

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
INSTITUTO DE PSICOLOGIA
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA SOCIAL
E DO TRABALHO

RENATO DE FARIA CAVALHEIRO

PROPAGANDA IDEOLÓGICA EM MÍDIA IMPRESSA:
UMA BUSCA PELA VERDADE ACERCA DA POSSÍVEL INFLUÊNCIA DO
MANGÁ JAPONÊS SOBRE A JUVENTUDE BRASILEIRA.

SÃO PAULO

2009

RENATO DE FARIA CAVALHEIRO

PROPAGANDA IDEOLÓGICA EM MÍDIA IMPRESSA:

UMA BUSCA PELA VERDADE ACERCA DA POSSÍVEL INFLUÊNCIA DO
MANGÁ JAPONÊS SOBRE A JUVENTUDE BRASILEIRA.

Dissertação apresentada para defesa e conclusão de Mestrado na área da Psicologia Social, apresentado ao Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia Social.

Orientador: Prof. Dr. Sigmar Malvezzi

SÃO PAULO

2009

AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

Catálogo na publicação
Biblioteca Dante Moreira Leite
Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo

Cavalheiro, Renato de Faria.

Propaganda ideológica em mídia impressa: uma busca pela verdade acerca de possível influência do mangá japonês sobre a juventude brasileira / Renato de Faria Cavalheiro; orientador Sigmar Malvezzi. -- São Paulo, 2009.

250 p.

Dissertação (Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Área de Concentração: Psicologia Social) – Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.

1. Propaganda 2. Ideologia 3. Meios de Comunicação de massa 4. Histórias em quadrinhos 5. Identidade I. Título.

HF5804

➤ **AGRADECIMENTOS:**

- Agradeço a Deus por absolutamente tudo.
- Agradeço ao Professor Doutor Sigmar Malvezzi, orientador deste trabalho, por todo o apoio técnico-teórico, por suas observações, por sua atenção, seus incentivos e seu compromisso na intenção de realizar um estudo que almejasse a excelência.
- Agradeço ao Professor Doutor Leandro L. Batista, à Janaina G. Brizante, a Renato Cancela, à Bruna S. A. M. Vieira e aos demais membros do GPEC, Grupo de Pesquisa em Efeitos de Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, por todo apoio na elaboração, discussão e realização desta pesquisa.
- Agradeço a todos aqueles que pacientemente aceitaram responder ao questionário dessa dissertação, e a todos aqueles que incentivaram e dialogaram comigo durante a realização dessa pesquisa.
- Agradeço aos membros titulares e suplentes da banca julgadora deste trabalho por honrarem-no com sua competente e atenciosa avaliação.
- Finalmente, agradeço aos meus pais, Marcio e Maria Rita, e também àqueles que conviveram comigo durante a realização desse estudo, pelos quais meu amor e admiração buscam se fazer tão grandes quanto o amor e a admiração que eu recebo de vocês. Muito obrigado por todo seu apoio, incentivo e compreensão.

Enfim, essa dissertação é dedicada a todos vocês.

ÍNDICE

1. Introdução	Pág. 10
1.1. A Participação das revistas mangá na cultura brasileira.	Pág. 11
1.2. Os meios de comunicação de massa como instrumento de socialização.	Pág. 13
1.3. Os estágios de consciência e a leitura das revistas mangá.	Pág. 16
1.4. Teoria, empiria, conclusões e novas questões: Capítulos de uma busca.	Pág. 17
2. O Mangá.	Pág. 19
2.1. Uma breve história do Mangá japonês.	Pág. 19
2.1.1. Os primórdios do Mangá japonês.	Pág. 20
2.1.2. O período Edo e os ukiyo-e.	Pág. 21
2.1.3. A era Meiji e o nascimento do moderno Mangá japonês.	Pág. 23
2.1.4. A era Showa e as revistas mangá na Segunda Guerra Mundial.	Pág. 25
2.1.5. O Mangá japonês após 1945.	Pág. 27
2.1.6. Tezuka Osamu e a criação do Mangá contemporâneo.	Pág. 28
2.1.7. O Mangá Japonês a partir de Tezuka.	Pág. 29
2.1.8. O Mangá Japonês no Brasil.	Pág. 33
2.2. As características atuais do Mangá japonês.	Pág. 38
2.3. Aspectos mercadológicos do Mangá japonês.	Pág. 41
2.4. Aspectos editoriais do Mangá japonês.	Pág. 42
2.5. A Influência das revistas Mangá sobre a Sociedade Japonesa.	Pág. 44
2.5.1. O etos e os valores da sociedade japonesa nas revistas mangá.	Pág. 50
2.5.1.1. Pertencer.	Pág. 50
2.5.1.2. Empatia.	Pág. 54
2.5.1.3. Dependência.	Pág. 63
2.5.1.4. Ocupar a posição devida.	Pág. 68
2.5.1.5. Reciprocidade.	Pág. 75
2.5.2. Modo de Vida da Sociedade Japonesa nas páginas das revistas mangá.	Pág. 80
2.5.2.1. O Nascimento e a tenra infância.	Pág. 81
2.5.2.2. O Lar e o Sistema Familiar.	Pág. 82
2.5.2.3. Socialização e Classificação Social.	Pág. 86
2.5.2.4. Aspectos Religiosos.	Pág. 88
2.5.2.5. Relações Comunitárias.	Pág. 90
2.5.2.6. A Hierarquia na Sociedade Japonesa.	Pág. 91
2.5.2.7. O Sistema Educacional.	Pág. 94
2.5.2.8. Vida Profissional.	Pág. 98
2.5.2.9. O Casamento.	Pág. 100
2.5.2.10. O Lazer.	Pág. 102
2.5.3. As revistas mangá e a transmissão do saber narrativo.	Pág. 103
3. A influência dos meios de comunicação de massa.	Pág. 106

