Yoshihiro Togashi, e conta a história do jovem delinquente Yusuke que, após morrer salvando uma criança, ganha uma nova chance de viver, renascendo como um detetive espiritual.



e jovens se relacionavam uns com os outros e com as atrações do animencontro. Não era raro ouvir que muitos consideravam aqueles dois dias do final de semana como os dias mais legais do ano.

Eu, que até então consumia produtos culturais japoneses de forma mais isolada, não esperava vivenciar a experiência de organizar algum tipo de evento dessa natureza e conviver com outras pessoas com gostos tão semelhantes aos meus.

O evento *Animanara* perdurou por cerca de 10 anos, tendo sua última edição ocorrida em 2017. Hoje, alguns organizadores se articulam para dar continuidade ao animencontro.

Em 2015, um outro evento, batizado de *Anime Sun*, surgiu na cidade de Araguaína. Sua sigla fazia referência às palavras *Anime* e *sun* (verão em inglês), tendo em vista que o evento é realizado normalmente no período de maio, junho ou julho, meses que tendem a ser quentes em Araguaína e no Tocantins. Apesar do evento *Anime Sun* ter a sigla *Anime* em sua nomenclatura, o organizador chefe e idealizador do evento explica que a proposta do festival é juntar o público *nerd* e *geek*, logo, a intenção do evento é agregar membros dessas diferentes tribos, o que obviamente, segundo o idealizador, não exclui os *otakus*. O evento *Anime Sun* ocorre anualmente no Centro Universitário UNITPAC.

Eu, que até então havia trabalhado como organizador de eventos de *animê*, resolvi viver a experiência do outro lado, no caso, o público que frequenta o evento. Decidi fazer um *cosplay*, e desta vez com o intuito de participar e competir nesta primeira edição do evento *Anime Sun*. O personagem escolhido foi Shiryu do anime *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Fazer este *cosplay* foi demasiadamente difícil, ainda mais em um período em que eu estava me dedicando ao trabalho e aos estudos. No entanto, com a ajuda do meu amigo Matheus Santos, conhecido por ser um grande *cosmaker*<sup>38</sup> da cidade, o *cosplay* ficou pronto a tempo do evento.

A primeira edição do *Anime Sun* contou com muitas boas surpresas para mim, pois foi nela que obtive o primeiro lugar da competição de *cosplay*, e foi também esse primeiro evento que me deu a oportunidade de conhecer alguns

---

<sup>38</sup> *Cosmaker* é o termo que designa quem constrói e confecciona *cosplays*.

dos amigos que futuramente me ajudariam a montar o meu primeiro e atual grupo de *cosplay*, batizado de Saint Cosplay, em uma referência clara ao anime *Saint Seiya*.

Ao longo dos outros anos, pude acompanhar a evolução do evento Anime Sun, participando de todas as suas edições. Segundo o seu idealizador e líder, o festival Anime Sun tem como intuito principal proporcionar um “ambiente no qual, aquelas pessoas tidas como esquisitas, sem amigos que partilhem do seu mundo, possam sentir à vontade e se divertir de uma forma bacana com pessoas que tenham gostos em comum”<sup>39</sup>.

Foi justamente no evento Anime Sun que geramos os dados do consumo cultural local de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, a partir de grupos focais realizados no ano de 2018, em uma sala temática de *Cavaleiros do Zodíaco*, e em 2019, através de uma sala de debates, ambos destinados a essa pesquisa. Em capítulo oportuno evidenciaremos de forma mais aprofundada as experiências com os respectivos grupos focais.

No próximo capítulo, abordaremos as pesquisas dos teóricos que mobilizamos no presente estudo. Buscamos, através deles, dialogar e apontar algumas das relações existentes entre a recepção de produtos culturais televisivos como *animês* e os processos identitários.

---

<sup>39</sup> Fala concedida em conversa informal com o idealizador do *Anime Sun em 2020*.

## 2 IDENTIDADE E TERRITORIALIDADE: UMA REFLEXÃO SOBRE A ESPACIALIZAÇÃO DO CONSUMO DOS ANIMES SOB A ÓTICA DOS ESTUDOS CULTURAIS

### 2.1 Cultura, TV e *Os Cavaleiros do Zodíaco*

Procuraremos a partir daqui, traçar um caminho pelo qual a recepção de *Os Cavaleiros do Zodíaco* possa ser trabalhado a partir dos estudos culturais, para tanto, inicialmente, trabalhamos com algumas concepções de Cultura, procurando verificar a forma como a TV pode ser evidenciada enquanto forma cultural. Para isso, necessitamos, preliminarmente, discorrer acerca das concepções de cultura sob a perspectiva dos autores levantados.

Hall (2003, p. 126) aponta uma fórmula trazida por Williams na compreensão de cultura, esta fórmula “relaciona cultura à soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem as suas experiências comuns.” Segundo ele, a maneira como compartilhamos de nossos processos de significação com os outros ajuda na aproximação de uma conceituação do que seja Cultura, o que é possível devido aos processos de comunicação:

Já que a nossa maneira de ver as coisas é literalmente a nossa maneira de viver, o processo de comunicação, de fato é o processo de comunhão: o compartilhamento de significados comuns e, daí, os propósitos e atividades comuns; a oferta, recepção e comparação de novos significados, que levam a tensões, ao crescimento e à mudança (WILLIAMS, 1965, p.55 *apud* HALL, 2003, p.127).

Desse modo, quando pensamos em elementos significantes que possam gerar significados comuns, também estamos pensando em cultura. No entanto, é cabível conceber as variáveis existentes na ação de significação, tendo em vista as questões distintas de cada sociedade no decorrer da história, e a forma como tais processos são manifestados nas interconexões entre comunicação e sociedade.

Kellner (2001, p. 43) aponta a importância de Raymond Williams enquanto teórico dos estudos culturais ao reconhecer tais fatores:

Raymond Williams foi especialmente importante para os estudos culturais por ter ressaltado fronteiras e suas transposições. Assim como a Escola de Frankfurt, ele sempre viu a interconexão entre cultura e comunicação e suas conexões com a sociedade em que são produzidas, distribuídas e consumidas.

Os estudos culturais, na perspectiva do autor, devem analisar a relação existente entre os processos comunicacionais produzidos na sociedade e a cultura. Williams (2001) em especial trabalha com os processos comunicacionais sociais sob a ênfase da televisão enquanto geradora de sentidos.

Cumprir apontar o elemento histórico como um fator importante nos processos de significação, tendo em vista que os “sentidos” produzidos nas sociedades não são imutáveis. Tais sentidos também podem ser gerados de forma distinta em diferentes sociedades.

Hall (1997, p. 22) evidencia as variáveis na geração de sentidos:

Se a relação entre o significante e seu significado é o resultado de um sistema de convenções sociais específico para cada sociedade e para momentos históricos específicos – logo, todos os sentidos são produzidos dentro da história e da cultura.

Desse modo, esses sentidos não são eternos e nem estáticos, fazendo com que os códigos e mapas conceituais compartilhados sofram constante mutação, o que se dá, muitas das vezes, de forma imperceptível (HALL, 1997, p. 59).

Dentro dessa perspectiva, apontamos o papel ocupado pelas mídias populares, enquanto meio para se perceber esses processos. Tendo em vista a proximidade que possuem com as condições sociais em que nascem, as mídias populares estabelecem um acesso interessante das realidades sociais, o que possibilita verificar o que está de fato acontecendo em diferentes tipos de sociedade, e em diferentes momentos históricos. (KELLNER, 2001, p.143).

A título de exemplo, podemos imaginar como reagimos ao assistir algo que já tenhamos assistido em nossa infância, seja um filme, série ou novela da TV. Um filme assistido em nossa vida adulta não necessariamente gera em nós os mesmos sentidos e afetos que gerava em nossa infância, o que é perceptível quando observamos que as experiências vivenciadas por nós dia após dia são sempre novas, e tudo está em constante mudança, atingindo a nossa forma de ver o mundo. Do mesmo modo, a forma como nós, brasileiros,

nos relacionamos com programas de televisão estadunidenses provavelmente pode ser diferente em algum ponto com a forma como os próprios norte-americanos se relacionam com tais programas, assim como a forma como o público japonês se relaciona com os *animês* pode ser diferente da forma como o público brasileiro se relaciona com tais produtos culturais.

Sentidos podem se manifestar de forma semelhante ou não, dependendo dos diferentes contextos, e apesar da distância física entre povos, artefatos culturais podem produzir sentidos iguais ou assemelhados. É cabível perceber, no entanto, que tais produções de sentidos só são possíveis a partir da utilização da linguagem.

Segundo Hall (1997, p. 17), a produção de sentidos acontece a partir da utilização da linguagem, e essa produção se dá através da representação:

Representação é a produção de sentido pela linguagem. Na representação argumentam os construcionistas, nós usamos signos, organizados em linguagens de diferentes tipos, para nos comunicarmos significativamente com os outros. Linguagem pode usar signos para simbolizar, responder por ou referenciar objetos, pessoas e eventos no tão chamado mundo real. Mas eles também podem fazer referência a coisas imaginárias e mundo de fantasias ou idéias abstratas que não são em nenhum sentido óbvio, parte do nosso mundo material.

Desse modo, a partir da perspectiva de Hall (1997) que entende as representações enquanto produtoras de sentido através da linguagem, nos propomos a analisar a televisão como mecanismo linguístico gerador de sentidos e também como “experiência cultural”, dentro do pensamento de Raymond Williams, destacado por Graeme Turner (2016), ao fazer o prefácio de *Televisão: tecnologia e forma cultural*, como um dos pensamentos característicos de Williams (2016, p. 8):

É a característica marcante da abordagem que Williams faz da televisão como experiência cultural: uma experiência engendrada pela articulação complexa entre práticas produtivas, determinantes tecnológicos e econômicos e a função social da televisão dentro do lar – assim como as estruturas formais dos gêneros televisivos individuais.

Ao articular práticas culturais e experiências compartilhadas através de modelos, a televisão constitui-se em importante ferramenta a serviço das formações identitárias de seus interlocutores, e essa experiência ganha materialidade em nossas práticas cotidianas, seja na forma de agir, de vestir,

de falar, de consumir e de nos relacionar com outras pessoas, logo, acabam por assumir uma ferramenta pedagógica eficiente, o que é apontado por Guattari (1981, p. 53).

A educação televisual modela o imaginário, injeta personagens, cenários, fantasmas, atitudes, ideais, ela impõe toda uma micropolítica das relações entre os homens e as mulheres, os adultos e as crianças, as raças, etc... Ela ocupa o lugar de um certo tipo de conversa, de leitura, etc.

Tais questões também eram abordadas por Williams (2016) no seu livro *Televisão: tecnologia e forma cultural*, escrito originariamente em 1974. Em sua obra, o autor apontava a importância que a televisão desempenhava naquele período, que evidenciada por Williams como meio de comunicação capaz de influenciar comportamentos e relações,

A televisão foi inventada como resultado de pesquisas científicas e técnicas. Suas propriedades inerentes como meio de comunicação eletrônico alteraram nossa percepção básica da realidade e, por conseguinte, nossas relações uns com os outros e com o mundo. (2016, p. 25).

Segundo Williams (2016, p. 142), a televisão era percebida como principal meio de comunicação em meados dos anos 70, sendo seus efeitos evidenciados pelo autor:

A televisão é atualmente o principal meio de comunicação para toda uma geração. Ela tem surtido certos efeitos planejados, que correspondem a certas intenções explícitas, essencialmente declaradas pelo caráter diversificado das instituições de televisão. Mas também tem provocado efeitos imprevistos, entre eles o desejo de se apropriar da tecnologia. No submundo radical dos jovens e, ainda mais, no submundo cultural dos jovens, há uma familiaridade com o meio de comunicação e um forte desejo por experimentação e prática.

A televisão enquanto meio de comunicação descrito por Williams é capaz de gerar efeitos variados, sejam eles planejados ou não, como é o caso do desejo dos jovens de se apropriarem dessa cultura, criando variados significados.

Mesmo depois de anos, a versão original da obra de Williams continuou a repercutir socialmente conforme os aparelhos televisivos ganhavam lugar no mundo, em virtude da expansão dos meios de comunicação, sendo seus estudos citados posteriormente por autores como Stuart Hall e Douglas Kellner.

Essa expansão dos aparelhos televisivos também é sentida no Brasil, conforme aponta Wagner (2008, p. 26):

É interessante destacar que, no Brasil, a televisão tem uma gigantesca inserção, uma vez que o país está entre os de maior cobertura televisiva em todo o mundo. Toda essa expansão da mídia possibilitou o conhecimento das culturas que estão apresentadas através de todo o tipo de programação que trazem consigo representações culturais.

Foi justamente através da televisão que as animações japonesas ganharam espaço no mundo e no Brasil enquanto parte dos gêneros televisivos. Posteriormente, isso repercutiu na criação de grupos de fãs, venda de *mangás*, *DVDs* de *animês*, brinquedos, revistas e músicas, entre outros produtos, corporificando os *animês* enquanto artefatos culturais que criam e fazem circular significados diversos. (WAGNER, 2008, p. 26).

Dessa forma, acreditamos que o consumo cultural de *animês* pode ser percebido, também, dentro da perspectiva de Williams como “forma cultural”, inclusive, podem ser verificados no campo do consumo cultural brasileiro em sua crescente procura por produções animadas japonesas, sobretudo a partir dos anos 90, bem como nas implicações e práticas desenvolvidas pelo público a partir do contato com os produtos culturais japoneses.

Logo, é possível conceber *Os Cavaleiros do Zodíaco* e demais *animês* como artefatos culturais influenciadores capazes de dialogar com seus interlocutores através de suas narrativas e discursos, gerando, inclusive, práticas no consumo, percebidas nos hábitos e hobbies dos fãs de animação japonesa. Colecionismo de bonecos, de figurinhas, de camisetas e de canecas temáticas de *animês* demonstram um pouco da relação mais intensa que os fãs de fãs acabam por desenvolver com artefatos culturais japoneses.

Em minha breve experiência como organizador de eventos, e frequentador de animencontros, pude observar um pouco do papel que os *animês* ocupam no imaginário de algumas crianças, jovens e adultos com quem convivi e convivo. A importância que a produção de *Os Cavaleiros do Zodíaco* desempenha neste processo de popularização dos *animês* me fez pensar no desenho animado japonês como prática cultural, buscando me aproximar da ideia de Williams (2016), que pensou na experiência televisiva como uma forma cultural. Desse modo, objetivamos realizar um estudo do

consumo cultural do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* em contexto local, tomando como base o evento Anime Sun de Araguaína, ancorado aos estudos dos efeitos e sentidos que a televisão é capaz de gerar.

Como já destacado, *Os Cavaleiros do Zodíaco*, assim como outras produções de mídia, não podem ser observadas unicamente como meros inocentes instrumentos de entretenimento tendo em vista seu caráter discursivo e pedagógico. Conforme demonstra Wagner (2008, p. 22), ao citar indiretamente Fischer (1997, p. 61), a mídia não se apresenta unicamente como veiculadora de diversão e lazer, “mas como produtora de saberes e formas especializadas de comunicar e produzir sujeitos, assumindo, nesse sentido, uma função nitidamente pedagógica.”

Segundo Wagner (2008, p. 20) que também pesquisou *Os Cavaleiros do Zodíaco* enquanto produção animada importante no ambiente televisivo brasileiro, as narrativas presentes no *animê* não devem ser consideradas tão somente como inocentes planos de fundo para o entretenimento, mas sim como “produções da mídia que devem ser compreendidas em termos de sua produtividade como artefatos culturais, como uma produção midiática que associamos a certos tipos de pessoas e identidades.”

Dentro dessa perspectiva, as representações de “jovens, homens e cavaleiros” presentes na narrativa também podem ser percebidas em seu caráter pedagógico na medida em que servem de modelos e reforçam discursos, que acabam assimilados pelo telespectador.

Os diálogos que se estabelecem nestes casos são pedagógicos e, no ensinamento dado pelo cavaleiro à criança que o segue, destacam-se também qualidades que se deseja dar relevo, para que sejam marcadores da conduta dos espectadores. (WAGNER, 2008 p. 87).

Nessa perspectiva, acreditamos que *Os Cavaleiros do Zodíaco* abarcam em sua história um grande número de discursos e de simbologias envolvendo seus personagens principais e representações inerentes à narrativa, capazes de influenciar na constituição da subjetividade dos seus interlocutores. Logo, a produção d’*Os Cavaleiros do Zodíaco*, e os efeitos que produz em seus interlocutores, podem ser investigados sob o viés dos estudos culturais, enquanto uma “experiência cultural televisiva” ancorada na pesquisa sobre os efeitos da televisão, encabeçada por Williams (2016) e demais autores.



Os efeitos da experiência cultural televisiva repercutem na construção das identidades pós-modernas que, segundo Kellner (2001, p. 311), são “constituída pela representação de papéis e pela construção de imagens.” Dessa forma, “a identidade pós-moderna gira em torno do lazer e está centrada na aparência, na imagem e no consumo.” (KELLNER, 2001, p. 311).

Passamos a partir de agora, às discussões relativas à constituição das identidades pós-modernas e sua relação com os consumidores de produtos midiáticos japoneses.

## **2.2 Pensando a cultura *otaku* e as identidades pós-modernas**

Antes de iniciar no mestrado em Estudos de Cultura e Território na Universidade Federal do Tocantins, sempre associei o termo identidade a características fixas e inalteráveis de uma pessoa, talvez em virtude da formação rígida que tive na graduação em Direito, ou talvez, como efeito do discurso colonial abordado por Bhabha (1998), que constantemente nos interpela ao longo de nossa vida. Esse discurso possui como um de seus aspectos, justamente o caráter de considerar a identidade como algo imutável e fixo, o que é apontado por Bhabha (1998, p.105):

Um aspecto importante do discurso colonial é sua dependência do conceito de “fixidez” na construção ideológica da alteridade. A fixidez, como signo da diferença cultural/histórica/racial no discurso do colonialismo, é um modo de representação paradoxal: conota rigidez e ordem imutável como também desordem, denegação e repetição demoníaca.

Bhabha (1998) entende que pensar a identidade como algo imutável é uma consequência do discurso colonial, discurso este que nega a subjetividade dos processos culturais enquanto processos históricos, e fortalece estereótipos. No entanto, essa concepção de identidade se encontra ultrapassada. (HALL, 1997).

Em sua obra *A identidade Cultural na Pós-modernidade*, Hall discute questões sobre concepções de identidades, na perspectiva do hibridismo e os processos de globalização. Segundo o autor, as velhas identidades estão em declínio dando origem à identidade pós-moderna, caracterizada pela não fixidez e constante mutação.

