

UETA, Taís Marie. ***Mangá em Cuiabá: Percurso de Mundialização e Consumo***

Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea). Universidade Federal de Mato Grosso, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2013.

Taís Marie Ueta¹

A obra que será resenhada no escopo do presente trabalho trata-se de uma dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea, defendida pela autora no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT).

A introdução do trabalho traz os conceitos norteadores da pesquisa, como o “capitalismo tardio” de Mandel (1982), hibridação e consumo para se pensar, de Canclini (2003; 2008), mundialização da cultura, de Ortiz (1994; 2000) e a convergência midiática, de Jenkins (2009).

No primeiro capítulo da dissertação, “*Mangá: entre a cultura tradicional e a cultura pop*”, é traçado um breve histórico das artes ilustradas nipônicas, até o surgimento dos quadrinhos ao final do século XIX, por meio de influências decorrentes do processo de ocidentalização que o Japão percorria na época. É vista a contribuição do ilustrador e criador Osamu Tezuka (1928-1989), que, com linguagens do cinema e evocando dramas humanos hipoteticamente universais, configurou o estilo dos quadrinhos japoneses, que se tornou predominante na contemporaneidade².

A contribuição de Tezuka pontua um exemplo característico de hibridação³, que compreende processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas que existiam em separado se combinam para formar novas estruturas, objetos e práticas – resultantes da criatividade individual e coletiva. A hibridação não se restringe às artes, mas também abrange a vida cotidiana e desenvolvimento tecnológico. Busca reconverter um patrimônio para inseri-lo em novas condições de produção e mercado.

¹ Jornalista e Técnica-Administrativa em Educação na Secretaria de Comunicação e Multimeios (Secomm) da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea pela UFMT. Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela UFMT. E-mail: tmueta@gmail.com

² Ver em: Luyten (2000), Moliné (2004), Gravett (2006).

³ CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 2003. 4. Ed.

Essa reconfiguração é mais detalhada no segundo capítulo, “O conceito e gêneros de *mangá*”, em que começa explicando a complexidade da escrita japonesa, conduzindo à predisposição pela comunicação por imagens, e como essa primazia pelas imagens acaba se refletindo na diagramação e narrativa dos *mangás*. É evidenciada também a complexidade e expressividade psicológica dos personagens, destacada pelo primeiro recurso gráfico que sugere estranhamento ao primeiro contato com os quadrinhos japoneses: os olhos grandes e brilhantes. E, a partir disso, as narrativas podem ser classificadas por gênero, faixa etária e tipo de história – uma gama sem precedentes em quadrinhos de outros países, especialmente em obras voltadas para o segmento feminino. Há obras para o público infantil, masculino jovem, feminino jovem, adultos, fantásticas, românticas, policiais, suspenses, de terror e muitas outras.

Além dessas peculiaridades em sua visualidade, a autora explicita que o *mangá* também compreende um modelo de negócios do que pode ser chamado hoje de convergência midiática⁴. Esse modelo, denominado localmente de “sistema de financiamento privado”⁵, em que autores de *mangás* se reuniam com produtoras de TV e fabricantes de itens em diversos segmentos para fidelizar os fãs e expandir o público.

No Japão, geralmente o *mangá* se expande para a televisão e outras mídias por meio do sucesso em meios impressos. No Ocidente, esse processo foi o inverso, e com a participação de outro vetor estratégico: a internet, por diversas formas (fóruns, canais de distribuição alternativos e redes sociais).

A autora prossegue na perspectiva descritiva de seu objeto de estudo no terceiro capítulo, “*Mangá* no contexto brasileiro: produção e consumo”. Conforme sua pesquisa bibliográfica, o Brasil é privilegiado na leitura e contatos com o *mangá*, pelo fato da comunidade japonesa ser a maior na América Latina e uma das maiores do mundo.

E esse fato fez também com que, a partir da década de 1960, produções influenciadas pelo estilo participassem na consolidação das histórias em quadrinhos no cenário nacional, com obras notadamente de Minami Keizi e Cláudio Seto. Mas o sucesso comercial só viria simultaneamente com a expansão global no final da década de 1990, com as obras *Holy Avenger* (Marcelo Cassaro e Érica Awano) e *Turma da Mônica Jovem*, de Maurício de Sousa.

⁴ JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

⁵ SATO, Cristiane A. **JAPOPOP: O poder da cultura Pop japonesa**. São Paulo: Editora NSP, 2007.

O Brasil também é apontado pela autora como um dos pioneiros na mobilização de fãs, por meio da criação da Associação Brasileira de Mangá e Ilustrações (Abrademi), em 1984. E que o país também abriga as principais convenções de fãs na América Latina, como o *Anima Friends* (em São Paulo), realizado anualmente no mês de julho.

A autora faz a passagem do plano nacional para o local no quarto capítulo, denominado “A Cena Cuiabana”, em que ela narra os espaços da capital mato-grossense em que se concentra a circulação das obras e fãs de *mangá*: bancas de revistas, eventos relacionados (promovidos pelos fãs ou outras instituições), um sebo (que conta com obras nacionais e revistas semanais usadas do Japão) e duas lojas especializadas – este último é um segmento ainda pontuado por fragilidades (uma fechou durante a pesquisa e a segunda, em agosto de 2015).

Por fim, é destacada também a Escola de Língua Japonesa da cidade, cujo corpo discente é composto em sua maioria por não-descendentes de japoneses, e também fãs de *mangá*, predominantemente nas turmas de sábado. Para a autora, a relação entre consumo de *mangá* e aprendizagem do idioma nipônico é um dos problemas-chave para a condução da pesquisa.

No item “Eventos”, é evidenciada a participação dos fãs em atividades promovidas por núcleos ou outras instituições ou entidades, como o “Festival do Japão”, promovida pela Associação Cultural Nipo-Brasileira de Cuiabá e Várzea Grande, que conta com aportes do governo estadual e municipal.

O quinto e último capítulo traz a análise dos dados obtidos por meio de aplicação de questionário com 64 jovens, de 12 a 34 anos, em cinco grupos: alunos e ex-alunos da Escola de Língua Japonesa, jovens descendentes (notadamente praticantes de *taikô* – percussão japonesa), núcleos de fãs, promotores de eventos e fãs casuais.

Os principais dados foram: 67% dos jovens não tinham qualquer vínculo consanguíneo com o Japão (não-descendentes), que o primeiro contato com os *mangás* foi por meio de amigos (56%), depois mídias (internet e TV, com 53% cada), apontam os personagens (48%) e estilo de narrativa (47%) como fatores atrativos, conhecem pelo menos três a quatro expressões da cultura japonesa, seja *pop* ou tradicional. Por sua vez, 95% dos sujeitos têm experiência em aprender japonês ou demonstram interesse e 64% pretendem ir ao Japão por conta do *mangá*.

A dissertação conclui que a observação do processo de mundialização em Cuiabá, por meio do consumo do *mangá*, traz à tona uma narrativa de peculiaridades e agruras de participar de um processo inserido na globalização/mundialização sob a perspectiva local. E que esse consumo revela traços afirmativos de subjetividade de uma expressão urbana e juvenil, em que pese as limitações logísticas e estigmas sociais.