3.1. Ideologia: Essencial substrato da Influência dos meios de comunicação.	Pág. 106
3.2. Propaganda Ideológica: Meios de comunicação e influência em massa.	Pág. 112
3.3. Meios de comunicação, percepções e comportamento individual e social.	Pág. 131
3.3.1. Efeitos da exposição de um indivíduo aos meios de comunicação.	Pág. 132
3.3.2. Efeitos de Longo Prazo.	Pág. 133
3.3.3. Efeitos de Curto Prazo.	Pág. 136
3.3.4. Propaganda Ideológica e os Efeitos de Longo e de Curto Prazo.	Pág. 138
4. A Formação da Identidade Subjetiva e as Histórias em Quadrinhos mangá.	Pág. 141
4.1. Limites da subjetividade: Descoberta e formação do corpo.	Pág. 141
4.2. Identificações: A formação da Identidade além do Estágio do Espelho.	Pág. 146
4.3. A formação da Identidade Subjetiva além do Indivíduo.	Pág. 148
4.4. Identidade e Diferença: A Gestalt na formação da Identidade.	Pág. 154
4.5. Identidade e Diferença para além do Indivíduo.	Pág. 156
4.6. Identidade, diferença e as Histórias em quadrinhos Mangá.	Pág. 162
5. Levantamento: A influência das revistas mangá em leitores brasileiros.	Pág. 171
5.1. Os estágios de consciência humana.	Pág. 176
5.1.1. O Estágio Púrpura.	Pág. 179
5.1.2. O Estágio Vermelho.	Pág. 180
5.1.3. O Estágio Azul.	Pág. 181
5.1.4. O Estágio Laranja.	Pág. 182
5.1.5. O Estágio Verde.	Pág. 183
5.1.6. O Estágio Amarelo.	Pág. 184
5.2. Levantamento Empírico:	Pág. 185
5.2.1. Escolha e concepção da Estratégia do Levantamento Empírico.	Pág. 187
5.2.2. Sujeitos e Amostra.	Pág. 190
5.2.3. Instrumento.	Pág. 191
5.2.4. Método de Coleta de Dados:	Pág. 192
5.2.5. Análise dos dados:	Pág. 195
5.2.6. Análise Descritiva dos Respondentes.	Pág. 200
5.2.7. Análise dos Resultados do Levantamento.	Pág. 203
6. Considerações Finais.	Pág. 220
6.1. Enfim, Respostas.	Pág. 220
6.2. A partir das Respostas, novas Questões.	Pág. 225
6.3. Estudos Futuros.	Pág. 234
6.4. Comentário Final	Pág. 236
➤ Bibliografia	Pág. 239

➤ LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fushigi Yugi, de Yû Watase – 2002.	Pág. 52
Figura 2 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki – 1997.	Pág. 55
Figura 3 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki – 1997.	Pág. 56
Figura 4 - Video Girl Ai, de Masakazu Katsura – 1989.	Pág. 58
Figura 5 - Guerreiras Mágicas de Rayearth, Estúdio Clamp – 1994.	Pág. 60
Figura 6 - Guerreiras Mágicas de Rayearth, Estúdio Clamp – 1994.	Pág. 61
Figura 7 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki – 1997.	Pág. 62
Figura 8 - Fushigi Yugi, de Yû Watase – 2002.	Pág. 67
Figura 9 - Fushigi Yugi, de Yû Watase – 2002.	Pág. 71
Figura 10 - Guerreiras Mágicas de Rayearth, Estúdio Clamp – 1994.	Pág. 73
Figura 11 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki – 1994.	Pág. 74
Figura 12 - Evangelion, de Yoshiyuki Sadamoto & Estúdio Gainax – 1996.	Pág. 77
Figura 13 - Fushigi Yugi, de Yû Watase – 2002.	Pág. 92

➤ LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1 - Leitores das Revistas Mangá – Total – Números Absolutos.	Pág. 195
Gráfico 2 - Leitores das Revistas Mangá – Total – Percentual.	Pág. 196
Gráfico 3 - Não-Leitores das Revistas Mangá – Total – Números Absolutos.	Pág. 196
Gráfico 4 - Não-Leitores das Revistas Mangá – Total – Percentual.	Pág. 197
Tabela 1- Síntese dos Estágios de Consciência.	Pág. 185
Tabela 1 – Análise de Variância – Leitura de Mangá.	Pág. 207
Tabela 2 – Análise de Variância – Gênero.	Pág. 208
Tabela 3 – Análise de Variância – Assiste Animê.	Pág. 209
Tabela 4 – Análise de Variância – Há quanto tempo Assiste Animê.	Pág. 210
Tabela 5 – Teste “t” de Student – Leitura de Mangá.	Pág. 211
Tabela 6 – Teste “t” de Student – Gênero.	Pág. 212
Tabela 7 – Teste “t” de Student – Assiste Animê.	Pág. 213
Tabela 8 – Teste “U” de Mann-Whitney – Leitura de Mangá.	Pág. 215
Tabela 9 – Teste “U” de Mann-Whitney – Gênero.	Pág. 215
Tabela 10 – Teste “U” de Mann-Whitney – Assiste Animê.	Pág. 216

RESUMO

CAVALHEIRO, Renato de Faria. *Propaganda ideológica em mídia impressa: uma busca pela verdade acerca de possível influência do mangá japonês sobre a juventude brasileira*. São Paulo, 2009. 250p. Dissertação (Mestrado). Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo.

As revistas de histórias em quadrinhos mangá oriundas do Japão, publicadas e popularizadas no Brasil, são um meio de comunicação de massa que expressam um sistema de valores e um modo de vida que são considerados como típicos e ideais dentro do arcabouço sócio-cultural japonês, e tem atraído um número cada vez maior de leitores e admiradores, unindo em torno de si indivíduos com as mais diversas origens culturais que o Brasil oferece.

Como todo meio de comunicação de massa, as revistas mangá também são ferramentas de propaganda ideológica capazes de influenciar seus leitores em âmbitos que vão desde os processos de formação de suas identidades, passam pela configuração de seus sistemas de valores, afetam seus entendimentos acerca da realidade, chegando até a influenciar o estabelecimento dos modos de vida que esses indivíduos apresentam e ambicionam.