Desse modo, as identidades tidas como prontas e fixas são vistas na atualidade pelo autor como uma grande fantasia, fatores que levam a crises na concepção de identidade na modernidade. Assim aborda Pereira (2004), ao apontar em sua pesquisa seus estudos acerca da visão de Hall:

A chamada crise de identidade pode ser compreendida num processo mais amplo de deslocamento e mesmo de fragmentação do indivíduo moderno. Os quadros de referência que davam ao indivíduo uma certa sensação de pertinência em um universo centrado, de alguma forma, entram em crise, e passam a se constituir em algo descentrado e fragmentado.(PEREIRA, 2004,p. 88).

Para compreendermos os estudos aqui propostos, foi necessário trazer alguns desses aspectos sobre as formas pelas quais a identidade pode ser concebida, e tendo em vista que a presente pesquisa tem caráter interdisciplinar, apontamos a necessidade de pontuar o caráter histórico e relacional da identidade, uma vez que, segundo Saquet (2010, p.154), “a identidade é concebida como unidade relacional, produto histórico e condição da reprodução social”.

Ao serem concebidas como um produto histórico relacional, sinalizamos com a ideia de que as identidades culturais pós-modernas são “híbridas”, ou seja, movidas por constantes mudanças, encontros e desencontros oriundos de processos de globalização. (HALL, 2006, p. 87). Tal concepção dialoga bem, a nosso ver, com a concepção de hibridização cultural apontada por Canclini (2006, p. XIX) que a define como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas.”

Logo, segundo Hall (2006, p. 13), a identidade tornou-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 1997). Dentro desse viés, concebemos as identidades pós-modernas enquanto elemento cultural em constate mutação, atravessado por processos histórico-espaciais.

Se olharmos a nossa realidade, iremos perceber que estamos sempre em constante transformação. Desse modo já não somos o mesmos que éramos há um ano, e com provavelmente não seremos os mesmos daqui a um mês. Ao longo da vida, os indivíduos são interpelados por inúmeros fatores que

alteram a forma como veem o mundo e a si mesmos, o que repercute diretamente em suas práticas relacionais, práticas estas que alteram a si mesmo e ao mundo em sua volta.

Dessa forma, nós vivemos em meio a essa constância em que já não somos os mesmos, logo uma mulher que deixa sua casa para trabalhar ou ir a uma festa não é a mesma mulher que volta para casa, uma vez, que não é possível “voltar, ir para casa ou pra qualquer outro lugar. Quando você chega lá, o lugar terá prosseguido assim como você terá mudado”. (MASSEY, 2008, p. 184).

As identidades enquanto unidades relacionais, se encontram em constante deslocamento, interpelados por processos históricos. Dessa forma, ao analisarmos o fenômeno que o *animê* produz em seus fãs, e a forma como se dá o consumo cultural desses produtos midiáticos, conseguimos ter uma leve compreensão da forma como os fatores históricos e relacionais operam no deslocamento das identidades pós-modernas, e o papel de destaque das mídias culturais e novas tecnologias nesse processo.

Hall (1997) discute os processos de globalização e os efeitos das novas tecnologias na formação identitária, o que, na visão do autor, repercute em um consumismo cultural global, capaz de gerar novas identidades que compartilham ou não dos mesmos processos de significação, repercutindo até mesmo em novas compreensões de espaço. Esse pensamento corrobora com a ideia de que as identidades nacionais estão cada vez mais enfraquecidas em virtude dos processos de globalização.

Segundo Hall (1997, p. 67),

A Globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado.

Desse modo, o processo de globalização pode ser caracterizado pela compressão do espaço-tempo, como se a distância entre nações e lugares fosse cada vez menor, no qual acontecimentos ocorridos em outros lugares tivessem impacto imediato sobre pessoas em ambiente local. (HALL, 1997, p. 69).

Segundo Haesbaert (2006, p.102), “Falar em escalas espaços-temporais” implica, então, reconhecer a análise conjunta e indissociável entre as dimensões espacial/geográfica e temporal/histórica da realidade”. Tais fatores possuem relação direta com as identidades pós-modernas.

Ao avançar no estudo sobre as relações entre os processos de globalização e as novas identidades, não consigo deixar de relacionar as ideias relativas as identidades pós-modernas com o consumo cultural dos *animês* no ambiente dos animencontros, como *Anime Sun* ou *Animanara*.

É perceptível como o contato dos fãs com os artefatos da cultura japonesa repercutem e afetam as suas identidades, refletindo em seus afetos e sentimentos de pertencimento, fazendo romper com velhas barreiras identitárias, através de novas experiências com consumos culturais.

Canevacci (2005, p. 34) concebe a identidade juvenil enquanto uma “identidade móvel, que incorporou os muitos fragmentos que – no espaço temporário de suas relações possíveis com o seu eu ou com o outro – se ‘veste’ ou se ‘traveste’ de acordo com as circunstâncias.”

Acreditamos que essa característica de “identidade móvel” que “veste” e “traveste” pode ser observada no fã de *animê* que veste uma camisa d’Os Cavaleiros do Zodíaco, que coloca uma bandana do *Naruto*, ou mesmo, faz *cosplay* do seu personagem favorito de *animê*. Tais questões também foram objetos da pesquisa de Pereira (2013, p. 121):

A partir da compreensão a respeito dos entrelaçamentos entre visualidades, *animencontros*, novas tecnologias, participações em campeonatos e a concepção do que seja vestir uma fantasia, discorri sobre a criação das identidades *cosplay*, as, subjetividades externadas nos cotidianos e durante os concursos pelos sujeitos praticantes desta atividade. Acredito que cada *cosplayer*, ao escolher, produzir e vestir sua indumentária, está assumindo uma identidade móvel, transitória e passageira, capaz de representar aspectos pessoais e demarcar, de forma momentânea, aquela existência no mundo.

Desse modo, quando um fã do *pop japonês* se relaciona com os *animês* e *mangás*, participa de eventos como *cosplay*, ele não está unicamente se divertindo inocentemente, mas sim mostrando e demonstrando as suas inscrições identitárias e manifestando seus sentimentos de pertencimento como parte daquilo ao qual faz referência.

Outro aspecto interessante que consigo observar é que os consumidores dos produtos culturais audiovisuais japoneses fazem bastante uso das ferramentas oriundas da expansão dos meios de comunicação, em especial através da internet, ou mesmo de plataforma de *streaming*, que possibilita aos fãs brasileiros assistirem simultaneamente, animações exibidas em tempo real no Japão.

Essas interlocuções influenciam direta ou indiretamente nas formas identitárias, e nos processos de deslocamento. Segundo Albuquerque e Cortez (2013, p. 65), tais práticas culturais trabalham intensivamente um envolvimento mais imersivo com aspectos da cultura japonesa, repercutindo em um prolongamento da experiência. Fatores que demonstram as mutações identitárias na pós-modernidade.

### **2.3 Identidade e espaço**

Nesse subtópico, buscamos explorar a relação existente entre os processos de espacialização do consumo cultural do *pop japonês* e sua relação com as identidades, acreditamos que esse estudo dá continuidade ao debate trazido em tópicos anteriores. Para tanto, necessitamos voltar um pouco nas discussões acerca das identidades enquanto elemento importante para se compreender a espacialização do consumo.

Segundo Saquet (2010, p. 147), a identidade pode ser tratada de variadas formas, e em especial como continuidades culturais e simbólicas, inerentes às vivências de um certo corpo social, em um determinado lugar. Logo, a concepção de territórios vai além do espaçamento físico, passando por diferentes campos como a linguagem e a afetividade.

Ao se relacionarem com os produtos audiovisuais japoneses, os fãs de *animê* espacializam seus afetos e compartilham de processos de significação, desse modo, algumas barreiras são derrubadas e pontes entre culturas distintas são construídas, em meio a um processo relacional. Concebemos isso como um “espaço praticado” a partir da “construção relacional.” (MASSEY, 2008, p.99).

Segundo Massey (2008, p.99),

Se o tempo se revela como mudança, então o espaço se revela como interação. Neste sentido, o espaço é a dimensão social não no sentido da sociabilidade exclusivamente humana, mas no sentido do envolvimento dentro de uma multiplicidade.

Segundo Doreen Massey (2008), essa nova concepção de espaço-forma relacional é inerente a um novo mundo compreendido por fluxos, no qual o espaço ganha novas conotações quando trabalhado a partir da ação da globalização.

No lugar de uma imaginação de mundo de lugares delimitados, somos agora apresentados a um mundo de fluxos. Em vez de identidades isoladas, um entendimento do espacial como relacional, através de conexões. A própria palavra “globalização” implica o reconhecimento da espacialidade. (MASSEY, 2008, p. 126).

Mesmo que os produtos culturais audiovisuais japoneses tenham marcas específicas de seu tempo e de seus lugares de origem, também possuem certo ar de deslocamento cosmopolita, do mesmo modo que evidencia pessoas de diversos lugares a uma espacialidade de consumo compartilhada. Nesse caso, a cultura *pop* propicia maneiras de consumo que possibilitam certo senso de comunidade e pertencimento, ou rede de compartilhamento de afetos e afinidades que colocam o sujeito dentro de um sentido “transnacional e globalizante” (SOARES, 2015, p. 22).

No entanto, cumpre apontar que o local não deve ser compreendido necessariamente como um produto ou mesmo “vítima” da ação globalizante, uma vez que o local não se constitui como agente estático ao global, atuando não apenas como objetos, mas também como agente produtor do global (MASSEY, 2008, p.152).

Nesse ponto, a título de ilustração, voltamos à questão da diferença existente entre os fãs brasileiros de *animês* e *mangás* e os fãs japoneses cujo país é berço dos referidos produtos midiáticos. A forma como boa parte dos fãs brasileiros se relacionam com os *animês* e o *pop japonês* é diferente da forma como o público japonês se relaciona com esses produtos culturais. Nagado (2005, p. 56) afirma que no público brasileiro de *animês* existem muitas garotas, bem como casais que partilham da cultura *otaku*, o que poderia ser considerada uma total contradição no Japão, cuja vivência cultural se dá de forma mais solitária e contida. Logo, temos os mesmos artefatos de referências culturais, mas formas de produção de sentidos diferentes.

Essas diferentes práticas de se relacionar com o mesmo produto cultural, demonstram que a noção de “público” enquanto mero receptor sem autonomia é demasiadamente simplista, uma vez que.

Sobretudo nas sociedades complexas, em que a oferta cultural é muito heterogênea, coexistem vários estilos de recepção e compreensão, formados em relações díspares com bens procedentes de tradições cultas, populares e massivas. Essa heterogeneidade se acentua nas sociedades latino-americanas pela convivência de temporalidades históricas distintas (CANCLINI, 2006, p. 150).

Outro ponto interessante que percebo na vivência *otaku* e suas interlocuções simbólicas é a vontade ou mesmo sonho que boa parte dos fãs de *animê* no Brasil nutrem de conhecer o Japão, ou mesmo mudar-se para lá. Ao que parece, é como se os fãs brasileiros vivenciassem a relação com os produtos japoneses de forma tão intensa que suas identidades acabam por gerar um sentimento de pertencimento, produzido pelo contato com os artefatos midiáticos japoneses.

Os *animês* e a produção de *Os Cavaleiros do Zodíaco* acabam por assumir uma função de ponte entre nações, fazendo gerar nos consumidores brasileiros uma identificação cultural com aspectos inerentes da cultura japonesa, imergindo assim em novas concepções de espaço a partir dos processos relacionais, que se iniciam no campo do consumo dos produtos culturais japoneses.

Segundo Massey (2008, p. 248),

Estamos sempre e inevitavelmente, construindo espaços e lugares. As coesões temporárias das articulações de relações, os fechamentos parciais e provisórios, as práticas repetidas que modelam seu caminho para se tornarem fluxos estabelecidos, estas formas espaciais refletem as necessárias fixações de comunicação e identidade.

Em meio a esses constantes fluxos apontadas por Doreen Massey (2008), entendemos que, assim como o espaço, a identidade enquanto elemento relacional, também se encontra em constante reconstrução, conforme já apontado anteriormente e agora por meio de Saquet (2010, p. 149):

A identidade é, constantemente, reconstruída, histórica e coletivamente, e se territorializa, especialmente, através de ações políticas (de gestão) e culturais. Há uma combinação da processualidade histórica e relacional na explicação da identidade e da formação do território.

Talvez por isso Saquet (2010), afirme com tanta convicção que “A identidade é um componente fundamental da constituição territorial”. Assim, concebemos essa relação território e identidade como algo interdependente. A linguagem gera signos que, por sua vez, gera significados, e esses significados são espacializados e, dentro dessa perspectiva, as identidades podem ser concebidas como múltiplas, construída a partir das relações.

Num artigo de 1991, publicado recentemente em português, Doreen Massey (2000) discute as relações local-global e propõe uma interpretação alternativa de lugar, não como o lugar de uma longa herança histórica e identitária, mas um lugar de relações (encontros) e múltiplas identidades. (HAESBAERT, 2006, p. 140).

Segundo Saquet (2010, p. 149),

A construção, desconstrução e reconstrução da identidade antecedem a territorialização, a desterritorialização e a reterritorialização, porque obedecem a diferentes escalas temporais. Porém, as imagens identitárias e as territoriais se relacionam, conforme a linguagem disponível para as diferentes sociedades.

Aqui, entendemos que Saquet se reporta principalmente à espacialização abstrata dos artefatos midiáticos que compõem o arcabouço cultural, suas paisagens e territorialidades comuns. Também aponta para a mutabilidade e multidimensionalidade que acompanha a identidade em seus processos.

De acordo com Saquet (2010, p. 154),

O fato é que a identidade, na vida, é multidimensional e, ambos os processos, de ser e não ser, constituem-se e estão presentes na própria territorialização, nas próprias territorialidades. É no movimento que está a unidade, a interação, a fluidez. Há unidade contraditória e complexa: na política e vice-versa; o mesmo ocorre na relação cultura-economia. Cada um destes processos está no outro: economia-política-cultura, unidos com a natureza exterior ao homem.

A multidimensionalidade identitária é verificada n’Os *Cavaleiros do Zodíaco* e também em outros *animês*, como importante componente atuante no processo relacional identitário que dialoga com o público e suas espacialidades.

A partir de todo o dialogo realizado até aqui, passaremos no próximo capítulo a apontar o caminhos pelos quais a pesquisa de campo do consumo cultural d’Os *Cavaleiros do Zodíaco* se desenvolveu, bem como os dados obtidos e suas respectivas análises.



### 3 MÉTODOS DE ANÁLISE E CAMINHOS DA PESQUISA

#### 3.1 Grupo focal

A metodologia utilizada na presente dissertação está relacionada à pesquisa qualitativa e também quantitativa. Dentro da pesquisa qualitativa, fizemos uso do método de grupo focal, bastante utilizado em pesquisas na área de estudos em comunicação e antropologia. Visando verificar a recepção do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco*, procedemos com a realização de grupos realizados no evento *Anime Sun* de Araguaína, nos anos de 2018 e 2019. A título de complementação, também procedemos com uma pequena pesquisa realizada pela internet através da plataforma *Google Forms em 2020*, da qual 100 pessoas participaram respondendo questionários acerca da sua experiência ou não experiência com a produção de *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Tendo em vista que os grupos focais consistem na principal técnica utilizada para auferir e verificar a recepção do *animê*, objeto da presente pesquisa, passamos a uma breve abordagem sobre algumas concepções teóricas de grupo focal.

Morgan (1997) define grupos focais como uma técnica de pesquisa qualitativa derivada das entrevistas em grupos, que coleta informações por meio das interações grupais. O grupo focal difere da entrevista individual por basear-se na interação entre as pessoas para obter os dados necessários à pesquisa. Sua formação obedece a critérios previamente determinados pelo pesquisador, de acordo com os objetivos da investigação, cabendo a este a criação de um ambiente favorável à discussão, que propicie aos participantes manifestar suas percepções e pontos de vista. (PATTON, 1990; MINAYO, 2000 apud TRAD, 2009, p. 4). Tal concepção dialoga com a forma pela qual Barbour entende o grupo focal, e como funciona o método.

Ele se baseia em gerar e analisar a interação entre participantes, em vez de perguntar a mesma questão (ou lista de questões) para cada integrante do grupo por vez, o que seria a abordagem favorecida pelo que é mais usualmente referido como sendo a “entrevista de grupo”. (BARBOUR, 2009, p. 20).

Segundo Barbour (2009, p. 21), um dos aspectos principais do grupo focal é propiciar o ambiente em que os participantes possam interagir uns com os outros e não somente com o pesquisador.

Visando então verificar a forma como o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* é recepcionado em um ambiente de discussão propício a identificar sentido e afetos gerados, foram realizados 3 grupos focais, sendo que os dois primeiros aconteceram no primeiro e segundo dia do *Anime Sun* de 2018, e o último, no *Anime Sun* de 2019.

O evento *Anime Sun*, conforme já mencionado em capítulos anteriores, acontece anualmente no Centro Universitário Presidente Antonio Carlos (UNITPAC) na cidade de Araguaína, e conta com uma variedade de atrações para o público em geral. Sendo este um dos únicos eventos do segmento na região, acaba por atrair pessoas de outras cidades, em especial Palmas e Gurupi, e remanescentes dos antigos eventos que haviam no Tocantins como *Animanara* e *Anime-Soul*. Até a finalização da presente pesquisa, o número de pessoas que frequentam o *Anime Sun* variava entre 500 a 600 pessoas, sendo esta a média geral do público dos anos de 2018 e 2019.

Tendo em vista todas as atrações que o *Anime Sun* comporta, e levando em consideração o público que esse evento mobiliza (consumidores de *animês* no geral), entendemos que o presente evento seria ideal para comportar o Grupo Focal sobre *Os Cavaleiros do Zodíaco* que viríamos a desenvolver, uma vez que se trata de um dos poucos eventos dessa natureza na região, bastante frequentado por fãs de *animê*. Dessa forma, encaminhei proposta aos dirigentes do evento, e, em especial, ao amigo e presidente do conselho organizador João Neto, conhecido como “Chaos”, com o intuito de desenvolver uma sala temática pautada em *Os Cavaleiros do Zodíaco* no *Anime Sun*, como uma das atrações do evento, viabilizando assim a promoção do Grupo Focal.

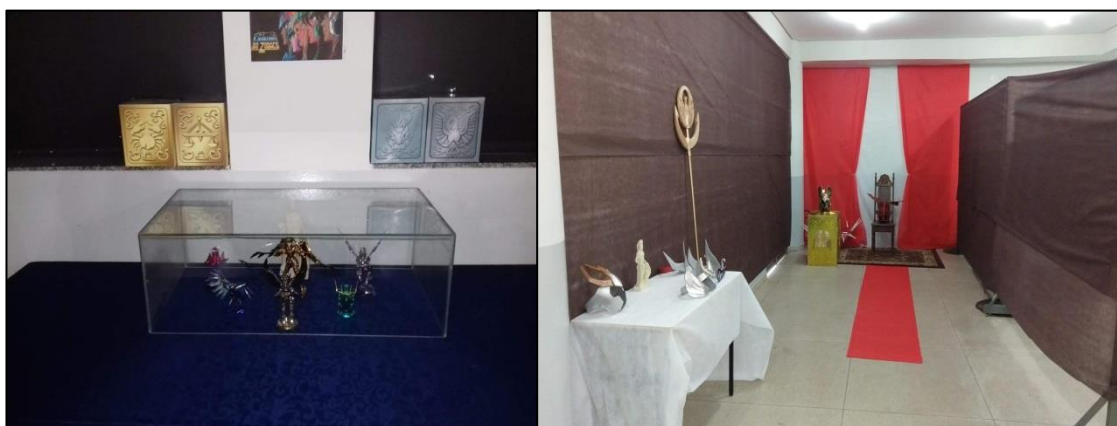
A proposta foi aceita, com a ressalva de que a sala temática dos cavaleiros poderia ocorrer tão somente no ano de 2018, uma vez que no ano de 2019, um outro tema para a sala já havia sido escolhido. Tal questão não atrapalhou em nada na realização do grupo focal de 2019, pois, no lugar de uma sala temática, nos foi autorizada a realização de uma sala de debates, figurando também como uma das atrações do evento, na qual poderíamos comportar o grupo focal de *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Desse modo, não houve

prejuízo para nenhum dos grupos focais. Para organizar as salas e conduzir os grupos focais, contei com a ajuda de alguns dos meus melhores amigos: Raphael Fernandes Brito, Luiz Fernando e Lucas Oliveira, delegando assim a condução dos grupos focais à Raphael, em 2018, e Lucas, em 2019. Dessa forma, pude assumir mais a postura de observador no que tange às interações dos grupos.

Tanto a sala temática como a sala de debates foram pensadas para comportar elementos visuais e sonoros que pudessem atrair a parcela do público do evento que havia assistido *Cavaleiros do Zodíaco*, e de algum modo, se interessava pelo anime. Elaboramos então uma decoração das salas com vários pôsteres, *action figures*<sup>40</sup>, *mangás* e um espaço para fotografia contando com representações dos elmos dos 5 cavaleiros protagonistas da série (Seiya, Shun, Ikki e Hyoga) e do báculo da deusa *Athena* (Saori Kido)<sup>41</sup> por mim fabricados, que poderiam ser usados como adereços nas fotos. Além disso, contaram com a ambientação sonora com as trilhas musicais do *animê*.

A sala temática em si contou com outras atrações além das mencionadas, como um cosplay do “grande mestre”, personagem de relevância no seriado, sobretudo nas primeiras sagas feito pelo meu amigo Luiz Fernando, ambientado em um espaço temático representando “o salão do grande mestre”, local de bastante simbologia na narrativa de *Os Cavaleiros do Zodíaco*.

**Figura 15**–Ambientes da Sala Temática no *Anime Sun* de 2018.



Fonte: Acervo do pesquisador.

<sup>40</sup> Bonecos de personagens com articulações que permitem a mudança de posições.

<sup>41</sup> Na série, o báculo de Athena é uma representação da deusa Nice, também conhecida como a deusa da vitória que, na mitologia, se encontra na mão de Athena.

A sala temática também contou, em seu segundo dia, com um espaço de cinema para a exibição de dois episódios do *animê*, que foram escolhidos pelo público através de uma enquete no *Facebook* na página do evento do *Anime Sun*, que também serviu como objeto de análise para o segundo grupo focal. Tanto a sala temática de 2018 quanto a sala de debates de 2019 ficaram abertas durante todas as tardes no *Anime Sun*, como parte das atrações do evento, e algumas vezes também pela manhã.

Boa parte das pessoas que visitavam a sala eram então convidadas a participar dos grupos focais, inicialmente planejados para começar entre 15:00 e 16:00 da tarde e ter a duração de 30 minutos. Na prática, os horários de início e de término sofriam algum tipo de alteração em virtude das outras atrações do evento ou de outros fatores alheios à nossa vontade, mas tais questões não representaram problema na direção do grupo focal.

A sala de debates do ano de 2019 não contou com todas as decorações e aparatos que a sala temática de 2018 dispunha, bem como, foi realizada em uma sala menor. No entanto, contou com a exibição de alguns *action figures*, *mangás*, representações dos elmos dos cavaleiros e do báculo de Athena, e com alguns dos pôsteres utilizados na sala temática.

**Figura 16** – Sala de Debates no *Anime Sun* de 2019.



Fonte: Acervo do pesquisador

Antes de apontarmos algumas das discussões e diálogos desenvolvidos em cada um dos grupos focais desenvolvidos na sala temática de 2018 e na sala de debates de 2019, achamos por bem destacar alguns fatores comuns em todas as experiências, sejam nos 2 primeiros grupos focais dos anos de 2018, ou no grupo focal de 2019.

Todos os grupos focais contaram com a presença de uma média de 7 a 12 pessoas, com idade variada entre 12 e 45 anos e prevalência de jovens do gênero masculino, excluindo os visitantes das salas.

As discussões e debates nos grupos focais envolviam a narrativa e a produção do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* bem como algumas produções derivadas da série, sendo que era unanimidade entre os membros dos grupos que ambos demonstravam nutrir um grande apreço pela produção animada e suas narrativas.

Os debates normalmente iniciavam com o questionamento sobre “como os membros conheceram o *animê*”, no qual alguns poucos membros afirmaram ter seu primeiro contato com a série por meio da TV aberta, através da extinta Rede Manchete (Primeira exibição no Brasil, em meados de 1994), e a grande maioria através da TV Bandeirante, em meados de 2010, ou mesmo através da internet. A linha de debate normalmente girava em torno dos gostos envolvendo as narrativas de *Os Cavaleiros do Zodíaco* e a forma pela qual os membros vivenciavam essas experiências de recepção. Muitos afirmavam que o *animê* continuava a fazer parte de suas vidas. Muitos participantes falavam que se identificavam com alguns dos personagens e que o *animê* articulava questões e ensinamentos importantes capazes atrair o público, “seja pelos diferentes tipos de personagens e etnias, seja pelos diferentes discursos e motivações dos personagens”.

Um outro aspecto interessante foi justamente algumas das falas comuns em todos os grupos focais, em especial no que diz respeito aos personagens favoritos. Percebemos que Shun e seu irmão Ikki aparentaram são alguns dos personagens mais citados como sendo os favoritos dos membros dos grupos focais. Para alguns, Shun é apontado como melhor personagem por ser um guerreiro que prefere buscar a resolução dos problemas de forma pacífica antes de partir para embates físicos contra os antagonistas da série, o que, para seus apreciadores traz simpatia pelo personagem: “Ele é o tipo de

personagem que busca não recorrer à violência para resolver seus conflitos, e eu me identifico com essa visão” afirma um dos membros do grupo.

Para outros, Ikki é o cavaleiro mais interessante, uma vez que o personagem é justamente o contrário de Shun, possuindo uma postura muito mais combativa e agressiva, o que agrada seus apreciadores: “Ikki é aquele tipo de personagem que resolve a luta com um golpe só, para mim ele é o verdadeiro protagonista”, afirma um dos participantes. Esse contraste entre personagens irmãos é algo abordado durante toda a série, e essa experiência com o grupo focal demonstra, a priori, um pouco das diferentes formas pelas quais o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* é recepcionado pelos participantes dos grupos: às vezes de forma mais homogênea, às vezes de forma mais heterogênea, o que será verificado em linhas posteriores.

A partir de agora, passaremos a evidenciar algumas das principais discussões e diálogos de cada um dos grupos focais desenvolvidos nos anos de 2018 e 2019. Cumpre ressaltar que todos os que participavam dos grupos focais eram avisados previamente que a experiência da sala visava levantar dados para a presente dissertação. Alguns membros da sala preferiam se apresentar com seu *Nickname*<sup>42</sup>, que normalmente remetia a um *animê* ou outro desenho animado, outros optavam por utilizar seus nomes reais. Em alguns dos casos era comum no grupo focal a participação de amigos e pessoas com quem eu já tinha uma certa proximidade em virtude de anos trabalhando e frequentando esse tipo de evento. Dessa forma, passamos para o exame dos grupos focais, o que será feito por período de realização.

### **3.2 Primeiro Grupo Focal na Sala Temática (1º de dezembro de 2018)**

Conforme já mencionado, tanto o primeiro quanto o segundo grupo focal que aconteceram nos dias 1º e 02 de dezembro de 2018, respectivamente, contaram com a ambientação de uma sala temática decorada com pôsteres, *mangás*, *action figures*, representações de partes das armaduras dos personagens principais, bem como espaços dedicados a fotos, dentre outras atrações.

---

<sup>42</sup> Apelido ou codinome

No primeiro dia de evento, a sala e suas atrações ficaram abertas a partir das 14h15min e contou com a visita de boa parte do público do *Anime Sun*. Eventualmente, quem comparecia à sala era convidado também a participar do grupo focal. Meu amigo Raphael ficou responsável por direcionar algumas das atrações da sala temática, e também por conduzir o grupo focal daquele dia e do dia que se seguiria. Desse modo, eu poderia manter uma postura mais observadora enquanto pesquisador da experiência.

O primeiro grupo focal iniciou às 16h30min com a condução do Raphael Brito, e contou com cerca de 12 participantes, sendo 4 do gênero feminino e 8 do gênero masculino. No entanto, é importante destacar que esse número sofre algumas variações ao longo da realização dos grupos focais, pois os membros tinham a liberdade para sair ou adentrar na sala, mesmo após o início das discussões, o que, de fato, ocorreu em cada um dos grupos focais desenvolvidos. Há que se ressaltar também que nem todos os membros do grupo esboçaram algum tipo de fala ou diálogo, concentrando-se mais em escutar o que os outros estavam discutindo.

Raphael iniciou a reunião daquele dia se apresentando como o condutor do grupo focal e, posteriormente, pediu que cada um dos membros se apresentasse e falasse um pouco sobre “o que significava *Os Cavaleiros do Zodíaco* para cada um”. Alguns dos participantes responderam à pergunta associando o *animê* como parte de suas respectivas infâncias, em especial os membros Marcelo e Alan, participantes com mais idade no grupo focal. Eles falaram que tiveram contato com o seriado, assim como eu, através da Rede Manchete, primeira emissora que exibiu o seriado no Brasil, em 1994.

Para Marcelo (2018), naquele período de sua infância, os cavaleiros representavam os heróis que inspiravam a juventude a vencer dificuldades, logo, atuavam como modelos a serem seguidos pelas pessoas que assistiam o desenho e acompanhavam as histórias de luta e vitória dos jovens cavaleiros de *Athena*, como ele mesmo menciona “Muitas das vezes você tem dificuldades, e tenta superar. Se o cara conseguiu, até eu vou vencer essa dificuldade.” (MARCELO, GF<sup>43</sup>, 2018).

---

<sup>43</sup> Ao tratarmos das falas dos membros analisadas nesse trabalho, utilizaremos a sigla GF referindo-nos a Grupo Focal, seguida do ano no qual a fala foi realizada.

Diferente de Marcelo e Alan, o participante Fernando, assim como a maioria dos membros mais jovens do grupo focal, afirmava ter tido um contato com *Os Cavaleiros do Zodíaco* em outro momento, através da Rede Bandeirantes, que também exibiu o seriado posteriormente à falência da Rede Manchete. Embora existisse uma certa diferença entre Fernando e Marcelo em relação à idade, e em relação ao momento em que tiveram o primeiro contato com o seriado, a leitura que *Os Cavaleiros do Zodíaco* representava para ambos não era tão diferente. Ao se referir ao *animê* e aos cavaleiros, Fernando (GF, 2018) afirma que “os *animês* em si, eles ensinam muitas coisas e tipo, cavaleiros são um grupo de amigos que tem um objetivo e vão vencendo na vida entende?”. Desse modo, tanto para Marcelo quanto para Fernando, a ideia de Cavaleiros está ligada à superação de dificuldades e vitórias.

Por sua vez, Alan (GF, 2018) afirmou que lembrava claramente de muita coisa do *animê*, e que a animação marcou muito sua vida. Falou também que estava feliz em poder conhecer mais pessoas que gostavam do *animê*, referindo-se ao grupo focal, uma vez, que segundo ele, em sua infância, tinha apenas um amigo com quem partilhava as conversas e brincadeiras envolvendo o desenho animado.

Parte dos membros mais jovens do grupo focal afirmaram que haviam conhecido o *animê* por influência de seus familiares e amigos, em especial, a garota que se intitulou “*Sasque*<sup>44</sup>em sua versão feminina” que afirmou ter conhecido o desenho por intermédio de sua mãe, e Nathália, que afirmou que conheceu o *animê* por influência do seu irmão mais velho. Segundo Nathalia (GF, 2018), o *animê* representava muito em sua vida, e era por esse motivo que os membros estavam ali, participando daquele grupo focal, afirmava ela: “é por essa paixão que nós sentimos né? Estar presente nessa sala é uma emoção muito forte, fico até arrepiada”. Observamos que Nathália, realmente parecia bem feliz em poder participar do grupo focal.

Athos, um dos mais jovens ali presentes, afirmou que também teve contato com o *animê* através da influência do seu irmão mais velho, disse que o *animê* passava uma ideia de tolerância e respeito, de modo geral “ensinava como lidar com as pessoas”. Segundo ele, a própria diversidade de

---

<sup>44</sup> Sasque ou Sasuke é o nome de um dos personagens principais do *animê Naruto*, com o qual uma das integrantes do grupo focal se identificou.



personagens influencia nisto, pois, em suas palavras, o *animê* “têm chinês, tem japonês. Pra mim a grande influência é saber como lidar com as pessoas.” (ATHOS, GF, 2018).

Também foi levantada a pauta dos personagens favoritos dos membros do grupo focal, bem como o motivo para tanto, e, em muitos dos casos, os membros diziam que seus personagens favoritos eram os cavaleiros de ouro, que representavam seus respectivos signos como, por exemplo, Ana Carolina e Marcelo. Acreditamos que, por ser um *animê* bastante pautado em signos, um dos traços que fazem gerar linhas de conexão com os receptores é justamente esta questão do signo zodiacal. Logo, ser do signo de Câncer ou de Libra, é especial para quem assiste *Os Cavaleiros do Zodíaco*, pois há uma identificação com o respectivo personagem cujo signo é compartilhado.

Não obstante, outro personagem que é bastante falado de forma positiva no grupo focal é o Ikki de *Fênix*, um dos 5 protagonistas da série, que tem pinta de um personagem mais *badass*<sup>45</sup> sendo este o mais violento e efetivo nos combates entre os cavaleiros principais. No início do anime, o personagem é apresentado como um dos vilões da série, e que, por intermédio dos outros personagens acaba vindo a se converter para o “lado dos bonzinhos”, sem de fato modificar totalmente sua personalidade e pinta de personagem que define lutas com um só golpe. Ikki é, sem dúvida, um dos personagens que mais causou empolgação ao ser citado como personagem favorito na série pela maioria dos participantes deste grupo focal.

Por outro lado, o irmão de Ikki representa justamente o contrário de um cavaleiro violento, tanto por sua estética mais delicada quanto por sua personalidade. Shun é um cavaleiro com traços considerados pelo grupo focal como “femininos” e uma conduta mais pacificadora no que tange ao enfrentamento de seus inimigos, demonstrando muitas das vezes o interesse em não matar e nem machucar seus oponentes. Para alguns dos participantes do grupo focal, as características de Shun são vistas como negativas, conforme observei nas falas de hostilidades ao personagem. Uma das características dos personagens principais é justamente essa variedade de personalidades e traços tão distintos como é o caso de Shun e seu irmão Ikki, que apesar de

---

<sup>45</sup> Expressão inglesa popular entre *geeks* e *nerds* para designar personagens brigões, arrogantes e com atitudes mais duras e radicais.

terem a mesma condição de Cavaleiros de *Athena* possuem tipos e modelos masculinos bem diversos.

Cumpramos ressaltar que outras pautas também acabavam naturalmente por serem levantadas, como por exemplo outros *animês* como *Dragon Ball* e *Naruto*, animações também popularizadas pela TV aberta após a primeira exibição de *Os Cavaleiros do Zodíaco* no Brasil.

Raphael então finalizou o grupo focal daquele dia, que acabou por se estender até as 17h47min, convidando os participantes para um segundo grupo focal a ser realizado no dia seguinte do evento.

### **3.3 Segundo Grupo Focal na Sala Temática (02 de dezembro de 2018)**

Para o dia seguinte de grupo focal, imaginamos algo um pouco diferente do que ocorrera no primeiro. Conforme já explicado genericamente em linhas anteriores, a sala temática contava com um pequeno espaço de cinema, na qual objetivamos exibir um ou dois episódios de *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Desse modo, os visitantes da sala temática que eventualmente fossem participar do grupo focal, se assim quisessem, poderiam emitir também suas opiniões sobre os episódios específicos assistidos na sala.

A escolha dos episódios a serem exibidos na sala se deu a partir de uma enquete realizada na página do *Facebook* do *Anime Sun* cerca de 20 dias antes da realização do evento. Para tanto, fiz um levantamento, conjuntamente com Raphael, de 10 episódios da série que nós considerávamos marcantes, dos quais o público deveria escolher os 2 que seriam exibidos no segundo dia da sala temática.

Os episódios escolhidos foram “Adeus ao mestre e aos meus amigos”, episódio em que o protagonista Hyoga (Cavaleiro de Cisne) enfrenta seu próprio mestre, Camus (Cavaleiro de Ouro de Aquário), no qual, mesmo em lados opostos, o mestre acaba por ensinar ao seu discípulo a sua técnica de batalha mais poderosa. No entanto, em meio a luta, o mestre Camus acaba por falecer em batalha. O outro episódio escolhido foi “Adeus! Cavaleiros de Ouro” do Arco da Saga de *Hades*, no qual os Cavaleiros de Ouro se sacrificam em uma explosão de luz para destruir o muro das lamentações, possibilitando aos

cavaleiros de bronze passagem para resgatar *Athena* das mãos do deus do submundo *Hades*.