Tendo isso em mente, este estudo se dedicou a responder, primeiramente, se a leitura dessas revistas efetivamente exerce influência sobre seus leitores, verificando em seguida o resultado dessa influência. Para tal, realizou-se um levantamento empírico quantitativo que utilizou elementos das teorias da Espiral Dinâmica e da Emergência Cíclica para comparar leitores e não-leitores dessas revistas em relação aos estágios de consciência e aos sistemas de valores e modos de vida ideal que esses grupos apresentam.

Os resultados demonstram que realmente esses grupos diferem e que embora essas diferenças se apresentem de um modo divergente em relação ao que se esperava, elas se devem em grande parte à leitura das revistas mangá.

ABSTRACT

CAVALHEIRO, Renato de Faria. *Propaganda in Print Media: A Search for the Truth about the Possible Influence of Japanese Manga on Brazilian Youth*. São Paulo, 2009. 250p. Master Thesis. Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo.

The manga magazines from Japan, published and popularized in Brazil, are a mass communication media that express in its pages a system of values and a way of life that are considered by scholars of Japanese culture as typical and ideals within their social and cultural framework, and are attracting an increasing number of readers and admirers, uniting people from the most diverse cultural backgrounds that Brazil offers.

As a mass communication media, the manga magazines are also tools of propaganda capable of an influence that ranges from the processes of formation of the individuals identities, passes through the configuration of their values systems, affects their perceptions and understanding about the reality of the world in which they live, and comes up to influence the establishment of the ways of life that these individuals have as reals and ideals.

Considering this, the present research, at first, gives some answers about the reading of these magazines, showing if they actually exerts some influence on its readers, for after this, check the result of that influence.

To this end, this study made use of a quantitative empirical survey that used elements of the Spiral Dynamics Theory and of the Emergent Cyclical Levels of Existence Theory for compare non-readers and readers of these magazines by the value systems and ideals ways of life that these groups have.

The results showed that, as expected, these two groups are different, and that these differences, although they are presented in a manner divergent on what was expected, occurs as a result of the reading of manga magazines.

1. Introdução

O presente momento histórico tem sido amplamente caracterizado pela sociedade de comunicação de massa, fato que decorre do desenvolvimento de diversas redes de informação e do contato entre pessoas, grupos, instituições e nações. Assim, pode-se dizer que grande parte dos problemas humanos característicos dessa sociedade tem alguma relação com a comunicação de massa.¹

Uma das causas dessa relação é, sem qualquer controvérsia, o aumento das possibilidades de interações que se dá através dessa diversidade de redes de informação e comunicação, seja ela estabelecida por meio da televisão, do rádio, da telefonia, das revistas e jornais, ou de sites e correio eletrônico. Essas interfaces implicam no contínuo contato dos indivíduos com fontes de idéias e informações, de tal modo que a subjetividade e os referenciais se tornam, de certa forma, mais fluidos. Nesse contexto, as redes de comunicação competem com as instituições sociais e, principalmente, com a família e com a escola na formação dos jovens e das crianças.

Além disso, a força da comunicação de massa influencia significativamente o gosto pela música, a moda, o interesse pelos esportes, as identidades e os padrões de comportamento de forma generalizada e contínua, de tal maneira que o estudo dessa realidade, criada no século XX, tem sido constante nas diversas ciências dedicadas à compreensão da sociedade. Sendo assim, desponta a seguinte questão: Como este trabalho pode contribuir para um melhor entendimento das dinâmicas envolvidas nessa influência e em que ele se diferencia dos inúmeros outros já desenvolvidos para tal ?

¹ Lowery e DeFleur, (1983); Bryant e Zillmann (1986).

A primordial diferença desta dissertação é estudar um evento determinado, um verdadeiro fenômeno que ocorre não somente na sociedade brasileira, mas em diversas sociedades ao redor do mundo todo: A popularização do meio de comunicação de massa conhecido como Mangá, que são as revistas de histórias em quadrinhos de origem japonesa. Já sua contribuição reside em buscar esclarecer, a princípio, dois aspectos: Que efeito essas revistas tem causado na sociedade brasileira ? Como elas têm influenciado os jovens que são seus leitores assíduos ?

1.1. A Participação das revistas mangá na cultura brasileira.

Há diversos indícios de que o Brasil, há tempos, vivencia significativa afluência dos valores e do modo de vida de países estrangeiros, principalmente dos Estados Unidos e dos países europeus. É desnecessário oferecer evidências desse fato porque já se tornou lugar-comum e a maior parte de seus veículos de atuação, como a literatura, o cinema e a televisão, são de conhecimento geral.

Um recente caso dessa influência estrangeira que está se tornando emblemático coloca na berlinda a cultura nipônica, que embora tão distante da cultura brasileira, tem se propagado notoriamente devido, dentre outros fatores, aos Animês, desenhos animados veiculados pelo cinema e pela televisão, e às revistas de histórias em quadrinhos conhecidas como Mangá, cujos protagonistas têm sido criados de tal maneira que jovens das mais diversas idades podem se identificar com eles, se projetar neles e sonhar.

A publicação regular e bem sucedida tanto dos desenhos Animês, quanto das histórias em quadrinhos mangá, sugerem uma estratégia mercadológica em curso, a qual permite igualmente a consideração da existência de alguma intenção

de influência cultural e ideológica.² Se existem indícios de uma estratégia mercadológica, ou de alguma influência cultural, pode-se considerar a hipótese desses veículos de diversão e informação exercerem algum efeito ideológico sobre a cultura dos brasileiros.

O objeto desse estudo, a revista mangá é uma forma de arte, de informação e de diversão e, certamente por esse motivo, tem atraído um número cada vez maior de leitores e admiradores, conjugando pessoas das mais diversas origens culturais. Atualmente, no Brasil, a leitura das revistas mangá não é a única fonte de influência da revista, mas através dela e do entusiasmo que ela fomenta, têm-se grupos de discussão, fã-clubes e eventos culturais, sendo alguns desses, inclusive, reconhecidos e apoiados internacionalmente.

Fundamentado nessas constatações, pode-se considerar que as revistas mangá não se reduzem simplesmente a uma revista de histórias em quadrinhos, um entretenimento, mas constitui, em si mesmo, um pólo de construção e disseminação de valores culturais e sociais, de um modo de vida bastante específico e, conseqüentemente, de todo um arcabouço ideológico.

Considerando essa possibilidade, a sociedade brasileira está diante de um desafio que é a compreensão dessa influência, a qual não se limita somente à força de uma atividade comercial, mas se estende em outras questões importantes como o próprio processo de socialização secundária sobre os jovens e adultos residentes no Brasil.

Agora, sabendo que os adolescentes e jovens encontram-se em fase de formação de seus referenciais valorativos, de suas representações sobre a sociedade, suas instituições e sobre as relações gerais entre a ampla

² Cohn, (1973); Garcia, (1982); Neoti, (1980).

diversidade de grupos sociais, como os distintos gêneros, etnias, religiões, faixas etárias, profissões, nacionalidades e status sociais, como a cultura das histórias em quadrinhos mangá tem afetado esses fatores ? Será essa influência marcante a ponto de seus leitores se diferenciarem da média da população brasileira em relação aos estágios de consciência humana que eles apresentam ? Estas são as questões gerais que esta dissertação visa responder.

1.2. Os meios de comunicação de massa como instrumento de socialização.

As diversas influências dos meios de comunicação de massa não são uma questão, nem um problema original na sociedade brasileira. Há diversas décadas a literatura sobre esse tema tem crescido de modo quase exponencial, e não somente devido ao aprofundamento e ampliação das redes, mas principalmente pela complexidade crescente dos problemas que essas influências têm agregado à sociedade.

O estudo das histórias em quadrinhos e, mais especificamente, das revistas mangá, tem sido objeto de muitas reflexões teóricas e investigações empíricas,³ através das quais essas revistas já foram estudadas e diferenciadas de outras histórias em quadrinhos e de outros veículos de comunicação de massa. No seu conjunto, esses estudos concluem que as revistas mangá desenvolveram um papel visível na sociedade, na cultura, na economia e na política japonesas, com poder sobre a subjetividade de seus leitores regulares.

Diversos aspectos da vida dos japoneses apresentam correlação com o ecossistema de significados veiculados nas histórias em quadrinhos mangá. Identicamente, é plausível

³ Moya, (1994); Schodt, (1983) e (1996); Luyten, (2000); Cavalheiro, (2005).

que se espere encontrar influência análoga na população de leitores que residem no Brasil,⁴ fato que não é surpresa quando se considera a presença real e potencial de diversos sub-projetos nas revistas de histórias em quadrinhos mangá, como ocorre com uma estória recentemente criada e publicada com o intuito explícito de seus autores de ensinar e motivar as pessoas a degustar e valorizar o vinho.⁵

A investigação desse vínculo entre as revistas mangá e a subjetividade das pessoas, seja no Japão, seja no Brasil ou em qualquer outro país, não pode escapar da análise conceitual oferecida pela Psicologia. Tal como se pode aprender com Freud (1921), Lacan (1998), Kehl (2003) e tantos outros pesquisadores do comportamento, a subjetividade humana está organizada numa estrutura que se forma e se mantém dinâmica ao longo de toda a vida.

Não somente a Psicologia, mas outras ciências, como a Sociologia e a Antropologia oferecem apoio à compreensão da potencial influência que a leitura assídua das revistas mangá pode exercer sobre seu leitor. Nesse sentido, os trabalhos situados na fronteira entre a Sociologia, a Psicologia e a Antropologia,⁶ oferecem alguns conceitos essenciais para a compreensão da influência social e cultural às quais os indivíduos estão expostos e como essas influências externas ao indivíduo podem, em suas variadas formas, atuar nos processos de formação da identidade subjetiva, abordando, para tal, os fenômenos complementares de identificação e diferenciação individual e social.

Outro conteúdo essencial na busca pelo esclarecimento acerca da possível influência que a leitura das revistas mangá pode estar exercendo sobre seus leitores assíduos é aquele que define o que as revistas mangá propagam

⁴ Cavalheiro, (2005).

⁵ O Estado de São Paulo, (2008).

⁶ Goffman, (1978); Silva, (2000).

ideologicamente,⁷ ou seja, os valores e o modo de vida peculiar da sociedade japonesa, encontrado nos trabalhos sociológicos legados por Benedict (1972), Lebra (1976) e Hendrie (1992).

Adentrando no campo da Comunicação Social e agregando-o aos da Psicologia, da Antropologia e da Sociologia, esta investigação terá que trilhar obrigatoriamente as veredas de como as histórias em quadrinhos mangá colaboram nesse processo de formação das identidades subjetiva e grupal através da propagação de ideologias, cujos valores e modo de vida se tornam um importante componente na constituição das percepções e das expectativas que os indivíduos têm em relação ao mundo onde vivem.

Nesse sentido, incontáveis investigações têm tratado desse tópico sob tantos ângulos que torna a delimitação de questões um significativo desafio para esta dissertação. Considerando isso, seria problemático omitir os conteúdos desenvolvidos nos estudos dedicados à exploração dos processos de formação ideológica e de sua propagação,⁸ nos estudos acerca do papel social que um meio de comunicação de massa pode assumir em uma determinada sociedade, e nos estudos acerca de seu potencial como ferramenta de propaganda ideológica dentro das sociedades que tem seus valores e crenças constantemente afirmados por essa mídia.⁹

Também a Semiótica e a Filosofia têm contribuído significativamente para um aspecto do problema aqui sob escrutínio, que é a relação entre linguagem, discurso e ideologia,¹⁰ a qual não se limita a uma questão técnica mas a uma questão da própria compreensão da sociedade, como se verifica nos trabalhos sobre a natureza e as dinâmicas de

⁷ Cavalheiro, (2005).

⁸ Eagleton, (1991); Fiorin, (1998); e Garcia, (1982).

⁹ Gerbner, Gross, Morgan e Signorielli, (1986); Cavalheiro, (2005).

¹⁰ Fiorin,(1998).

transmissão social dos saberes, tanto os tradicionais quanto os científicos.¹¹

1.3. Os estágios de consciência e a leitura das revistas mangá.

Levando em conta as questões que orientam esta pesquisa, visando responder acerca da influência das histórias em quadrinhos mangá sobre seus leitores, e o que foi dito até agora a respeito dessas, os valores e o modo de vida que essa mídia propaga, dos processos de formação das identidades subjetivas e grupais, dos modos de propagação ideológica, da influência que um meio de comunicação de massa, sua linguagem e seu discurso podem exercer nesse processo, surge uma lacuna: Como comparar leitores assíduos das revistas mangá e os demais brasileiros para saber se eles se diferenciam conforme prevê a teoria ?