Inicialmente, planejamos exibir os episódios escolhidos pelo público ainda na parte da manhã, deixando a parte da tarde unicamente para o desenvolvimento do grupo focal daquele dia. No entanto, em virtude de problemas de logística, a exibição dos episódios só se iniciou próximo ao meio dia. Acreditamos que isso repercutiu negativamente no número de presentes no grupo focal, uma vez que nem todos que compareceram no cine, também compareceram ao grupo focal daquele dia. Iniciamos o cine-*animê* com o episódio “Adeus ao mestre e aos meus amigos”, com apenas 6 pessoas, sendo 4 garotos e duas 2 garotas. Ao longo da exibição do episódio várias pessoas entraram e saíram da sala temática, a qual chegou ao número máximo de 11 pessoas. Durante o primeiro episódio, foi possível observar algumas conversas paralelas, e algumas conversas relativas às cenas do *animê*. Foi possível perceber também que na cena mais dramática, 10 dos 11 participantes estavam extremamente concentrados na exibição, com exceção de uma das garotas que dormia durante a sessão.

Na faixa das 13h05min iniciamos a exibição do episódio “Adeus! Cavaleiros de Ouro”. Na exibição deste episódio, as saídas e entradas já eram menores e a sala chegou a ter 15 pessoas assistindo ao arco. Registre-se que, assim como no primeiro episódio exibido, as pessoas demonstravam maior atenção nas cenas mais dramáticas, nesse caso em especial, pude observar o choro de uma das participantes do cine, ao se deparar com a cena da morte sacrificial dos cavaleiros de ouro, cena que também sempre me emociona.

O grupo focal teve início no final da tarde do dia 02 de dezembro de 2018 por volta de 17h, e iniciou-se com a presença de 10 participantes. Nesse dia, a presença feminina foi menor do que no dia anterior, sendo que haviam apenas 2 meninas participando do grupo focal, e o restante eram rapazes. Destaca-se a presença mais homogênea de participantes mais jovens.

Raphael iniciou a fala se apresentando e pedindo para cada um dos membros do grupo também se apresentarem. Os debates iniciais foram ancorados nos episódios exibidos mais cedo na sala temática, e embora só alguns tenham estado de fato presentes durante a exibição do anime, 6 dos respectivos participantes afirmaram já ter assistido os episódios em pauta,

então Raphael pediu para que os membros falassem o que achavam dos episódios.

O participante David (GF, 2018) de 16 anos afirmou que, para ele, uma das melhores lutas da série foi a do episódio exibido mais cedo, no caso, a luta entre o personagem Hyoga de Cisne e Camus de Aquário, situação na qual lhe interpelei acerca do motivo para achar isso, e ele respondeu: “Pela emoção”. De certa forma, talvez esse tenha sido o motivo pelo qual o episódio em questão tenha sido escolhido por quem participou da enquete, uma vez que possui de fato uma pegada bastante dramática e emocional, na figura de um mestre que precisa ser superado, no respeito que ambos nutrem um pelo outro, mesmo estando em lados opostos, e na morte e despedida de personagens fortes e carismáticos. Tais elementos de dramaticidade presentes em *Os Cavaleiros do Zodíaco* são recorrente em *animês e mangás* da natureza *Shounen*.

Logo após a fala de David, Fernando (GF, 2018), que participou do grupo focal do dia anterior, acrescenta que “O bom desse episódio é porque o aluno ali, pela persistência, o aluno conseguiu superar o mestre.” Tal apontamento está de acordo com o que o participante verbalizou em sua fala anterior sobre o significado do *animê*, ao afirmar que tinha a ver com superação. Segundo o grupo, outra questão importante que permeia o *animê*, e esse episódio, é a questão da força do jovem, da criança e do adolescente, de alguém que consegue superar até seu mestre em prol de sua causa apaixonada.

Ao colocar o segundo episódio transmitido no *cine-animê* daquele dia como pauta, Raphael perguntou o que chamou mais a atenção do grupo na exibição do episódio que mostra os sacrifícios dos cavaleiros de ouro. Boa parte dos membros apontou a questão da união e comprometimento dos guerreiros ao ponto de perderem suas vidas por *Athena*. Joyce (GF, 2018) afirma que o episódio “mostra o momento que realmente eles uniram força em favor de Atena”.

Outro aspecto que acabou sendo pauta do debate, foram as aberturas musicais, encerramentos e demais trilhas sonoras que ambientavam o *animê*, o que, para o grupo, significava algo de impacto n’*Os Cavaleiros do Zodíaco*, pois se encaixam bem nas cenas. Para Joyce (GF, 2018) “não são músicas pra

ouvir, mas que compõem o cenário da cena. Dá mais vida, dá sentimentalismo, dá vontade de chorar.” João Victor (GF, 2018) concordou: “é como ela falou, não são pra ouvir, mas sim feitas para aquele momento específico.”

O grupo desse dia se diferenciou do anterior em especial pela natureza mais séria envolvendo as discussões, apesar da maior presença de jovens. Também chamou a atenção as questões apontadas pelo grupo como interessantes no *animê*: a relação do mestre e aluno, a trilha sonora que ambienta as cenas e se torna um elemento de sedução para quem assiste, dentre outras.

Dentre outras coisas, a questão da superação pautada no *animê* foi um elemento comum debatido no segundo e primeiro grupo focal.

É importante destacar que, embora poucas pessoas tenham participado do grupo focal, tanto no primeiro dia quanto no segundo dia de sala temática de *Cavaleiros do Zodíaco*, registramos a visita de cerca de 150 a 200 pessoas no ambiente, o que corresponde a cerca 30% do público geral do evento.

### **3.4 Terceiro Grupo Focal (15 de junho de 2019)**

Deu-se início ao terceiro e último grupo focal de *Os Cavaleiros do Zodíaco* no *Anime Sun*, dessa vez sob a condução do meu amigo Lucas Oliveira, sendo que Raphael também atuou na sala, na categoria de assistente.

Conforme já relatado em linhas anteriores, neste ano não comportamos o grupo focal em uma sala temática, mas sim em uma sala de debates ancorada *nOs Cavaleiros do Zodíaco* o que, de certa forma, fez com que contássemos com uma sala menor e com menos atrativos do que no ano anterior. Apesar de percebermos menor fluxo da sala de debates em comparação à sala temática, no que diz respeito ao grupo focal, não verificou-se uma queda no número de participantes.

A sala de debates ficou aberta durante as tardes dos dois dias de evento (14 e de junho de 2019), no entanto, diferentemente do ano anterior, o grupo focal deu-se unicamente no último dia do evento. A sala de debates deste ano registrou presença majoritária de jovens e adolescentes do sexo masculino, sendo que no grupo focal não houve registro de presença feminina: apenas 9 participantes homens, excluindo os moderadores.

Às 16h01min, então, deu-se início ao último grupo focal sob a direção de Lucas Oliveira e assistência de Raphael Brito. Algo diferente dos outros grupos focais diz respeito à forma de condução que Lucas optou seguir. Nos dois primeiros grupos focais, Raphael, ao direcionar as pautas, atuava minimamente na discussão, Lucas, por outro lado, adentrou nas discussões ativamente, dando sua opinião enquanto fã da série. Apesar disso não ter sido necessariamente planejado, achei uma forma de condução rica, até porque Lucas também assistiu e é fã da produção. Procurei então, assim como nos outros grupos, não interferir muito nas discussões, buscando tão somente, observar os diálogos e interações.

Uma das primeiras pautas a serem levantadas seria a forma como os participantes tiveram contato com o *animê*. Muitos, diferentemente do primeiro grupo focal realizado em 2018, informaram que tiveram seu primeiro contato com o anime através do *video game*, poucos pela TV e grande parte por meio da internet, conforme ressaltou João Victor (GF, 2019) em seu relato pessoal “Eu demorei um pouco pra ter acesso à internet, como eu morei em sítio era uma coisa de luxo. Com oito ou dez anos, eu fui começar a ter contato com a internet e foi uma das melhores coisas que eu fui correr atrás em assistir.”

O próprio Lucas (2019), atuando de forma mais livre quanto à condução das discussões, afirmou que, após a TV aberta, muitas pessoas tiveram contato com a série também através de outras plataformas, lembrando que seu contato com Saga de *Hades* (última saga cânone dos *Cavaleiros do Zodíaco* que demorou cerca de 15 anos para ser serializada em virtude de problemas entre a produtora e o autor) se deu através de *DVDs* que alugava naquela época.

Lucas apontou a temática da mitologia grega que envolve o *animê*, e perguntou se isso fez surgir nos participantes do grupo focal alguma vontade de estudar um pouco sobre o assunto. Assim como no meu caso em específico, em que *Cavaleiros do Zodíaco* fez nascer o interesse por mitologia grega, o participante intitulado com L (GF, 2019) respondeu que o pano de fundo da série foi o que lhe deu “gatilho” para estudar e se aprofundar mais na mitologia grega.

Assim como em grupos focais passados, foi levantada a questão dos episódios mais marcantes para os participantes os quais, em sua maioria

afirmaram que os episódios que envolvem o “muro das lamentações” são os mais marcantes, sendo estes, justamente os episódios do micro arco que foi votado pelo público e exibido no ano passado na sala-temática de *Cavaleiros do Zodíaco no Anime Sun*.

L (GF-2019) aponta também para uma parte específica do anime no qual o personagem Shun pede para que seu irmão Ikki lhe mate na micro-saga do inferno, componente da saga de *Hades*. O corpo de Shun havia sido possuído pelo espírito do deus do submundo *Hades*, mas não havia se apoderado totalmente de sua consciência, e no momento em que recupera temporariamente o controle, pede para ser morto pelas mãos do próprio irmão, a fim de impossibilitar a vitória do inimigo de *Athena*. O participante afirma: “essa parte específica do Shun me interessa muito porque é onde ele tenta acabar com a maldade mesmo que ele morra, o que mostra o tanto que ele era fiel ao que acreditava, e eu nunca vou esquecer essa cena.” (L, GF-2019).

Algo interessante de se notar, é que, diferentemente do primeiro grupo focal em que houve certa hostilidade, a figura do personagem, Shun agora é evidenciado como um dos personagens mais queridos e fortes. O próprio L acrescenta que “Shun é entre os protagonistas o mais forte, e tem ciência disso, mas opta por resolver os conflitos de forma pacífica antes de entrar em uma embate de fato.” (L, GF-2019).

Episódios que remetem à relação mestre e aluno, bem como à questão do “sacrifício por aquilo que se acredita” permanecem como um aspecto importante para os membros desse grupo focal, quando observado que, além dos episódios já citados pelo grupo como mais marcantes, o episódio “Adeus meu Mestre, Adeus meus amigos” que narra o embate entre Hyoga e Camus, frequentemente voltava à discussão. Sobre o assunto, Lucas (GF-2019) afirma “que é uma coisa que a gente tem muito em comum e a gente conversou muito né, sobre essa questão do Hyoga e do Camus, é quase uma comoção de quase todos os fãs né, aquela batalha”.

Percebeu-se que as discussões são bastante acaloradas, e, no geral, mesmo os que não participam diretamente das conversas, prestam bastante atenção no que falado no grupo focal.

Assim como nos grupos passados, a pergunta sobre os personagens favoritos dos participantes do grupo focal ganha espaço. Boa parte dos

membros afirma ter como personagem favorito Hyoga e Shiryu, por vezes, por conta da conexão com o próprio signo, fator comum na preferência por personagens, conforme verificado também em grupos focais passados. Porém, a grande maioria afirmava gostar desses personagens porque “eles sofreram muito”.

Um participante em especial afirma que “Shiryu passou por uns perrengues bem grandes né?” De modo geral, foi possível perceber que o sofrimento é um fator que atrai a empatia do público do *animê*. Isso também é explorado em séries mais contemporâneas como, por exemplo, no *animê Naruto*, cujo personagem principal que dá nome a animação, é descrito na narrativa como um órfão renegado por todos de sua vila, da qual sonha em se tornar um herói e líder da Aldeia (Hokage), de modo a ser reconhecido por todos.

Ficou acordado com coordenadores da sala anteriormente, a importância de se colocar na pauta de discussão, os pontos negativos ou mesmo problemáticos na série *Os Cavaleiros do Zodíaco*, percebidos pelo grupo focal. Algo que, de certa forma deveria ter sido trabalhado e levantado como pauta nos outros grupos focais, mas que não havia sido pensado por mim até então. Assim, Lucas perguntou aos membros, de forma bem aberta, se achavam que o *animê* tinha pontos negativos, e que se assim fosse, falassem sobre isso. Todos calaram por algum tempo, e alguns se entre olharam, talvez por não esperar aquele tipo de pergunta naquele momento.

No entanto, depois de alguns segundos, alguns membros começaram a se manifestar. João Victor citou a “falta de romance” como um ponto negativo, segundo ele “acaba como se a série tivesse apenas aquele romance platônico”. (GF-2019). De fato a questão dos romances não é bem explorada em *Os Cavaleiros do Zodíaco*, embora haja algum tipo de romance e interesse velado entre alguns dos personagens da série. Em termos gerais, a figura que o anime passa é a de que os guerreiros que dedicam suas vidas a *Athena* são castos e se dedicam totalmente à sua missão.

Outro ponto que merece atenção com relação às questões problemáticas apontadas pelos membros do grupo, diz respeito ao que L (2019) levanta com sendo algo negativo: “a convicção cega de que sempre se



pode conseguir o que se quer, isso em parte é bom, mas tem hora que a realidade é bem pior do que isso.” Ainda segundo esse participante,

Muitas vezes você se deixa ser dominado por uma ideologia, isso é outra coisa, que ele [o anime] camufla de certa forma, temporariamente até a pessoa ter noção. Então, é muito complicado, do mesmo jeito que é bom, tudo que é bom demais é ruim também. (L, GF-2019).

No geral, os outros participantes pareceram concordar. Willian, participante que havia ingressado na sala há pouco, enquanto outros membros saíam, acrescenta: “Eu acho interessante essa questão de acreditar demais, isso tem um lado ruim também, as vezes também é bom desistir”. (WILLIAN, GF-2019).

Tais pontos são interessantes na pesquisa uma vez que apresentam contrastes significantes na forma como o anime *Os Cavaleiros do Zodíaco* é recepcionado. Se, para alguns, a característica dos cavaleiros de não desistirem dos seus ideais é vista como algo bastante positivo, e algo que deve ser copiado, para outros, essa mensagem pode ter um caráter problemático, talvez por não levar em consideração fatores reais, por não permitir a possibilidade de desistência, ou por não privilegiar tanto a perspectiva de mudança de pensamento.

Por outro lado, L (GF-2019) aponta como algo positivo na série a possibilidade e perspectiva de perdão e de mudança que também é trabalhada em *Cavaleiros do Zodíaco*, e cita como exemplo alguns dos Cavaleiros de Ouro no começo das primeiras sagas, os quais passam de vilões a heróis em dado momento da série. O próprio Ikki, apontado com um dos personagens mais populares, em dado momento deixa de ser vilão e passa a ser herói.

Lucas avança para a próxima questão perguntando aos membros do grupo focal se achavam que o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* representou um dos divisores de água no que tange à indústria midiática japonesa. De acordo com o participante Willian (GF-2019), foi sim um divisor de águas no Brasil, no entanto, isso teria acontecido com outros *animês*. Segundo o participante, outros *animês* poderiam também ocupar o papel de divisor de águas no Brasil, só que esse em específico realmente impulsionou a criação dos festivais de animação japonesa.

L (2019) acrescentou que, historicamente, o papel de divisor de águas na indústria do *animê* é de cavaleiros, mas concordou com Willian, ao afirmar que isso também poderia ocorrer cedo ou tarde com outros animes, que também possuem grande popularidade como é o caso de *Naruto* e *Dragon Ball Z*.

Para finalizarmos o terceiro e último grupo focal ancorado em *Os Cavaleiros do Zodíaco*, a fim de verificar um pouco do perfil e preferência dos participantes, me ocorreu a ideia de perguntar quais outros temas para a sala de debates ou mesmo de salas temáticas atrairia a atenção do público em anos posteriores àquele. Boa parte do grupo citou outros animês *shonnen* como *Naruto* e *Dragon Ball Z*, outros citaram também sala de debates focadas na *Marvel* e *DC*, indústrias populares de Super-Heróis.

### **3.5 Uma análise geral da experiência com os grupos focais na sala temática e na sala de debates**

Após apresentarmos resumos gerais de cada uma das experiências com grupos focais no animencontro de Araguaína, *Anime Sun*, nos anos de 2018 e 2019, acreditamos que seja importante elucidar e dialogar sobre algumas das questões gerais percebidas a partir da análise das experiências com os grupos focais, o que será feito nas seções a seguir.

#### **3.5.1 Ambientes masculinos e ambientes femininos**

Inicialmente, registramos que em cada grupo focal a presença masculina foi bem superior a presença feminina, sendo que ainda observamos ao longo da realização dos grupos focais uma diminuição no número de participações femininas, bem como nas visitas às salas temática e de debates. O primeiro grupo focal, contou com a participação de 4 jovens garotas, já o terceiro contou com 2 participações femininas, e o terceiro e último grupo focal contou unicamente com participantes do sexo masculino.

Longe de querer abarcar todas as questões relativas às razões que levam a esse contraste no ambiente do grupo focal, acreditamos que alguns fatores podem ser levados em consideração, dentre eles, a nossa experiência pessoal com a organização e participação de eventos dessa natureza, nos

levam a crer que o ambiente desses eventos são compostos, ao menos localmente, em sua maioria, pelo público masculino. Frise-se ainda que o evento possui algumas atrações nas quais o público feminino é mais substancial, em especial podemos citar a sala de *Just-dance*<sup>46</sup>, e a competição *K-pop*<sup>47</sup>.

Dentro da perspectiva de Doren Massey (2001) que entende os espaços como “unidades relacionais”, observamos que o espaço de um evento de *animê*, ou mesmo de uma sala de debates ou grupo focal com o tema *Os Cavaleiros do Zodíaco*, pode ser compreendido como um espaço construído a partir de práticas e relações que refletem fixações de comunicação e também de identidade (p. 248). Tais fixações identitárias podem repercutir na construção de espaços femininos e masculinos. Nessa perspectiva, podemos perceber que dentro de eventos como o *Anime Sun*, existem espaços que são mais ocupados por mulheres como é o caso dos ambientes do *K-pop* e *Just-Dance*, e espaços mais ocupados pela presença masculina como é o caso da sala temática e sala de debate dos Cavaleiros do Zodíaco.

Tais espaços também podem, a nosso ver, serem construídos a partir de referências geradas pela televisão, internet, ou mesmo jornais acerca dos locais de gênero. Os meios de comunicação e os produtos culturais por eles veiculados, como é o caso dos *animês*, muitas das vezes auxiliam nas produções de espaços específicos para homens e mulheres, e, dentro de um processo formador, atua no imaginário dos interlocutores, fornecendo referências de como é ser homem e de como é ser mulher, desaguando também nos espaços que devem ser ocupados por estes ou aqueles.