A resposta para essa questão está nos trabalhos dedicados a desenvolver e estudar os conceitos relativos aos estágios de consciência, seus processos de formação e mudança, e os fundamentos da Espiral Dinâmica e da Teoria da Emergência Cíclica.¹² Tais trabalhos servirão como marcos referenciais e comparativos em relação aos sistemas de valores, aos modos de vida e às visões de mundo dos membros dos grupos a comparar.

Assim, para que o levantamento empírico confirme o que diz a teoria, ou seja, que um meio de comunicação de massa, no caso, a revista mangá, exerce influência sobre seu leitor assíduo, deverá se produzir uma diferença significativa entre os estágios de consciência apresentados pelos dois grupos comparados, os leitores assíduos e os demais brasileiros.

¹¹ Lyotard (1989).

¹² Beck e Cowan (2000); Graves (2005); Wilber (2005); Figueiredo (2007).

1.4. Teoria, empiria, conclusões e novas questões: Capítulos de uma busca.

Nesse momento, em que as razões de ser desse trabalho, ou seja, buscar uma resposta acerca do efeito que as revistas de histórias em quadrinhos mangá causam sobre a sociedade brasileira, e do modo como elas têm influenciado seus leitores mais assíduos, já estão mais claras, o arcabouço teórico a ser utilizado nessa empreitada já foi definido, e o parâmetro utilizado no levantamento empírico já foi citado, cabe estabelecer como se apresenta o texto que reunirá todos esses elementos.

O segundo capítulo reúne os conteúdos relacionados às revistas de histórias em quadrinhos mangá, sua história no Japão e no Brasil, o modo como esse meio de comunicação de massa atua na sociedade japonesa, e também o papel de alteridade que ele apresenta naquela sociedade e começa a assumir na sociedade brasileira.

O terceiro capítulo agrega os conceitos relativos às definições de ideologia, às dinâmicas de propagação ideológica e às teorias da Comunicação Social que auxiliam no entendimento dos processos por meio dos quais o material veiculado por um meio de comunicação de massa é capaz de participar, em maior ou menor medida, na formação dos valores, das crenças, representações, idéias e do *modus operandi* de um determinado indivíduo e de uma determinada sociedade, agregando em todos esses aspectos o conteúdo ideológico que as revistas mangá propagam.

O quarto capítulo é dedicado às teorias que versam sobre os processos de formação da identidade subjetiva, dando especial ênfase sobre a influência que os grupos sociais e as diversas alteridades, que convivem a todo o momento com os indivíduos, podem assumir nesse processo.

Já o quinto capítulo dedica-se à descrição dos parâmetros que permitem que se diferenciem os leitores assíduos das revistas mangá dos demais brasileiros, isto é, nesse ponto do trabalho têm-se o escopo relativo aos estágios de consciência e às teorias que resultaram nele, e foram elaboradas a partir de sua definição e do desenvolvimento das ferramentas que permitem evidenciá-los nos mais diversos indivíduos e grupos sociais.

Além disso, esse capítulo também apresenta o estudo empírico aqui realizado, apresentando as teorias que colaboraram em sua elaboração, a estratégia e o material utilizado na aquisição dos dados empíricos e os próprios dados adquiridos por meio desse levantamento. Também participam deste capítulo os estudos estatísticos realizados sobre esses dados, os quais nos permitem discorrer com mais precisão acerca do efeito e da influência das revistas em quadrinhos mangá na sociedade brasileira e em seus leitores assíduos.

Finalmente, o sexto capítulo apresenta uma discussão a respeito dos dados adquiridos no estudo empírico descrito no quinto capítulo, abordando-os à luz das teorias que participam desse trabalho. Também estão aqui as respostas que emergiram desse estudo para as questões anteriormente colocadas, esclarecendo em que medida, as revistas de histórias em quadrinhos mangá afetam a sociedade brasileira e exercem influência sobre seus leitores. A partir de então, esse estudo apresenta suas conclusões e as possibilidades de estudos futuros que surgiram após a conclusão dessa pesquisa.

2. O Mangá.

Mangá, adaptação do termo japonês “*Manga*” para a língua portuguesa significa o nome genérico que os japoneses dão para o que no Brasil conhecemos como Histórias em Quadrinhos (H.Q.’s). As revistas de histórias em quadrinhos mangá são definidas no Japão como um meio de comunicação de massa que proporciona entretenimento leve, silencioso e pessoal, sendo também altamente portátil e comumente lido antes do trabalho, em intervalos durante os estudos, nos trens, no cabeleireiro, ou quando se espera por um amigo numa cafeteria¹³. O moderno Mangá japonês é uma síntese da longa tradição nipônica nas artes plásticas e, devido a suas características, como meio de expressão cultural e subjetiva, se aproxima dos filmes, álbuns musicais, romances e da televisão.¹⁴

2.1. Uma breve história do Mangá japonês.

O moderno mangá japonês é uma síntese da longa tradição japonesa em artes plásticas¹⁵. Mais especificamente, ele remete às tradições artísticas gráficas surgidas no Japão e às suas diversas manifestações no decorrer da história milenar dessa nação. Sendo assim, não é de se estranhar que diversos estudiosos das revistas mangá, como Schodt, Luyten, Ito, Ono e Tezuka indiquem os ancestrais desenhos chamados de *Ê-Makimono* como a origem das histórias em quadrinhos do Japão.¹⁶

¹³ Ver Schodt (1996), Luyten (2000) e Barral (2001).

¹⁴ Idem.

¹⁵ Schodt (1996)

¹⁶ Schodt (1996), Luyten (2000), MacWilliams (2008).

2.1.1. Os primórdios do Mangá japonês.

Surgido no Japão em meados do século XI, os *Ê-Makimono* são numerosos desenhos pintados de maneira seqüencial sobre um grande rolo, os quais contavam diversas estórias cujos temas variavam, aparecendo de forma gradual, conforme o rolo era desenrolado.

O mais famoso conjunto desses rolos, denominado *Chojugigá*, cuja tradução literal é "desenhos humorísticos de pássaros e animais", foi pintado no século XII pelo bonzo (monge budista) Kakuyu Toba, que viveu de 1053 a 1140, sendo considerado até hoje como um trabalho de grande valor artístico devido à refinada técnica de uso do pincel nele encontrada. Ainda preservado, este patrimônio artístico-cultural nipônico encontra-se conservado no templo de *Kozangi*, na cidade de *Kyoto*, onde é mantido na categoria de tesouro nacional japonês.¹⁷

Evoluindo a partir dessas obras, em meados do século XII, surgiram trabalhos artísticos como o *Yamai Zoshi* (rolo de doenças), o *Jigoku Zoshi* (rolo do inferno) e o *Gaki Zoshi* (rolo dos fantasmas famintos), rolos que ilustravam, com um realismo que chegava a ser cruel, os seis mundos da cosmologia budista – o céu, os humanos, os titãs, os animais, os fantasmas famintos e o inferno. Feitos com conotação essencialmente religiosa e ideológica, esses desenhos visavam lembrar aos japoneses os preceitos do budismo acerca do desligamento com o mundo material e fazê-los ponderar sobre a estupidez humana sendo pioneiros em sua utilização como veículo de propaganda ideológica.¹⁸

Já no século XV, surge aquela que é considerada a obra-prima da arte cômica japonesa, *Hyakki Yako* ("A caminhada noturna dos cem demônios"), feita por Mitsunobu Tosa, em

¹⁷ Luyten (2000)

¹⁸ Idem.

cores. Essa obra nos conta a estória de um grupo de demônios brincalhões que saem à noite, saltitantes, carregando instrumentos musicais e depois desaparecem nas brumas da manhã. É dito que esse autor e sua obra inspiraram muitos artistas modernos, entre os quais Shigeru Mizuki, o principal criador japonês contemporâneo de estórias de fantasmas.¹⁹

2.1.2. O período *Edo* e os *ukiyo-e*:

No período *Edo* (1660 – 1867), em que o Japão foi governado por meio de uma ditadura feudal, havia uma rígida estratificação social e as relações com países estrangeiros foram cortadas, ficando restritas às relações comerciais que se davam apenas em uma pequena ilha artificial no porto de *Nagasaki*, onde os japoneses negociavam exclusivamente com holandeses e chineses.²⁰

Nessa época, a classe dos mercadores se tornou bastante próspera nas cidades, principalmente nos séculos XVIII e XIX, gerando uma maior demanda por entretenimento, a qual, entre outras coisas, levou artistas a produzir séries de gravuras mostrando aspectos da vida cotidiana e livros de histórias ilustradas que, por sua vez, contribuíram para que ocorresse uma grande produção de gravuras em madeira, cujas formas mais populares eram chamadas de *ukiyo-ê*.²¹

O termo *ukiyo-ê*, que significa “pinturas do mundo flutuante”, se refere a um tipo de trabalho artístico que retrata a vida mundana em geral, sem insistir na anatomia nem na perspectiva, com seus artistas tentando captar o estado de espírito, a essência e a impressão das pessoas e eventos,

¹⁹ Luyten (2000).

²⁰ Idem.

²¹ Ibidem.

aspectos vitais para a realização de caricaturas e cartuns.²² Vale destacar também que esse estilo de gravura já adiantava no Japão o embrião de uma tendência artística que viemos a conhecer no Ocidente como Impressionismo.²³

Considerando isso, os *ukiyo-ê* retratavam, inicialmente, homens e mulheres mundanas, além de beldades famosas, atores e lutadores de *sumô*. Em seguida surgiram os *ukiyo-ê* dedicados a temas históricos, paisagens, flores e pássaros. Com esse desenvolvimento, a qualidade dos trabalhos foi melhorando até que, na sua essência, as gravuras *ukiyo-ê* começaram a realmente se tornar o embrião do que viriam a ser as histórias em quadrinhos, ou seja, imagens impressas em cores, com gravuras coloridas e cheias de vida, as quais abordavam temas atuais de maneira divertida, barata e com a função primordial de entreter aquele que tomasse contato com elas.²⁴

Um dos expoentes das gravuras *ukiyo-ê*, Katsushita Hokusai foi o primeiro artista a cunhar o termo “*manga*”, que, a propósito, significa “desenhos divertidos”. Entre 1814 e 1849, Hokusai criou um conjunto de obras em 15 volumes chamadas de *Hokusai Manga*. Sua beleza gráfica reflete bem os momentos diversos das agitações do período *Edo*, sendo um espelho daquele tempo e do próprio gênio singular do autor, que soube captar e ilustrar a referida época como um todo.²⁵

Também no período *Edo*, em 1702, encontra-se um livro que é considerado o primeiro livro de cartuns do Japão e do mundo, o *Toba-ê Sankokushi*, cuja autoria remete a Shumboko Ooka. Publicado em *Osaka*, o *Toba-ê Sankokushi*, cujos personagens eram pessoas maldosas que faziam brincadeiras tendo como pano de fundo o cotidiano de *Kyoto*, *Osaka* e *Edo*,

²² Luyten (2000), Schodt (1983).

²³ Luyten (2000), MacWilliams (2008).