De acordo com Moraes (2002, p. 69),

O espaço da mídia é apenas um dos espaços sociais em que a identidade e a subjetividade feminina são trabalhadas, indicando o modo como a mulher deve ser percebida e, por conseguinte, percebe-se. A questão é que não só as mulheres se vêem e são vistas de determinada maneira, através de determinada representação, mas todos os homens também.

---

<sup>46</sup> Jogo de videogame no qual o jogador imita os movimentos de dança que são passados na tela da televisão.

<sup>47</sup> Termo utilizado para designar o estilo de músicas pop sul-coreanas formados por *girl-bands* e *boy-bands*.

No que tange a essa política midiática, é possível perceber que esses espaços são produzidos a partir de “ser” e “não ser”, “ser homem” e “ser mulher”, e no âmbito da mídia em que determinados modelos de opressão social também são reproduzidos, podemos apontar a política da diferença construída a partir das identidades dominantes e identidades subalternas.

Dentro dessa perspectiva, Sabat (2003, p. 96) destaca:

Nessa política da diferença, há sempre um termo dominante, a partir do qual se produzem as diferenças relacionadas a termos subalternos. O termo subalterno é sempre constitutivo do termo dominante e necessário para ele. A mulher, por exemplo, é o não-homem, é um termo subalterno que está ligado ao termo dominante.

Em relação à própria narrativa de *Saint Seiya*, podemos perceber que, em vários pontos, as mulheres acabam por ocupar papéis subalternos quando comparadas aos homens, ou mesmo se tornam invisibilizadas durante a evolução da história. Como exemplo, podemos citar o fato de nenhuma mulher além de *Athena* ocupar papéis realmente relevantes quando comparadas com os personagens masculinos. As próprias amazonas de *Athena*, como são os casos de Marin e Shina, na condição de guerreiras, devem utilizar máscaras de modo a não mostrarem seus rostos, algo que não se aplica aos cavaleiros. Outro caso é o de Saori Kido, reencarnação da deusa *Athena*, que é representada em boa parte da narrativa como a “donzela que precisa ser constantemente resgatada”. Não obstante, outras personagens como Shunrei e Myno acabam por ocupar papéis de suporte para os personagens principais, servindo, muitas vezes, unicamente para ajudar no crescimento dos cavaleiros protagonistas, como é o caso de Shiryu e Seiya.

O próprio gênero *shonen*, que caracteriza o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco*, conforme já mencionado, é voltado ao entretenimento de crianças e jovens do sexo masculino, e no que tange às suas narrativas, normalmente apresenta os homens como protagonistas, em meio a sua jornada heroica. Em contraste a isso, as mulheres são representadas como auxiliadoras, ocupando papéis secundários na produção.

Logo, na medida em que essas produções tendem a reproduzir uma imagem feminina subalterna, em uma época em que o feminismo ganha cada vez mais força, mesmo as mulheres frenquetadoras desses eventos podem não se sentir representadas por produções midiáticas que contemplem essa

perspectiva subalterna das identidades femininas, logo, acabam por não ocupar espaços que possam trazer à tona a discussão de obras como *Os Cavaleiros do Zodíaco* e outros *animês* de natureza *shonen*.

No entanto, esses fatores não devem ser considerados como absolutos, uma vez que, apesar da pouca presença, ainda foi registrado o comparecimento de participantes femininas, com falas importantes nos grupos focais, assim como também foi registrado grande fluxo feminino no ambiente das salas temáticas e na sala de debates. Para nós, essas questões podem ser analisadas a partir de algumas perspectivas, dentre elas, questões envolvendo as identidades pós-modernas em Hall (2006) e a resistência a mensagens e discursos midiáticos opressores em Kellner (2001).

Segundo Hall (2006, p. 13), a identidade atualmente tornou-se uma “celebração móvel”, reformulada de forma contínua em relação às formas pelas quais as pessoas são representadas ou interpeladas nos sistemas culturais. As identidades pós-modernas podem resistir à fixidez reproduzida, muitas vezes, pela mídia, no que tange às próprias identidades masculinas e femininas. Logo, mesmo ambientes considerados masculinos ou femininos podem ser ressignificados e diluídos em meio a hibridez identitária que acompanha as identidades pós-modernas, o que repercute na forma como as mulheres podem ressignificar esses espaços, de modo a serem contempladas identitariamente.

Segundo Kellner (2001, p.11), as pessoas que consomem os produtos midiáticos não devem ser tidas como sujeitos passivos e inocentes frente às mensagens dominantes presentes em produções culturais midiáticas, sendo capazes, inclusive, de resistir a essas mensagens, podendo também se apropriar desses significados para produzir novos sentidos. Mesmo em produções como *Os Cavaleiros do Zodíaco* que trazem discursos que celebram sujeitos masculinos como protagonistas e sujeitos femininos como secundários, é possível perceber diferentes apropriações e produções de novos significados.

Canclini (2006, p.307) aponta isso ao afirmar que,

Como se estabeleceu há tempos nos estudos sobre os efeitos da televisão, esses novos recursos tecnológicos não são neutros, nem tampouco onipotentes. Sua simples inovação formal implica mudanças culturais, mas o significado final depende dos usos que lhe atribuem diversos agentes.

Isso repercute no consumo cultural de *animês* como *Os Cavaleiros do Zodíaco* por mulheres, ainda que em menor proporção que homens, o que pode ser ilustrado pelo comparecimento e participação, ainda que menor em relação ao público masculino, de garotas em nossa experiência com a sala temática e grupos focais.

### 3.5.2 Público Multifacetado: Identidades fragmentadas

Outra questão que nos chamou atenção durante a condução dos grupos focais foi a presença de vários tipos de pessoas, com seus diferentes perfis e idades. Nos dois primeiros grupos em especial, foi possível perceber a presença de estudantes do ensino médio, estudantes da graduação, pessoas formadas e atuantes no mercado de trabalho, entre outros.

Outro aspecto interessante, mas de certa forma esperado, é que alguns dos que participaram do grupo focal não eram necessariamente da cidade de Araguaína. Como já mencionado, por existirem poucos desses eventos no Tocantins, boa parte do público que comparece ao evento Anime Sun são de cidades como Palmas e Gurupi, e, no âmbito dos grupos focais desenvolvidos, foi possível perceber, sobretudo nas duas primeiras experiências no ano 2018, que alguns dos membros haviam vindo da cidade de Palmas. No tocante à idade, embora tenha-se percebido um número maior de jovens com idade aproximada entre 13 e 20 anos, os grupos focais também registraram a presença de pessoas mais velhas, e, em particular, no primeiro grupo focal, com presença de Alan e Marcelo. Essas variações também eram observadas no público em geral que visitava a sala temática e a sala de debates.

Dentre os participantes dos grupos focais, pude perceber que alguns usavam roupas ou acessórios que faziam referências a outros *animês* como *Naruto* e *Bersek*, outros usavam roupas que faziam referência a personagens de histórias em quadrinhos e filmes da *Marvel* e *DC* como *Justiceiro* e *Coringa*. Havia também participantes usando cosplays de personagens do jogo *Mortal Kombat*<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Franquia de jogos de luta inicialmente lançada para a plataforma Nintendo.

É interessante observar como uma sala temática, que propõe trazer atrações e discussões sobre *Os Cavaleiros do Zodíaco* foi capaz de reunir pessoas tão diferentes, com idades e características bem diferentes, a fim de dialogar acerca de um mesmo produto cultural, nesse caso, o *animê* objeto da presente pesquisa. Tais fatores nos levam a destacar novamente as questões relativas às discussões identitárias.

Conforme já se verificou ao longo da explanação, o sujeito pós-moderno possui uma identidade cada vez mais fragmentada em virtude da imersão no consumo cultural de diferentes mídias. (KELLNER, 2001, p. 298). O próprio Hall (2006, p.12), ao discutir a condição das identidades pós-modernas aponta que “O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas.”

Essas composições identitárias não acontecem ao acaso e são mediadas pelos processos inerentes à ação da globalização. Desse modo, um consumidor de determinado *animê* como *Os Cavaleiros do Zodíaco*, também é capaz de nutrir gostos por estilos musicais como *Rock and Roll* ou música *Pop*, fazendo disso também parte do seu repertório cultural. Esse repertório cultural ajuda a compor a sua subjetividade identitária, aqui observada como fragmentada.

Para Hall (2006, p. 75),

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem "flutuar livremente" Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha, Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de "supermercado cultural".

Desse modo, verifica-se que os sujeitos acabam por serem interpelados constantemente por diferentes vozes, que reivindicam parte de suas identidades fragmentadas. (SABAT, 2003, p. 95). Logo, esses sujeitos são compostos por diferentes gostos, diferentes afetos e diferentes características,

que constituem suas identidades, que, por sua vez, não devem ser vistas como estáticas, mas como identidades em constante transformação e reconstrução.

Há que se ressaltar que, mesmo nessa composição híbrida das subjetividades, existem identidades de sujeitos que se relacionam com as de outros sujeitos, verificadas, por exemplo, no compartilhamento de gostos e afetos em comum, o que pode repercutir em uma sensação de pertencimento grupal. Isso é possível graças aos fluxos culturais que permitem a circulação de diferentes produtos midiáticos capazes de gerar uma identificação de seus consumidores. Essas identificações podem, inclusive, atingir pessoas que ocupam espaços físicos distintos.

Segundo Hall (2006, p. 74),

*Os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de "identidades partilhadas" como "consumidores" para os mesmos bens, "clientes" para os mesmos serviços, "públicos" para as mesmas mensagens e imagens - entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo. A medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural.*

Em minha análise, acredito que essas identidades partilhadas podem ser verificadas ao observamos os frequentadores do *Anime Sun*. Da mesma forma, acreditamos que *Os Cavaleiros do Zodíaco* podem ser observados como parte desse repertório cultural que acompanha esses sujeitos, em especial os sujeitos que participaram dos grupos focais desenvolvidos. Contudo, esses mesmos sujeitos são compostos por inúmeros referenciais culturais que acompanham a sua composição identitária, e isso pode ser percebido na forma como falam ou na forma em que se vestem, o que segundo Canevacci (2005, p. 34) demonstra a forma como os sujeitos buscam se perceber, e embora possa parecer um “amotado de códigos sem significado”, na verdade constituem um “conjunto pleno de sentido”.

O ambiente dos grupos focais desenvolvidos na sala temática e na sala de debates de *Os Cavaleiros do Zodíaco* nos permite ter uma compreensão melhor desses sujeitos com identidades fragmentas que partilham do gosto por produtos culturais comuns, como é o caso dos *animês*. Esse consumo cultural em comum não necessariamente inviabiliza outros gostos e afetos que também formam suas subjetividades. Por isso, um fã de *Cavaleiros do Zodíaco*, pode



por exemplo, gostar também de produtos culturais ocidentais como histórias em quadrinhos do Homem-Aranha, ou mesmo fazer *cosplay* de personagens de outras mídias, como os de vídeo games, ou até mesmo usar camisas que façam referência a bandas de rock ou qualquer outro estilo musical.

Tais características foram observadas também nos diálogos desenvolvidos nos grupos focais, que embora tenham sido ancorados em *Cavaleiros do Zodíaco*, também serviram de palco para outras discussões envolvendo, por exemplo, outros *animês* e outros produtos culturais midiáticos como filmes e músicas.

Há que se ressaltar que *Os Cavaleiros do Zodíaco* enquanto produção cultural japonesa, possui característica de mídia híbrida na medida em que trabalha em sua narrativa com diferentes culturas e diversas mitologias que compõem seus personagens, o que, segundo Wagner (2008, p. 61), repercute no alcance de diferentes tipos de público.

Esta obra apresentou ao mundo uma produção de mídia híbrida, com fácil compreensão, enredo emocionante, episódios integrados e interdependentes que cativou um público fiel, provocando uma febre de *fanzines* no Japão e no mundo que não se repetiu, em tais proporções, com qualquer outra série ou produção.

Tais características podem, a nosso ver, influenciar na formação de um público com características bem diversas, o que talvez também repercutiu nas visitas e participações na sala temática de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, bem como nos grupos focais.

Outro aspecto que achamos importante no que tange à presente pesquisa, diz respeito aos diálogos desenvolvidos no ambiente do grupo focal, os quais serão brevemente analisados nas próximas subseções.

### 3.5.3 Alguns apontamentos sobre as falas dos grupos focais

#### 3.5.3.1 *Os Cavaleiros do Zodíaco: primeiro contato*

Embora a primeira versão do *animê* seja relativamente antiga, e tenha sido transmitida pela primeira vez no Brasil através da Rede Manchete de Televisão nos anos 90, boa parte dos membros dos grupos focais afirmaram em suas falas terem conhecido o seriado através de outras plataformas. Internet e vídeo game foram alguns dos contatos iniciais do público com o

seriado em questão. Também houve os que conheceram o *animê* através de outras emissoras de televisão como, por exemplo, a Rede Bandeirantes, que exibiu a animação nos anos 2000.

Há que se ressaltar que *Os Cavaleiros do Zodíaco* é um produto cultural com finalidade lucrativa, desenvolvido e veiculado por organizações empresariais. Segundo Wagner (2008, p. 30), “O objetivo primeiro dessas organizações empresariais não é o bem-estar das pessoas, mas o lucro auferido pela venda de seus produtos de consumo.”

Na medida em que esses produtos culturais alcançam os interesses auferidos por seus produtores, e novas demandas por produtos culturais como esse surgem, *animês* como *Os Cavaleiros do Zodíaco* acabam por permanecer no ambiente televisivo e também continuam a ser comercializados em diferentes variações enquanto continuarem rentáveis. Desse modo, jogos, álbuns e novas sagas que fazem referência a Cavaleiros do Zodíaco acabam por aumentar a rede de contatos com seus antigos consumidores, bem como conquistar novos consumidores.

A globalização de modo geral acaba por auxiliar na circulação destes artefatos culturais e no suprimento de demandas por *animês*. (ALBUQUERQUE; CORTEZ, 2013, p. 56).

Ao que se verifica pelos diferentes momentos em que os participantes demonstraram ter tido seu primeiro contato com a produção de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, bem como as diferentes plataformas pelas quais isso se deu, esse *animê* e seus derivados mercadológicos ainda possuem espaço no mercado cultural internacional, algo perceptível ao observar produções atuais da série como *The knights of Zodiac* desenvolvido para a plataforma de *streaming* Netflix e o jogo de celular *Saint Seiya: Awakening*.

### 3.5.3.2 Modelos de superação e suas pedagogias

No geral, a narrativa de *Os Cavaleiros do Zodíaco* chama a atenção de quem participou dos grupos focais porque trabalha com questões relativas a modelos a serem seguidos por quem assiste o *animê*: a importância de não desistir diante das adversidades e lutar pela amizade. Boa parte da narrativa de *Os Cavaleiros do Zodíaco* diz respeito a essas questões, e isso foi pontuado de

modo geral nos grupos focais como um fator atrativo a quem assiste o desenho animado japonês.

Segundo os participantes dos grupos focais, *Os Cavaleiros do Zodíaco* possui uma “função pedagógica”, na medida em que busca, por meio de identificação entre os interlocutores e os personagens, trabalhar esses valores. Segundo um participante, “Muitas das vezes você tem dificuldades, e tenta superar. Se o cara conseguiu, até eu vou vencer essa dificuldade.” (MARCELO, GF-2018). Como colocado por Marcelo, os cavaleiros representavam uma referência, um caminho pelo qual a juventude poderia caminhar, e um modelo atrativo de vida que poderia, dentro de um contexto próprio, ser seguido por seus interlocutores. *Os Cavaleiros do Zodíaco* enquanto gênero televisivo de entretenimento, acabava por funcionar também em um campo pedagógico.

Segundo Guattari (1981, p. 53), “a educação televisual modela o imaginário, injeta personagens, cenários, fantasmas, atitudes, ideais (...)”. Logo, a televisão é capaz de operar em um campo educativo trabalhando a partir da imaginação do interlocutor, mobilizações de afetos, injetando assim valores a serem seguidos por quem lhe assiste. Tais efeitos podem ser sentidos de formas diferentes em determinados momentos históricos específicos, mas também de forma semelhantes.

Apesar das diferenças de idade e dos diferentes períodos em que Fernando (2018) e Marcelo (2018) tiveram contato com *Os Cavaleiros dos Zodíaco*, ambos entendem que o seriado vende a ideia de que é necessário superar limites.

Segundo Kelnner (2001, p. 27), produções que visam lucro, buscam produzir coisas que sejam populares, com significados comuns que atraiam o maior número de pessoas possível, buscando, assim, ser eco de vivências sociais. Algo que conseguimos ilustrar bem na forma assemelhada em que *Os Cavaleiros do Zodíaco* foram explanados por Fernando e Marcelo, demonstrando que, ao menos nesse caso, mesmo em membros do grupo focal com características distintas, o *animê* acaba por ser recepcionado de forma assemelhada.

No grupo focal de 2018 o participante Athos entendeu que o *animê*, com sua diversidade de cavaleiros e demais personagens, passa um ensinamento

de respeito e tolerância às diversidades, na medida em que contempla variadas etnias. Aqui, entendemos que a percepção de Athos, no que tange a *Os Cavaleiros do Zodíaco* também tem um sentido de artefato cultural pedagógico conforme o que foi apontado por Marcelo e Fernando, na medida em que ensina os seus interlocutores maneiras de “ser” e de “viver”. (WAGNER, 2008. p. 18).

Por meio do imaginário e da performatividade das lutas, das simbologias mobilizadas em sua narrativa, *Os Cavaleiros do Zodíaco* acaba por ser utilizado como instrumento pedagógico eficiente no que tange a ensinar aos seus interlocutores, certos modos de vida.

### 3.5.3.3 *Episódios favoritos*

O *animê* em si é caracterizado por elementos simbólicos e a sua narrativa é permeada por dramaticidade, alguns episódios mais do que em outros, como é o caso dos episódios que foram votados para serem exibidos na pequena seção de cinema que funcionou na sala temática, em seu segundo dia, no ano de 2018. Nos grupos focais em geral, os episódios que envolviam uma carga maior de dramaticidade eram normalmente colocados como os favoritos por seus membros, o que foi observado na fala de David (GF-2018) ao afirmar que “pela emoção” o episódio que mostra a batalha entre Hyoga de Cisne e seu mestre Camus de Aquário é um de seus favoritos.

*Os Cavaleiros do Zodíaco*, assim como outras produções japonesas, possuem elementos distintos que lhe diferenciam das produções ocidentais. Segundo Luyten (2000, p. 29), as animações japonesas encontram aceitação internacional porque mobilizam em suas narrativas temas considerados universais como amizade, esforço e amor.