²⁴ Luyten (2000)

²⁵ Idem.

se tornou altamente popular para os padrões da época, sendo vendido aos milhares. Além deste, no final do século XVIII, também eram bastante populares os livrinhos conhecidos como *kibyoshi*, os “capas amarelas”, humorísticos publicados em série que satirizavam a vida urbana e as autoridades da época, motivo que levou à sua apreensão e censura.²⁶

2.1.3. A era *Meiji* e o nascimento do moderno Mangá japonês:

Terminado o período *Edo*, inicia-se a chamada Era *Meiji* (1868 – 1912), na qual o Japão reabre os portos às nações estrangeiras, fato que leva à chegada de uma avalanche de livros, jornais, e revistas estrangeiras ao Japão, os quais somaram-se a uma bem estabelecida e desenvolvida indústria editorial e gráfica local. A partir de então, os japoneses foram apresentados a uma série de inovações administrativas, econômicas e sociais, além de incentivos à introdução das novas e mais avançadas idéias e tecnologias, o que, por sua vez, gerou assim um clima de grande ebulição sócio-econômica e cultural.²⁷

Exatamente nessa época, e devido a esse clima, são publicados no Japão os primeiros cartuns de estilo europeu, fato que se dá por meio do trabalho do inglês Charles Wirgman, considerado o patrono da moderna charge japonesa devido ao fato dele ter sido, em 1862, o editor e fundador da *Japan Punch*, uma revista de humor na qual ele apresentou o universo das charges políticas aos japoneses.²⁸

Vale ressaltar que esse é considerado um momento crucial para a história das revistas de histórias em quadrinhos mangá, pois é a partir dessa publicação que ocorre a fusão da

²⁶ Luyten (2000).

²⁷ Luyten (2000), MacWilliams (2008).

²⁸ Idem.

longa tradição artística japonesa com as inovações trazidas pelos estrangeiros, resultando no nascimento do, assim chamado, “moderno Mangá”, isto é, as histórias em quadrinhos japonesas como veículo de comunicação de massa. E como primeiro resultado dessa fusão, tem-se a fundação, por parte de Fumio Nomura da primeira revista ilustrada de humor originada no Japão, a publicação chamada de *Marumaru Shimbun*, editada no ano de 1877, tendo perdurado por 30 anos.²⁹

Chegando ao final do século XIX, a atenção dos desenhistas japoneses voltou-se para os Estados Unidos. Rakuten Kitazawa, na virada do século, criou as primeiras histórias em quadrinhos seriadas com personagens regulares e fundou a revista *Tokyo Puck*, esforçando-se para que ocorresse a adoção do termo “*manga*” como designador das histórias em quadrinhos no Japão. Kitazawa tornou-se ainda, em 1929, o primeiro cartunista japonês a receber reconhecimento internacional por seu trabalho nessa área.³⁰

Até o final da era *Taisho* (1912 – 1925), o universo das histórias em quadrinhos concentrava-se apenas no público adulto. Em 1923 com a publicação de *Sho-chan no Boken*, “As aventuras do pequeno Sho”, desenhada por Katsuichi Kabashima e escrita por Shosei Oda, e de *Manga Taro* “Quadrinhos Taro” por Shigeo Mikao, ocorre o primeiro aparecimento de estórias direcionadas ao público infantil, as quais alcançam grande sucesso.³¹

Desse ponto em diante, fica evidente o amadurecimento estilístico dos desenhistas e dos roteiristas japoneses, que começam a exibir uma estilização própria, e dos leitores de histórias em quadrinhos no Japão, que passam a se identificar e a consumir preferencialmente histórias em quadrinhos que

²⁹ Luyten (2000), MacWilliams (2008).

³⁰ Idem.

³¹ Ibidem.

apresentem essa estilização mais particularmente nipônica, o que leva a uma drástica diminuição das traduções e das publicações de revistas estrangeiras congêneres – as quais passaram a ser consideradas ultrapassadas e pouco afeitas aos aspectos culturais japoneses.³²

2.1.4. A era Showa e as revistas mangá na Segunda Guerra Mundial:

Em 1927, com a ascensão do Imperador Hiroito ao poder e o fortalecimento do fascismo militar no Japão, que, nessa época, passava por muitas dificuldades em diversas áreas, ocorre o início da era *Showa* (1926-1989). Surgem então histórias em quadrinhos que exibiam personagens com características bastante cômicas e otimistas e que buscavam levar alento ao povo japonês, como *Norakuro*, de Suiho Tagawa, *Bonen Dankichi*, “Dankichi, o aventureiro” e Kasei Tanken, “Expedição a Marte”.³³

Esses dois últimos títulos, além das características acima, apresentavam também uma tendência ao escapismo. Nessas histórias em quadrinhos os aspectos dominantes encontrados referem-se aos valores tradicionais de lealdade, bravura e força, especialmente voltados para os meninos, valores esses considerados e apresentados tão seriamente nas estórias que essas revistas traziam que, apesar do estilo de não-hostilidade, a forma pela qual eles promoveram o militarismo é ainda objeto de debate entre os estudiosos da comunicação de massa e da propaganda ideológica.³⁴

Assim, nos anos 30 do século passado, as histórias em quadrinhos no Japão já se encontravam devidamente

³² Luyten (2000), MacWilliams (2008).

³³ Idem.

³⁴ Luyten (2000), Kinsella (2000), MacWilliams (2008).

segmentadas em dois nichos, o de histórias em quadrinhos para adultos e o de histórias em quadrinhos para as crianças. As mais famosas revistas dessa época são a Shonen Club, mensal, para meninos, a Shojo Club, também mensal, para meninas, e Yonen Club, mensal como as anteriores, para crianças menores. Essas revistas serviram de modelo para as enormes revistas de história em quadrinhos que existem no Japão atualmente, especializadas de acordo com a faixa etária e o sexo do leitor.³⁵

No ano de 1939 começa a Segunda Guerra mundial e, no Japão, a indústria e os artistas das histórias em quadrinhos passam a ser obrigados a seguir as disposições militares, vindo a sofrer forte controle de censura, a qual, de 1940 a 1945, permitia somente a publicação das histórias em quadrinhos de guerra e de propaganda para exercitar e exaltar o espírito combativo eram toleradas. Além disso, por falta de espaço nos jornais e revistas, quase todas as histórias em quadrinhos desapareceram nesse período.³⁶

Assim, os artistas que não haviam sido banidos do trabalho produziam apenas quadrinhos de cunho familiar, que além de inofensivos ao governo militar promoviam a solidariedade nacional. Alguns outros ainda passaram a desenhar painéis ou ilustrações que difamavam o inimigo nas revistas e nos outros meios de comunicação, enquanto uma parte dos demais trabalhava para o governo ou no serviço militar criando propaganda para ser usada contra as tropas de oposição.³⁷

³⁵ Luyten (2000).