A produção de *Cavaleiros do Zodíaco* se apresenta como mídia híbrida de fácil compreensão, ambientada por um enredo emocionante (WAGNER, 2008 p. 61). Logo, produções como essas, são capazes de gerar uma identificação com seus interlocutores, uma vez que o elemento humano é bastante trabalhado nessas produções.

Desse modo, acredito que as dificuldades e sofrimentos pelas quais passam os personagens principais durante a sua jornada de herói na, podem ser observados como fatores importantes na escolha dos episódios favoritos.

#### *3.5.3.4 Personagens favoritos*

Os *Cavaleiros do Zodíaco* possui um número variado de personagens, com diferentes perfis, diferentes formas físicas, e diferentes classes, mesmo entre os 5 personagens principais é possível perceber um contraste interessante entre personalidades e razões de “ser” de cada um deles. Assim, ao perguntarmos aos participantes do grupo focal quais eram seus personagens favoritos, estávamos tentando identificar com quais questões os membros do grupo se identificavam.

Um dos principais critérios para a escolha dos personagens dizia respeito aos signos compartilhados pelos personagens e os membros do grupo focal. Para alguns dos presentes, os cavaleiros que tinham os mesmo signos que os seus eram votados como sendo seus favoritos, em particular os cavaleiros de ouro que representam os 12 signos zodiacais.

De modo geral, as produções midiáticas enquanto produções capitalistas visam abarcar com seus produtos culturais algo que sirva para todos, trabalhando em cima das diferenças e pluralidade existentes. (KELLNER, 2001, p. 60-61). Sem querer apontar uma intencionalidade no que tange à produção, é possível perceber que os cavaleiros de ouro geram referenciais que podem produzir certa identificação com o público, o que foi percebido nas manifestações nos grupos focais.

Outros personagens também foram escolhidos por conta de critérios diferentes, como empatia por suas histórias sofridas em busca do seu aperfeiçoamento enquanto guerreiros, como é o caso de Hyoga e Shiryu.

Podemos perceber, em linhas gerais, que algo que gera simpatia aos membros do grupo focal em relação a esses personagens diz respeito ao elemento mais humano das dificuldades e sofrimentos pelo qual os personagens passam. Isso pode ser identificado em falas dos participantes como: “eles sofreram muito”.

Segundo Kellner (2001, p. 32),

O entretenimento e a ficção articulam conflitos, temores, esperanças e sonhos de indivíduos e grupos que enfrentam um mundo turbulento e incerto. As lutas concretas de casa sociedade são postas em cena nos textos da mídia, especialmente na mídia comercial da indústria cultural cujos textos devem repercutir as preocupações do povo, se quiserem ser populares e lucrativos.

Verificamos que *Os Cavaleiros do Zodíaco* enquanto produto ficcional, trabalha a partir de seus personagens, com temas íntimos aos seus receptores como medos, conflitos e esperanças, o que faz gerar uma boa aceitação no que tange ao público que consome esses produtos culturais.

Ikki de *Fênix* foi também um dos personagens mais apontados como favorito pelos participantes do grupo focal de *Os Cavaleiros do Zodíaco*. Ikki é o tipo de personagem que possui uma postura mais agressiva, normalmente tende a aparecer no último momento e, diferentemente do seu irmão Shun, cuja figura é mais pacifista, não costuma ser piedoso com seus inimigos.

Ao que podemos verificar, o referido *animê* trabalha em contexto de batalhas e lutas, logo, possui como pano de fundo a violência como um elemento comum da narrativa. Dentre os cavaleiros protagonistas da série, Ikki é o guerreiro que mais exerce aquilo que Williams (2016) aponta dentro dos meios de comunicação, como “violência autorizada” em resposta a “violência não autorizada” exercida pelos vilões do seriado. Segundo o autor, “a violência não autorizada” é aquela concebida como injusta, dentro do conjunto de valores inerentes a determinado sistema social, e esses valores, ajudam a delimitar quais os tipos de violência autorizada. (WILLIAMS, 2016, p. 132).

Ikki enquanto protagonista se apresenta como quem tende a exercer sem piedade a “violência autorizada” na medida em que, normalmente, faz seus inimigos sucumbirem em batalha. Esses inimigos são desumanizados, uma vez que o “inimigo” é quem exerce o papel de pessoa “do mal” (KELLNER, 2001, p. 93). Assim, um personagem que se apresenta como a justiça implacável frente a essas “injustiças cometidas pelos vilões” acaba por ganhar atenção e validação dos fãs de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, uma vez que, segundo Kellner (2001, p.57), “o público aprende a sentir prazer quando os “malvados” são violentamente eliminados”. No caso de Ikki, toda essa violência e agressividade enquanto personagem forte e inabalável contra os vilões, é

trabalhada através das simbologias de sua constelação protetora de forma performática. Não importa o quanto o inimigo seja poderoso, Ikki de *Fênix* sempre “renascerá das cinzas”<sup>49</sup> a fim de destruir sem piedade o mal.

Em contrapartida, Shun de *Andrômeda*, que representa justamente o inverso de Ikki foi apontado, mais precisamente no terceiro grupo focal, como sendo um dos personagens favoritos pelos participantes, justamente por aquilo que representava enquanto personagem mais pacifista e sensível, que não necessariamente busca resolver seus conflitos apenas com violência. Como é colocado pelo próprio L (GF-2019) “Shun é entre os protagonistas o mais forte, e tem ciência disso, mas opta por resolver os conflitos de forma pacífica antes de entrar em um embate de fato.” Shun, diferentemente de Ikki, consegue nutrir empatia por seus inimigos, e detesta machucar outras pessoas, e, por essa razão, é tido por seu irmão como demasiadamente misericordioso e tolerante para com seus oponentes.

Wagner (2008, p. 92) que analisou em sua pesquisa os perfis masculinidade n*Os Cavaleiros do Zodíaco*, afirma que os cavaleiros no *animê* representam força e vigor, e todos eles possuem um traço bem definido, com diferentes características, servindo como referência para o interlocutor como modelos que se considerem desejáveis.

Entendemos que essa diversidade de personalidades e personagens gera mais possibilidades de identificação por diferentes tipos de interlocutores pois, como apontar Kellner (2001, p. 61) “A mera valorização da diferença como marca de contestação” pode auxiliar na venda de produtos culturais midiáticos, e com *Os Cavaleiros do Zodíaco* isso não é diferente.

Acreditamos que as percepções que os personagens Shun e Ikki provocam no público de *Os Cavaleiros do Zodíaco* é um aspecto importante e interessante do estudo de recepção dessa produção, por isso, agora nos aprofundaremos um pouco mais nesses personagens, em especial no que se refere aos seus valores, contrastes e estéticas enquanto personagens, bem como a forma como são percebidos pelo público.

---

<sup>49</sup> Em referência a ave mitológica imortal, Ikki de fênix é um personagem que constantemente consegue escapar da morte certa, e mesmo em dados momentos da série quando é tido como morto, consegue retornar.

### 3.5.3.5 Shun e Ikki

Apesar de já se passarem muitos anos, me lembro muito bem das brincadeiras que envolviam *Os Cavaleiros do Zodíaco* nos meus primeiros anos na escola. Normalmente, eu, meu irmão, e alguns amiguinhos na hora do recreio, gostávamos de brincar de cavaleiros, cada um então escolhia um cavaleiro para fingir ser, sendo que o Ikki era o favorito, todos queriam ser o Ikki de *Fênix*, inclusive eu, mas ninguém queria ser o Shun, personagem tido como fraco, porque preferia evitar uma luta a de fato lutar com seus inimigos. Além disso, esse personagem tinha traços e contornos leves como os de uma mulher, bem como uma armadura rosa que representava justamente a figura mitológica da princesa *Andrômeda*. Para Wagner (2008, p. 96), “a cor das roupas de Shun parece produzir sentido que o posiciona como masculinidade desviante”. A cor de sua armadura é uma cor que carregava, em minha época de criança, o estereótipo de feminino.

Segundo Hall (2006, p. 63), a estética dos corpos possui uma natureza discursiva, atuando em termos de diferenças no que tange a características físicas, funciona como marcas simbólicas a fim de diferenciar determinado grupo de outro.

A experiência do primeiro grupo focal de *Os Cavaleiros do Zodíaco* no qual Shun foi hostilizado por alguns participantes em virtude de sua personalidade pacífica e doce e dos seus traços leves, demonstra certas inscrições identitárias acerca de modelos masculinos valorizados e desvalorizados pelos membros do grupo focal. Segundo Wagner (2008, p. 96), “as representações de masculinidade mais comuns identificam sensibilidade e fragilidade como algo estranho na conduta masculina, características que colocariam este sujeito sob suspeita.”

As opiniões negativas com relação ao personagem Shun de *Andrômeda* são apontadas como negativas no primeiro grupo focal em contraste ao personagem Ikki, que representa, em vários aspectos, o outro lado da moeda de seu irmão Shun, como uma figura mais agressiva e impiedosa. Nesse aspecto, é possível perceber como a percepção desses personagens enquanto referenciais masculinos operam nos campos identitários.

Segundo Wagner (2008, p. 40),



Essa polarização produz e posiciona, de certas maneiras, as identidades masculinas e femininas, bem como produz e distingue masculinidades entre si, hierarquizando-as e estabelecendo o que é tido como normal e como desviante, para identificar o bom e o mau caráter, o hetero e o homossexual, o belo e o feio, o justo e o injusto, o sábio e o ignorante, o forte e o fraco que, por ações bondosas devem ser protegidos e/ou transformados.

Há que se ressaltar que, para Kellner (2001, p. 93), “as reflexões sobre as representações de masculinidade e raça no cinema deixam claro que esses fenômenos são socialmente construídos”. Nesta linha, Barroco (2005, p. 43) destaca que

A moral interfere nos “papéis” sociais, donde sua caracterização como um modo de ser, um ethos que expressa a identidade cultural de uma sociedade, de uma classe, de um estrato social, num determinado momento histórico. Por sua perspectiva consciente, ou seja, pelo fato de o indivíduo aceitar intimamente os valores, passa a fazer parte do seu “caráter”; por função integradora, estabelecendo vínculos sociais, está presente em todas as atividades humanas.).

Desse modo, as percepções sobre essas representações masculinas e femininas podem sofrer variações e valorações distintas, e isso foi observado na experiência do terceiro grupo focal, no qual Shun, foi elencado como sendo um dos personagens mais interessantes para os participantes, justamente por ter uma figura mais pacífica e sensível em relação aos demais protagonistas e em relação ao seu irmão Ikki. Todo esse contraste e inscrição identitária são verificados nas diferentes percepções dos personagens, construídos a partir do “olhar das diferenças”.

Ao que se verifica, embora admitamos que haja intencionalidade não puramente comercial no que tange aos produtos midiáticos culturais, verifica-se que não existe um controle sobre a forma pela qual o público vai receptionar determinada produção, tendo em vista as distintas características espaciais e históricas que acompanham as subjetividades identitárias de quem consome os produtos culturais midiáticos. As diferentes percepções sobre os personagens Shun e Ikki demonstram um pouco dessas questões.

### 3.5.3.6 A trilha sonora

Embora não tenha sido um dos principais assuntos abordadas nos grupos focais, as músicas que envolvem o *animê* também tiveram seu espaço nas discussões. Tanto as aberturas, quanto os encerramos e trilhas, foram

apontados pelos membros dos grupos focais, sobretudo no primeiro e no segundo grupo focal, como fatores importantes no seriado.

Conforme verificamos em nosso segundo capítulo, as músicas de abertura, encerramento e trilhas são partes importantes dos elementos narrativos e simbólicos. Elas aproximam o receptor da dramaticidade empregada nos episódios, ao estado de espírito dos personagens, entre outros.

Músicas como *Pegasus Fantasy* fazem o público sentir vontade de cantar em voz alta e nunca desistir dos seus objetivos. É quase como um convite irrecusável para se juntar aos cavaleiros de *Athena* em sua guerra contra o mal. Conforme aponta Wagner (2008, p.74),

Pode-se dizer que os jovens que escutam e cantam estas canções são interpelados continuamente pelas mensagens que os estimulam a lutar contra o mal, superar a dor, persistir, ultrapassar barreiras, encarar sem temor o destino, manter a esperança.

Tanto as aberturas, quanto os encerramentos e demais trilhas sonoras acabam por ocupar espaços importantes na narrativa de *Cavaleiros do Zodíaco*.

### 3.5.3.7 Questões problemáticas nos Cavaleiros do Zodíaco

Os *Cavaleiros do Zodíaco*, assim como os *animês* do gênero *shonen*, costumam trabalhar a ideia de que não desistir deve ser a característica de um homem/guerreiro. O verdadeiro herói é aquele que não se entrega por pior que seja a situação, o que eventualmente é recompensado com a vitória. No entanto, esse aspecto tomado como positivo por boa parte dos grupos focais foi visto de forma negativa por membros do terceiro grupo focal, uma vez que exprimem um ideal produtivo que, via de regra, pode não considerar as particularidades de cada pessoa.

Para Kellner (2001, p. 60), a teoria social da escola de Frankfurt situava a análise da indústria cultural com instrumentos que reproduziam as ideologias capitalistas. Buscando integrar os indivíduos em suas zonas de produção, e através de seu “poder de sedução”, acabam por seduzir novos consumidores. Dentro dessa perspectiva, acreditamos que produções como *Os Cavaleiros do Zodíaco*, entre outros *animês*, reproduzem alguns aspectos dessas ideologias

inerentes ao sistema de produção capitalista, quando reafirma discursos como “a necessidade de não desistir”, a necessidade de “persistir até vencer, mesmo diante de qualquer sofrimento”.

Segundo Kellner (2001, p. 61), a escola de Frankfurt foi excelente ao apontar linhas de dominação dentro da indústria cultural, mas não foi tão “sagaz para trazer momentos de resistência e contestação.”

Segundo Canclini (2006, p. 150), identificar o público como um setor homogêneo no qual os produtos irão produzir os mesmos sentidos antes do contato com os produtos culturais é demasiadamente perigoso, sobretudo em sociedades complexas onde a gama cultural é bem heterogênea.

No âmbito local, é possível perceber, através de nossa experiência, que os efeitos que *animês* como *Os Cavaleiros do Zodíaco* podem produzir, se desdobram de formas distintas, e mesmo um discurso sedutor presente na produção e tomado por alguns, pode ser verificado como problemático para outros.

#### 3.5.3.8 *Aquilo que não foi dito, a invisibilidade feminina.*

Quando conversamos sobre algo que nos agrada é uma tendência natural não dar visibilidade a questões que podem ser vistas como problemáticas, focando em questões que nos animam em determinado assunto.

Com relação aos grupos focais, foi possível perceber que muitos assuntos interessantes relativos a *Cavaleiros do Zodíaco* foram apontadas no debate, porém, muitas questões também deixaram de ser pontuadas, e o silêncio também diz algo.

Normalmente, em aspectos gerais, os participantes dos grupos focais focaram suas discussões em questões que consideravam positivas na narrativa da série, como valores, a saber: companheirismo, honra, respeito e superação. No entanto, questões relativas a outras possíveis temáticas não foram abordadas nos grupos focais. Em particular, poderíamos citar a forma como as personagens femininas são invisibilizadas na série. A própria deusa *Athena* que é a personagem central na existência dos cavaleiros, por vezes é vista unicamente como uma figura secundária na narrativa.

De modo geral, *Os Cavaleiros do Zodíaco*, embora trabalhe bastante em sua narrativa com elementos identitários híbridos, articulados por variadas questões culturais que dão margem a múltiplas identidades, também acaba por reproduz estereótipos de “bom e mal”, e lugares de mulheres e homens. Isso é a forma como é trabalhado o estereótipo, o que, segundo Bhaba (1998),

É uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre “no lugar”, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido... como se a duplicidade essencial do asiático ou a bestial liberdade sexual do africano, que não precisam de prova, não pudessem na verdade ser provados jamais no discurso (BHABHA, 1998, p. 117).

*Os Cavaleiros do Zodíaco* em especial, trabalha com a questão de espaços para homens e mulheres. Lugares ocupados por personagens que, em algum momento, aparentam ter menos ou mais importância na narrativa, e acabam por serem invisibilizados em dados momentos da história.

Passaremos, a partir do próximo tópico, a apontar e explicar a pesquisa quantitativa, elaborada através de questionários do *Google Forms*, com a finalidade de complementar as pesquisas com grupos focais e fornecer mais dados sobre o consumo cultural de *Cavaleiros do Zodíaco*, em contexto local.

### **3.6 Pesquisa quantitativa**

A fim de nos aprofundarmos nas questões que dizem respeito à recepção do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* no âmbito local, elaboramos um pequeno questionário no *Google Forms* (Anexo II), com o intuito de produzir dados quantitativos, visando complementar os dados levantados até então. Frisamos mais uma vez que a pesquisa principal proposta pelo presente trabalho é aquela desenvolvida com grupos focais, possuindo esta, a finalidade exclusiva de fornecer informações e dados adicionais, acerca do contato, ou não contato, dos fãs locais e apreciadores de animação japonesa com o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco*.

Procuramos direcionar a presente pesquisa a pessoas que seguem páginas de animencontros da cidade de Araguaína, bem como grupos de *WhatsApp* de eventos de *animê* local. Liberamos então nosso questionário nas

páginas de *Facebook* do *Anime Sun*<sup>50</sup> e do *Animanara*<sup>51</sup>, bem como, em grupos de *WhatsApp* de ambos os eventos. É importante pontuar que, apesar do evento *Animanara* ter deixado de acontecer alguns anos atrás, os grupos de *WhatsApp* e páginas de *Facebook* ainda estavam ativas, até a conclusão da pesquisa.

Buscamos elucidar através dos questionários algumas informações sobre a idade dos participantes, gênero, bem como o contato destes com eventos de *animês*. Partimos do pressuposto de que os membros de grupos de *WhatsApp* de eventos, bem como os seguidores das páginas poderiam, ou não, já ter frequentado algum evento de animação japonesa, ou outros festivais com temáticas diferentes, dentro ou fora do Tocantins. Dentre outras questões, a presente pesquisa buscou apontar através dos questionários, se os participantes conheciam ou haviam assistido *Os Cavaleiros do Zodíaco*.

Destaque-se mais uma vez, que todos que seguissem as páginas de *Facebook* dos eventos mencionados, bem como participassem dos respectivos grupos de *WhatsApp* poderiam responder o questionário. Logo, eventualmente pessoas que não moram na região, mas seguem as páginas dos festivais ou integram os grupos de *WhatsApp* poderiam participar da pesquisa se assim quisessem.

O questionário foi aplicado a 100 pessoas com idades variadas entre 15 e 51 anos, conforme verificado na própria entrevista, sendo que a grande parcela dos que responderam ao questionário afirmaram possuir entre 20 e 27 anos. A pesquisa ficou disponível do dia 10 ao dia 11 de Setembro de 2020.

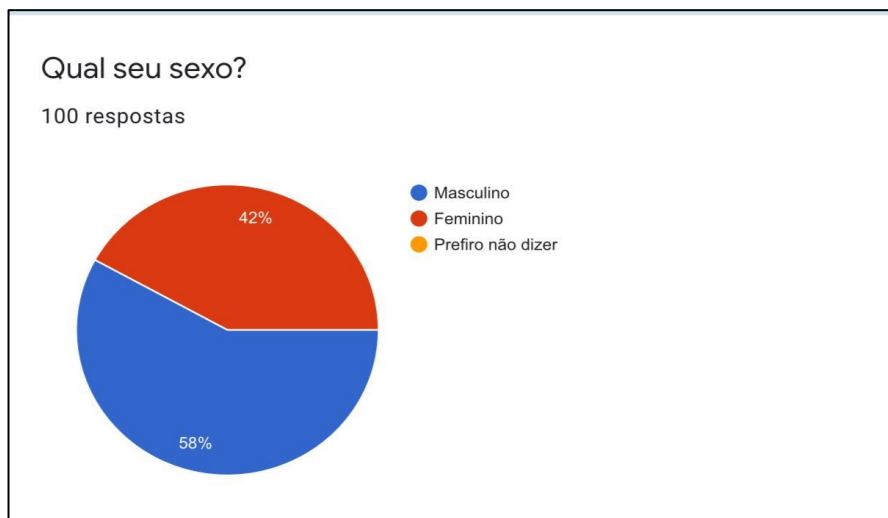
Embora os grupos focais de *Os Cavaleiros do Zodíaco* das edições de 2018 e 2019 não tenham tido um número tão substancial de participantes do sexo feminino em relação aos participantes do sexo masculino, o número de participantes do sexo feminino no questionário do *Google Forms* foi bem maior e representou cerca de 42% dos respondentes, ou seja, quase metade dos participantes conforme se verifica no gráfico a seguir:

---

<sup>50</sup> <https://www.facebook.com/groups/AnimeSun>

<sup>51</sup> <https://www.facebook.com/groups/animanara>

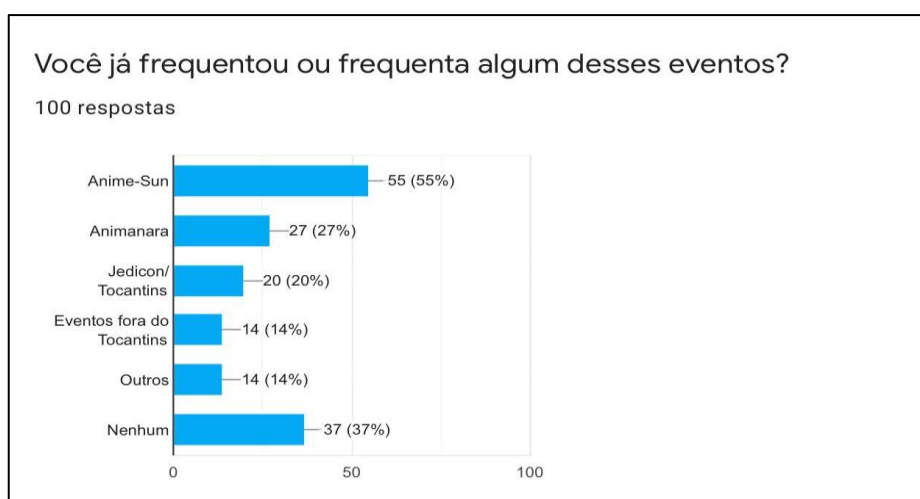
**Gráfico 1** – Percentual de homens e mulheres que responderam ao questionário.



Fonte: elaborado pelo autor.

Um dos aspectos abordados no questionário foi o contato que os participantes tinham ou haviam tido com eventos de natureza *geek*, *otaku* e *nerd* no Tocantins. Foi levantada a questão se o participantes frequentavam ou já haviam frequentado eventos dentro ou fora do Tocantins, como por exemplo o *Anime Sun* no qual foram realizados os grupos focais de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, ou o *Animanara*. É importante destacar que, no questionário, os participantes poderiam marcar múltiplas respostas.

**Gráfico 2** – Percentual de pessoas que frequentam ou já frequentaram animencontros.

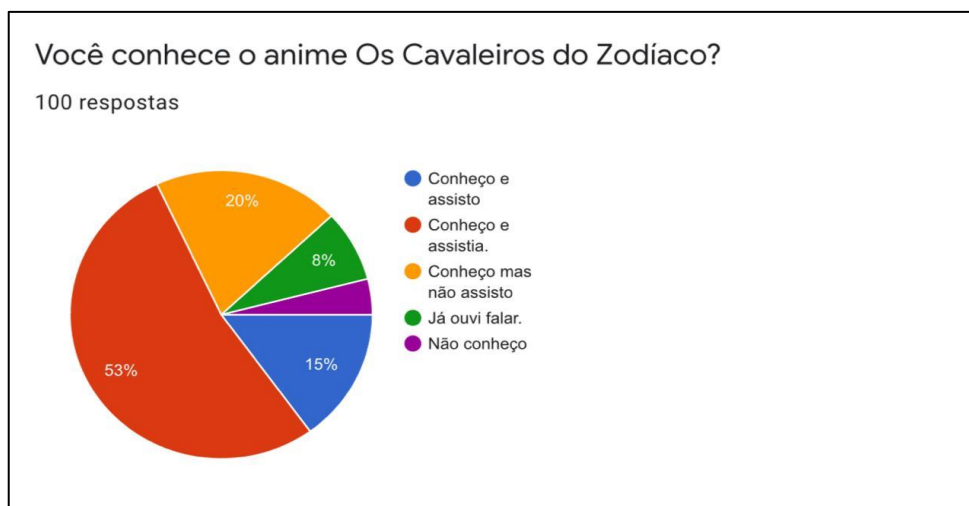


Fonte: elaborado pelo autor

Como se verifica através do gráfico, a maioria dos participantes afirmou frequentar ou já ter frequentado o evento *Anime Sun*. Um número menor afirma já ter frequentado o *Animanara*, do qual já fui organizador. Ressalta-se que, por ser um questionário de múltiplas possibilidades de marcação, boa parte dos 27% dos que afirmaram frequentar ou já terem frequentado o *Animanara*, possivelmente podem ter frequentado também o *Anime Sun*.

Em termos gerais, 37 dos participantes nunca participaram de qualquer tipo de evento dessa natureza. O gráfico não significa necessariamente que todos que já frequentaram ou que ainda frequentam animencontros ou de caráter semelhante não consomem produtos culturais japoneses. Como exemplo, poderia citar alguns amigos que assistem *Os Cavaleiros do Zodíaco*, sem nunca terem frequentado eventos de *animê* ou análogos. Da mesma forma, entendemos que boa parte dos frequentadores de eventos não assiste ou não assistiram *Os Cavaleiros do Zodíaco*, embora conheçam ou já tenham ouvido falar. Essa questão também foi objeto de questionamento conforme se verifica no gráfico abaixo:

**Gráfico 3** – Percentual de pessoas que conhecem *Os Cavaleiros do Zodíaco*.



Fonte: elaborado pelo autor

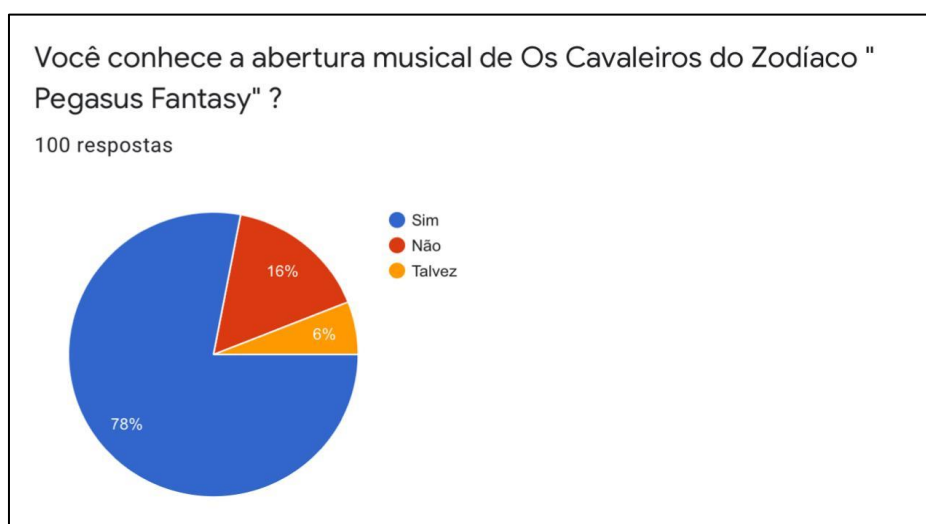
Como se verifica através do gráfico acima, a grande parcela dos participantes conhecem *Os Cavaleiros do Zodíaco* e já assistiram ao anime no passado. 20% dos participantes afirmaram conhecer, mas não assistir, em contraste com 15% dos participantes que afirmaram conhecer e ainda assistir à

série atualmente. Na contagem geral, 96 dos participantes afirmaram conhecer ou já ter ouvido falar, e 4 afirmaram não conhecer o *animê*.

No intuito de verificar como os participantes tiveram seu primeiro contato com o seriado, outro questionamento foi formulado no questionário. Através dele verificou-se que grande parcela dos participantes, um pouco mais da metade, tiveram contato com o *animê* através da TV aberta: 26% pela Rede Manchete, e 31% por meio da Rede Bandeirantes. Outro fator interessante é que 19% destes tiveram contato com a série por influência de amigos.

Outro dos pontos que foi objeto no questionário, buscava verificar se os participantes reconheciam ou não a abertura musical mais popular de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, *Pegasus Fantasy*. Em minha experiência como organizador, constatei ao longo desses anos, que boa parte dos frequentadores de eventos, em decorrência da imersão cultural, ou mesmo diante do contato com diferentes produtos midiáticos, acabam por assimilar determinados códigos populares, como músicas e trilhas sonoras marcantes. Por exemplo, posso nunca ter assistido a um episódio do Sítio do Pica-pau Amarelo, de Monteiro Lobato, em versões novas ou antigas, mas posso conhecer perfeitamente a música de abertura. Por essa razão, questionamos aos participantes se eles conheciam a música de abertura mais popular do *animê* (*Pegasus Fantasy*), e como resultado obtivemos os seguintes números:

**Gráfico 4**– Percentual de participantes que conhecem a música de abertura de *Os Cavaleiros do Zodíaco*.

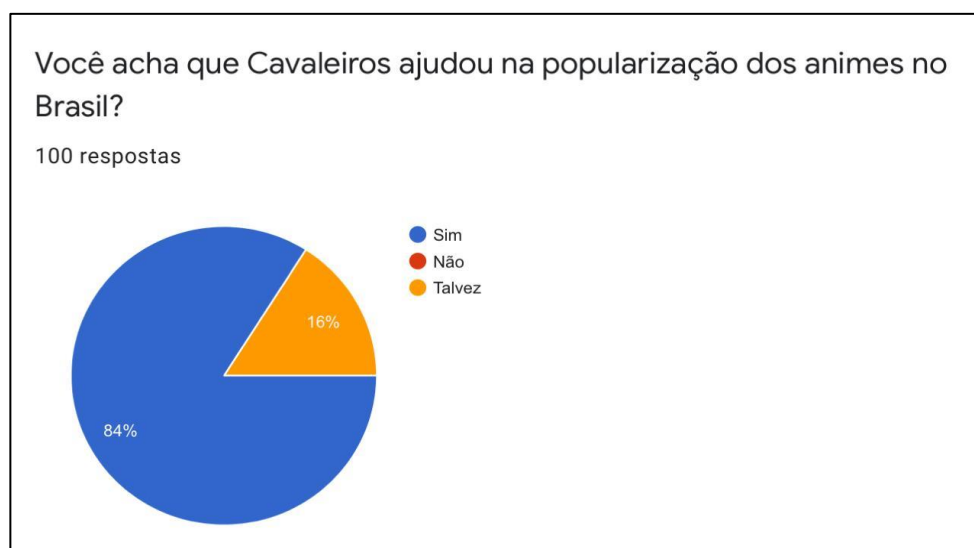


Fonte: elaborado pelo autor



Pelo gráfico, verifica-se que boa parte dos participantes alegam conhecer a música de abertura. Ressalta-se que, conforme já falado, muitos dos participantes podem conhecer a abertura musical mesmo sem ter assistido a um único episódio sequer do anime, o que, de certa forma, demonstra um pouco da popularidade, ainda que apenas de fragmentos, do *animê* entre os participantes. Tal questão foi aprofundada na pergunta posterior, à qual os participantes deveriam responder “sim”, “não” ou “talvez” para o seguinte questionamento: *Os Cavaleiros do Zodíaco* ajudaram na popularização dos animes no Brasil? As respostas podem ser verificadas no gráfico posterior:

**Gráfico 5** – Percepção dos participantes sobre a popularização dos animes no Brasil a partir d*Os Cavaleiros do Zodíaco*.



Para nossa surpresa, 84 dos participantes responderam de que achavam que o *animê Os Cavaleiros do Zodíaco* havia contribuído na popularização dos animes no Brasil, e outros 16 participantes afirmaram que talvez o *animê* tivesse ajudado nesta popularização. De tal modo, nenhum dos participantes entendeu que o anime não ajudou na popularização do gênero no Brasil.

Por último, questionamos os participantes acerca das suas opiniões sobre *Os Cavaleiros do Zodíaco*, dando a opção de múltiplas escolhas. 39 dos

participantes reconheceu o *animê* como bom entre as opções: bom, ruim ou mediano. 3 entenderam o anime como sendo mediano, sendo que nenhum dos participantes marcou a opção de que anime era ruim. A grande maioria dos participantes (48%) afirmou que o anime era importante em suas vidas, marcando positivamente sua infância, sendo que 25 desses membros também alegaram que o anime traz lições de vida importantes. Por outro lado, 6 participantes afirmaram que o anime era bom apenas para sua época, e por fim, um dos participantes marcou a alternativa de que o anime *Os Cavaleiros do Zodíaco* reproduz e reforça preconceitos.

Ao que pudemos perceber com a realização da presente pesquisa, o *animê Os cavaleiros do Zodíaco* é relativamente popular entre grupos que frequentam eventos de *animê* e também entre os que não frequentam. De modo geral, as pessoas que assistiram ou assistem ao anime, entendem o mesmo como um anime bom, apesar da sua temporalidade, e, sendo reconhecido como um fragmento importante da infância.

Nesta perspectiva, acreditamos que a produção *Os Cavaleiros do Zodíaco* enquanto “experiência televisiva” tem o condão de operar nas subjetividades, através de pontes construídas no imaginário do telespectador como um “fenômeno de fluxos” uma vez que, conforme aponta Williams (2016), a televisão é capaz de se relacionar de diferentes formas com os diferentes sujeitos, em meio a fluxos que dialogam memórias e subjetividades.

A partir da pesquisa qualitativa desenvolvida com os grupos focais, e da pesquisa quantitativa desenvolvida com o formulário *Google Forms* foi possível compreender a forma como o anime *Os Cavaleiros do Zodíaco*, enquanto produto cultural japonês é recepcionado no âmbito local, bem como os fatores capazes de possibilitar o contato e o consumo cultural animações japonesas.

Esse contato torna-se possível graças à ação da globalização e à expansão dos meios de comunicação que permitem uma maior circulação de artefatos e imagens produzidas pela indústria cultural, inclusive pelo Japão. (HALL, 2006, p. 79).

A ação da globalização permite o encontro entre o mercado global e o local, o que repercute na constituição das subjetividades locais. O mercado global é capaz gerar diferentes artefatos culturais, que acabam por integrar o arcabouço identitário. Desse modo, as identidades são percebidas como

conjuntos de elementos variáveis, muitas das vezes, desvinculadas de espaços e tradições fechadas.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem "flutuar livremente". (HALL, 2006, p. 75).

São os fluxos culturais entre nações e locais, mediadas pelos meios de comunicação, que criam possibilidades de identidades compartilhadas, uma vez que os consumidores acabam tendo o consumo por tal produto como comum, o que lhes gera a sensação de pertencimento que, por vezes, vai além de barreiras físicas e fronteiras nacionais. (Hall, 2006, p. 74).

Quando determinadas pessoas declaram que *animês como Cavaleiros do Zodíaco* fazem parte da sua infância, é possível perceber que existe, nessa afirmação, um compartilhamento de afetos capaz de gerar, ao menos em tese, um sentimento de pertencimento. No entanto, o contato com a produção de *Os Cavaleiros do Zodíaco* não necessariamente gera, por si só, a produção de afetos homogêneos, conforme se verificou nas pesquisas quantitativas e qualitativas desenvolvidas.

Tanto na experiência com os grupos focais como através dos questionários, foi possível perceber que *Os Cavaleiros do Zodíaco*, enquanto produto cultural televisivo japonês tem o condão de operar afetos e subjetividade no campo local, ocupando espaço importante na memória daqueles que assistiram ao *animê*, o que foi perceptível nas falas evidenciadas pela pesquisa qualitativa com grupos focais, e complementado pela pesquisa quantitativa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde criança até os dias atuais, quando me vejo em alguma situação difícil, ou mesmo quando quero expressar algo que me deixa feliz e empolgado, costumo utilizar alguma frase que ouvi em animações japonesas ou desenhos animados da minha infância. Vejo-me fazendo isso com mais frequência com as falas presentes em *Os Cavaleiros do Zodíaco*, *animê* este que fez e faz parte da minha constituição identitária. Não é incomum para mim, usar hora ou outra, palavras, frases de efeito ou mesmo gritos de guerra, como: “POR ATHENA”, “CÓLERA DO DRAGÃO” ou mesmo, o famoso “ME DÊ SUA FORÇA, PEGÁSO”, proferido pelo cavaleiro Seiya, antes de desferir seu golpe “*Meteoro de Pegáso*”. Algo que talvez alguns não saibam é que, na verdade o “*Me dê sua força, Pégaso*” é uma criação feita por dubladores a partir da comercialização da animação fora do Japão, e aqui no Brasil também foi adaptada pela dublagem brasileira. Desde a minha infância até os dias atuais, essa frase que, na verdade, se consubstancia em uma criação não cânone a partir do *animê*, ainda se faz presente no meu imaginário como algo inerente ao próprio personagem Seiya, como se em sua versão original, dele fosse.

É interessante observar tais questões, pois existem maneiras particulares de recepcionar *Os Cavaleiros do Zodíaco*, quando trabalhamos com a ideia de recepção de produtos culturais midiáticos no âmbito local, seja no campo do consumo cultural ou no campo mercadológico. Uma mensagem ou conteúdo pode ser recebido de diferentes formas, podendo até mesmo gerar coisas novas, com características próprias e híbridas, dentro daquilo que é produzido em termos de práticas culturais.

*Os Cavaleiros do Zodíaco* dentre outros *animês* como *Naruto*, *Dragon Ball* e *Pokémon*, são comercializados no mundo todo, no entanto, a forma como cada consumidor desses produtos culturais é interpelado por essas produções, pode se dar de formas bem diferente. Conforme exaustivamente evidenciado no corpo da pesquisa, a própria forma como os consumidores brasileiros experimentam o consumo cultural de *animês* e *mangás* é diferente dos japoneses, logo, o consumo de um mesmo produto cultural, não necessariamente irá gerar os mesmos afetos e práticas culturais.

A observação e análise da forma como as pessoas se apropriam de determinados ensinamentos e representações presentes em *Cavaleiros do Zodíaco*, em diálogo com os referenciais teóricos mobilizados nesta pesquisa, nos levaram a crer, que os sujeitos não são passíveis à indústria cultural. Eles possuem a possibilidade de extrair novos sentidos e dar novas interpretações às narrativas contidas nos produtos culturais, algo que ficou perceptível também na experiência com grupos focais.

Como organizador e frequentador de eventos de *animê* em Araguaína, pude perceber um pouco da forma como o público, experimenta o consumo cultural das animações japonesas. A relação com os artefatos culturais se torna tão intensa que acaba por repercutir diretamente em suas identidades e produção de sentido. Para muitos, não basta assistir ao *animê*, é necessário vestir-se de modo a imprimir aquele fragmento identitário. Também é necessário conhecer outras pessoas que tenham interesses em comum, bem como frequentar eventos que possam oferecer opções de lazer nesta temática. Essas são algumas das características que também observo em mim mesmo, pois, boa parte de minhas camisas fazem menção a algum personagem de *animê*, já fiz *cosplay* em várias ocasiões, inclusive 5 vezes como personagem *Dos Cavaleiros do Zodíaco*, dentre outros *hobbies* que possuo. Tais características, gostos e visualidades fazem parte de quem sou, de como me vejo e de como experimento o mundo a minha volta.

Por meio dos grupos focais realizados na sala temática e na sala de debates de *Cavaleiros do Zodíaco*, foi possível perceber que a produção em evidência, permeia no imaginário dos participantes da pesquisa, como artefatos importantes na constituição de suas subjetividades.

Complementarmente, através da pesquisa quantitativa e dos estudos sobre a presença dos *animês* no Brasil, é possível afirmar que *Os Cavaleiros do Zodíaco*, enquanto artefato cultural possui um papel significativo na popularização das animações japonesas e eventos de *animês*, repercutindo no campo local. Apesar da série já ter mais de 25 anos de sua primeira exibição em nosso país, ainda existem produtos atrelados à franquia original sendo lançados, como: jogos de *video game*, bonecos, seriados, *mangás* análogos à série, dentre outros artigos, contribuindo para que, mesmo os mais jovens tenham acesso, ainda que indiretamente a produção.

Através de toda investigação teórica e de campo realizada sobre o consumo cultural do *animê Os Cavaleiros do Zodíaco*, e particularmente, por meio das percepções dos participantes dos grupos focais realizados no evento *Anime Sun*, constatamos que *Os Cavaleiros do Zodíaco*, enquanto produção midiática, abarca em sua narrativa uma riqueza de símbolos e discursos envolvendo seus personagens, capazes de atuar na constituição identitária dos seus consumidores, bem como, gerar assimilação de conceitos e afetos. Essa espacialização do consumo cultural acontece de formas distintas, tendo em vista que os consumidores não são sujeitos passíveis a indústria cultural, podendo, a partir da recepção de um mesmo produto televisivo, construir novos significados e sentidos.

## REFERÊNCIAS

- ABULQUERQUE, Afonso; CORTEZ, Krystal. **Ficção Seriada, Cultura Nacional e Des-Occidentalização**: o caso dos ânimes. Contemporanea\ Revista de comunicação e cultura – v.11 – n.01 – jan-abril, 2013.
- BARBOUR, R. **Grupos focais**. Tradução: Marcelo Figueiredo Duarte. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- BARRAL, Étienne. **Otaku. Os filhos do virtual**. São Paulo: SENAC, 2000.
- BARROCO, Maria Lúcia. **Ética em Serviço Social**: fundamentos ontológicos. São Paulo: Cortez, 3. ed. 2005.
- BEZERRA, André Vinicius; LOPES, Gustavo Guilherme da Matta. A atuação da Nintendo no universo de jogos eletrônicos. In: **Congresso De Ciências Da Comunicação Na Região Sul**. Anais Eletrônicos. Londrina: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011.
- BHABHA, Homi. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BRANDÃO, Juanito de Souza. **Mitologia grega**. Petrópolis: Vozes. v.01, 1986.
- BRITO, Fábio Leonardo Castelo; ANDRADE, Kaio César Cunha. **‘Elevar o cosmo até o sétimo sentido’**: Geração Manchete, subjetividades juvenis e produção de sentidos em Picos-PI na década de 1990. Campo da História, v. 01, p. 01-13, 2017.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp. 4. ed. 2006.
- CANEVACCI, Massimo. **Culturas eXtremas**: mutações juvenis nos corpos das metrópoles. Rio de Janeiro: DP & A. 2005.
- DUTRA, Daniel de Souza. **A mitologia grega no mangá saint seiya – cavaleiros do zodíaco**. Lajeado: Univates, 2014. Monografia de graduação em História.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia, estratégias de linguagem e produção de sujeitos. In: CANDAU, Vera Maria (org.). **Linguagens, espaços e tempos no ensinar e aprender**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000, p. 75-88.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O estatuto pedagógico da mídia**: questões de análise. Educação & Realidade, v. 22, n. 2, p. 59-80, jul./dez. 1997.

GOIDA, H. C. Pequena história das histórias em quadrinhos. In: GOIDA, H. C.; KLEINERT, A. **Enciclopédia dos quadrinhos**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

GUATTARI, Félix. **Revolução Molecular**: pulsações políticas do desejo. São Paulo: editora brasiliense, 1981.

GUSMAN, Sidney. Mangás: hoje, o único formador de leitores do mercado brasileiro de quadrinhos. In: LUYTEN, Sônia M. Bibe (Org.). **Cultura pop japonesa**: mangá e animê. São Paulo: Hedra, 2005.

HAESBAERT, Rogério. **Territórios alternativos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. The work of representation. In: HALL, Stuart (org.) **Representation. Cultural representation and cultural signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Trad. Ivone C. Benedetti. Bauru: Edusc, 2001.

KURUMADA, Masami. **Enciclopédia Cavaleiros do Zodíaco**. São Paulo: Conrad, 2004.

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

MASSEY, Doreen. **Pelo espaço** – uma nova política da espacialidade. Bertrand do Brasil Editora, Rio de Janeiro, 2008.

MCCARTHY, David. **Arte pop**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

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

MORAES, M. **Ser humana**: quando a mulher está em discussão. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

MORGAN, D. L. **Focus group as qualitative research**. London: Sage, 1997.



MUNIZ, Marcelo Trilha. **Produções de sentido do telejornalismo em Araguaína**: o discurso dos telejornais locais da Rede Globo e Band. Orient. Plábio Marcos Martins Desidério. Araguaína: UFT, 2017. Dissertação de Mestrado.

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

\_\_\_\_\_. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia M. Bibe (Org.). **Cultura pop japonesa: Mangá e Animê**. São Paulo: Hedra, 2005.

PEREIRA, Ilíada Damasceno. **Hibridismos e mesclas culturais na construção de identidades e subjetividades em campeonatos de cosplay**. Orient. Raimundo Martins. UFG, 2013. Dissertação de Mestrado.

SABAT, Ruth. **Filmes infantis e a produção performativa da heterossexualidade**. Orient. Guacira Lopes Louro. Porto Alegre: UFRGS, 2003. Tese de Doutorado.

SAID, Edward W. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Abordagens e concepções sobre território**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

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

\_\_\_\_\_. **Japop**: o poder da cultura pop japonesa. São Paulo: NSP-Hakkosha, 2007.

SOARES, Thiago. Percursos para Estudos sobre Música Pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. **Cultura Pop**. Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2015.

TRAD, L. A. B. **Grupos focais**: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. Rio de Janeiro: Physis Revista de Saúde Coletiva. 2009.

URBANO, Krystal. **Entre japonesidades pop**: da Japão-mania à onda coreana do Brasil. Intercom, Universidade Federal Fluminense: Niterói. 2017.

\_\_\_\_\_. Krystal Cortez Luz. **Fãs, Cultura Otaku e o "consumo da experiência" do animes no Brasil**. Rio de Janeiro: Puc-Rio. 2013.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Anime e a poética da luta: metáforas e anagramas em Cavaleiros do Zodíaco**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Paraíba. Ano V, n. 09 – jul – dez. 2012.

WAGNER, Irmo. **Educação em animês**: aprendendo sobre formas de masculinidade com Os Cavaleiros do Zodíaco. Orient. Iara Tatiana Bonin. Canoas: ULBRA, 2008. Dissertação de Mestrado.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, PUCMinas, 2016.

## ANEXOS

### ANEXO I

#### ***RESUMO DA SAGA CLÁSSICA DE OS CAVALEIROS DO ZODÍACO***

##### 1. A SAGA DO SANTUÁRIO – Subdividida em cinco fases:

###### 1.1 Fase 1: A guerra galáctica - Episódios 1-6

Episódio 01: As lendas de uma nova era

Episódio 02: Quando Seiya veste a armadura de Pégaso

Episódio 03: Cisne, o guerreiro do Gelo

Episódio 04: O invencível golpe do dragão

Episódio 05: A ressurreição do Dragão

Episódio 06: Fênix, o guerreiro que voltou do inferno.

###### 1.2 Fase 2: Os Cavaleiros Negros - Episódios 7-15

Episódio 07: A vingança do Cavaleiro Fênix

Episódio 08: À procura da armadura de Ouro

Episódio 09: Os cavaleiros do apocalipse

Episódio 10: O túmulo da armadura sagrada

Episódio 11: Seiya enfrenta o Pégaso Negro

Episódio 12: As correntes da amizade

Episódio 13: As façanhas explosivas

Episódio 14: A derrota do espírito diabólico

Episódio 15: O segredo de Fênix

### 1.3 Fase 3: As Forças ocultas do Santuário - Episódios 16-22

Episódio 16: O ataque à fundação

Episódio 17: Temos que salvar Saori

Episódio 18: Os cavaleiros do abismo

Episódio 19: A ilha do espectro

Episódio 20: A traição do senhor do gelo

Episódio 21: A pirâmide de gelo

Episódio 22: O Cavaleiro das Chamas

### 1.4 Fase 4: Os Cavaleiros de Prata - Episódios 23-35

Episódio 23: O Anjo da Morte

Episódio 24: O vôo de Pégaso

Episódio 25: A revelação

Episódio 26: Os cavaleiros de aço

Episódio 27: O escudo da Medusa

Episódio 28: O golpe de misericórdia do Dragão

Episódio 29: O seqüestro de Saori

Episódio 30: O cosmo flamejante do amor

Episódio 31: A fronteira entre a vida e a morte

Episódio 32: A explosão da ilha da rainha da morte

Episódio 33: As lágrimas do Dragão cego

Episódio 34: Adeus companheiro, descansa em paz

Episódio 35: A esperança de Seiya

## 1.5 Fase 5: A Batalha das doze casas - Episódios 36-73

Episódio 36: As doze Armaduras de Ouro

Episódio 37: A decisão da Armadura de Sagitário

Episódio 38: Ataquem, cavaleiros de ouro

Episódio 39: Shiryu contra o máscara da morte

Episódio 40: A partida

Episódio 41: A crise de Atena

Episódio 42: Cosmo final

Episódio 43: Batalha na casa de Touro

Episódio 44: Gêmeos, o labirinto de luz e sombra

Episódio 45: Enviados para uma outra dimensão

Episódio 46: A corrente nebulosa de Andrômeda ataca desta vez

Episódio 47: O corajoso Yoga descansa em paz

Episódio 48: O Dragão volta do mundo dos mortos

Episódio 49: Shunrei reza por Shiryu

Episódio 50: Levante-se, Dragão

Episódio 51: Por que Leão tenta matar Seiya

Episódio 52: O golpe satânico de Áries

Episódio 53: Cassius morre por amor

Episódio 54: Ikki, a ave Fênix sem asas

Episódio 55: A súplica de Atena

Episódio 56: Shaka, o cavaleiro mais próximo de deus

Episódio 57: Shaka, abre os olhos

Episódio 58: Ikki morre corajosamente por amizade

Episódio 59: Yoga volta à vida

Episódio 60: O renascer de Yoga

Episódio 61: Renda-se, ou morra

Episódio 62: Yoga, o guerreiro corajoso

Episódio 63: Todas as armaduras de ouro retiram-se do santuário

Episódio 64: Juramos proteger Atena

Episódio 65: A espada sagrada ruge

Episódio 66: Shiryu se transforma numa estrela cadente

Episódio 67: Adeus ao mestre e aos meus amigos

Episódio 68: O maravilhoso guerreiro Afrodite

Episódio 69: O doce aroma da morte

Episódio 70: Durma em paz, Shun

Episódio 71: O relógio de fogo se extingue

Episódio 72: Não perca seus amigos, Seiya

Episódio 73: Amigos, reúnam-se com Atena

## 2 A SAGA DE ASGARD

Episódio 75: Hilda, a deusa enfeitiçada pelo Diabo (Poseidon)

Episódio 76: O cosmos de Thor está cheio de ódio

Episódio 77: Thor morre por Hilda

Episódio 78: Fleirir, o lobo do norte mostra os seus caninos

Episódio 79: Pobres lobos do norte

Episódio 80: Lamentos de gelo

Episódio 81: A batalha mortal de Freia

Episódio 82: Cisne, erga-se do inferno ardente

Episódio 83: Harpa misteriosa, o prelúdio que atrai Shun para a morte

Episódio 84: Condenado á morte, réquiem de cordas

Episódio 85: Um guerreiro triste e corajoso

Episódio 86: Fênix e suas asas ardentes

Episódio 87: A couraça ametista

Episódio 88: A espada de fogo, ambição maligna

Episódio 89: O sacrifício mortal, a floresta dos espíritos

Episódio 90: Não olhe para trás, Seiya

Episódio 91: O segredo de Xinto de Nisar

Episódio 92: Shun, bendito último golpe

Episódio 93: O arco de Xinto, os gênios do destino

Episódio 94: Laços entre irmãos

Episódio 95: O herói da lenda reviveu

Episódio 96: Dragões em luta

Episódio 97: Um bruxo do mal, a canção da morte

Episódio 98: A milagrosa aparição da armadura de Odin

Episódio 99: Atena, minha oração por você

### 3 A SAGA DE POSSEIDON: Episódios 100-114

Episódio 100: Poseidon, o imperador do oceano

Episódio 101: Destruam todos os pilares dos sete mares.

Episódio 102: O misterioso brilho dourado da armadura de bronze

Episódio 103: Shun é atacado pelas seis bestas de Skila

Episódio 104: Morte às bestas pela poderosa corrente dourada

Episódio 105: Escalibur habita o braço de Shiryu

Episódio 106: Seiya encontra o seu ente mais querido

Episódio 107: Linhadis, o malvado

Episódio 108: Isaque, o homem que esqueceu os sentimentos

Episódio 109: Tome cuidado, Ikki, outra triste batalha mortal

Episódio 110: Ouça a bela canção de Atena

Episódio 111: Amigos que morrem, morrem juntos

Episódio 112: O mistério do renascer de Poseidon

Episódio 113: A flecha dourada ataca Poseidon

Episódio 114: Viva a amizade, longa vida, lendários Cavaleiros.



## ANEXO II


## FORUMLÁRIO UTILIZADO PARA PESQUISA QUANTITATIVA

**Recepção dos Cavaleiros do Zodíaco**  
Levantamento de dados para dissertação de mestrado em Estudos de Cultura e Território pela  
Universidade Federal do Tocantins  
**\*Obrigatório**

1. Endereço de e-mail? \*

\_\_\_\_\_

Pesquisa sobre a Recepção de Cavaleiros do Zodíaco



2. Qual seu nome? \*

\_\_\_\_\_

3. Em qual cidade você mora? \*

\_\_\_\_\_

4. Qual seu sexo? \*

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

Prefiro não dizer

Outro: \_\_\_\_\_

5. Qual sua idade? \*

\_\_\_\_\_

6. Qual sua profissão? \*

\_\_\_\_\_

7. Você já frequentou ou frequenta algum desses eventos? \*

Marque todas que se aplicam.

Anime-Sun

Animanara

Jedicon/Tocantins

Eventos fora do Tocantins

Outros

Nenhum

8. Você conhece o anime Os Cavaleiros do Zodíaco? \*

Marcar apenas uma oval.

- Conheço e assisto
- Conheço e assistia.
- Conheço mas não assisto
- Já ouvi falar.
- Não conheço

9. Qual seu primeiro contato com Cavaleiros do Zodíaco? \*

Marcar apenas uma oval.

- Rede Manchete
- Rede Bandeirante
- Cartoon Network
- Internet
- Mangás
- Revistas
- Jogos
- Música
- Amigos
- Nenhum
- Outro: \_\_\_\_\_

10. Você conhece a abertura musical de Os Cavaleiros do Zodíaco "Pegasus Fantasy" ? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Outro: \_\_\_\_\_

\* Faça elevar o cosmo do seu coração, todo mal combater, despertar o Poder...\*



<http://youtube.com/watch?v=Nds9qPVLATc>

11. Você acha que Cavaleiros ajudou na popularização dos animes no Brasil? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez

12. Você já acompanhou ou acompanha outra serie análoga ao anime de Cavaleiros do Zodíaco? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Lost Canvas
- Omega
- Soul of Gold
- knight of zodiac netflix
- Jogos de Vídeo game
- Joguinhos de celular
- Outros
- Nenhum

13. O que representa Cavaleiros do Zodíaco pra você? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Um anime bom
- Um anime mediano
- Um anime ruim
- Um anime divertido para passar o tempo
- Um anime bom apenas para sua época
- Um anime que marcou minha infância
- Um anime que estimula preconceitos
- Um anime que traz lições importantes
- Não posso opinar

Outro:  \_\_\_\_\_