³⁶ Idem.

³⁷ Luyten (2000), Kinsella (2000), MacWilliams (2008)

2.1.5. O Mangá japonês após 1945:

Com o final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, após a rendição japonesa, os editores de histórias em quadrinhos de Tóquio encontravam-se desorganizados e as revistas de histórias em quadrinhos tornaram-se muito caras devido ao baixo poder aquisitivo do povo japonês. Diante disso, em Osaka, iniciou-se a editoração de livros de quadrinhos muito baratos impressos em papéis grosseiros e vendidos na rua.³⁸

Por causa da cor de suas capas, esses livrinhos ficaram conhecidos como *Akai Hon* (Livros Vermelhos), tendo sido, como consequência de todos os eventos relacionados no parágrafo anterior, aqueles em que os desenhista eram pobremente remunerados, possuindo, em contraponto, uma liberdade criativa nunca antes experimentada, sendo que a única restrição imposta pelo governo estabelecido após a rendição japonesa era não atacar o exército americano de ocupação.³⁹

Exatamente nesse momento, de depressão pós-guerra e de total liberdade, entre uma série de histórias em quadrinhos satíricas, dramáticas, políticas e realistas, surge o tema família a partir da publicação de *Sazae-San*, de Machiko Hasegawa, que retrata, com um humor típico do universo feminino japonês: situações que *Sazae-San*, uma dona de casa japonesa, enfrenta em seu dia a dia.⁴⁰

Nessa mesma época surgem também, pela primeira vez, as histórias em quadrinhos de longa duração, as romanceadas e as de ficção científica, que tiveram início com Fukujiro Yokoi, criador de uma obra-prima das histórias em quadrinhos japonesas, *Fushigina Kuni no Putcha*, “Putcha no País das Maravilhas”, cujo enredo fundamental retrata a vida num

³⁸ Luyten (2000)

³⁹ Luyten (2000), Kinsella (2000).

⁴⁰ Luyten (2000).

futuro (2947) em que a energia nuclear é usada pacificamente e não há mais fronteiras no mundo. Nessa história em quadrinhos se encontra um menino-robô de grande força chamado *Perii*, que inspirou o grande autor das revistas mangá, Tezuka Osamu, a criar seu personagem *Tetsuwan Atom*, conhecido no ocidente como “*Astro Boy*”.⁴¹

2.1.6. Tezuka Osamu e a criação do Mangá contemporâneo:

Tezuka Osamu é considerado no Japão "Manga no Kami-Sama", o "Deus das Histórias em Quadrinhos", sendo o principal responsável pela revolução artística que levou à introdução de grande parte das características que encontramos nas revistas de histórias em quadrinhos mangá que foram editadas e publicadas, desde os primeiros trabalhos deste autor, até hoje.⁴²

Nascido no dia 3 de novembro de 1926, e formado em medicina, Tezuka começa a desenhar histórias em quadrinhos na cidade de *Osaka*, quando ainda era um estudante de medicina, e publica seu primeiro trabalho, *Shintakarajima*, “A Nova Ilha do Tesouro”, nos primeiros *Akai-Hon*, os “Livros Vermelhos”, já citados. Seu estilo, e os efeitos cinematográficos que inseriu nesta história em quadrinhos de 200 páginas, tornaram a mesma um enorme sucesso de vendas, chegando a quase 800 mil exemplares vendidos, fato que causou uma verdadeira revolução nas revistas mangá editadas no período pós-guerra.⁴³

Imediatamente após isso, Tezuka foi convidado a estreiar em duas revistas publicadas por duas das maiores editoras da época, a *Manga Shonen* e a *Shonem*, com suas novas histórias, *Jungle Taitei*, “O Imperador das Selvas”, e *Atom*

⁴¹ Luyten (2000).

⁴² Idem

⁴³ Ibidem.

Taishi que depois passa a ser chamado *Tetsuwan Atomu*, “O Poderoso Átomo”, nas quais mais uma vez obtém colossal sucesso.⁴⁴

Além, e a partir disso, Tezuka fundou seu próprio estúdio de animação, o *Mushi Pro*, assumindo novamente, de uma forma pioneira, um papel preponderante no desenvolvimento das histórias em quadrinhos no Japão, transformando muitas de suas revistas mangá em desenhos animados, que são chamados de “*animê*” pelos japoneses, por meio dos quais ele alcança reconhecimento internacional. Entre as obras relegadas por esse que é o autor das revistas de histórias em quadrinhos mangá mais respeitado no Japão e, porque não dizer assim, no mundo, destacam-se *Astro Boy*, já citado, *Ribbon no Kishi*, “A Princesa e o Cavaleiro”, *Kimba*, *Wansa-Kun Bander Book*, *Fumon*, e *Hi no Tori*, “*Phoenix*”, esse último em várias versões.⁴⁵

2.1.7. O Mangá Japonês a partir de Tezuka:

Em consequência do imenso sucesso alcançado pelos trabalhos de Tezuka, e seguindo suas técnicas recém-desenvolvidas, surge no Japão um novo tipo de revistas mangá, chamado de “*Gekigá*”, que significa “desenhos dramáticos”, o qual se apresentava unindo as características de um romance literário àquelas apresentadas pelo cinema histórico cuja inspiração remonta ao *noir* e à *nouvelle vague*.

A partir desse fato, as grandes editoras japonesas começam a publicar as primeiras revistas semanais de histórias em quadrinhos, as quais apresentavam estórias com uma temática voltada à competitividade, valorizando o trabalho de equipe, a persistência e a superação, sendo direcionadas para garotos e jovens adultos, denominadas

⁴⁴ Luyten (2000).

⁴⁵ Luyten (2000); MacWilliams (2008).

Shonen Manga, “Mangá para Garotos”. Essas publicações, além dessa nova abordagem, ofereceram ao mercado editorial japonês o modelo que viria a caracterizar esse veículo de comunicação, sendo seguido por todas as outras editoras japonesas das revistas mangá até os dias de hoje.⁴⁶

Com a popularização desse modelo de negócio criado e adotado pelas grandes editoras japonesas a partir dos anos 60 do século passado, começa a ocorrer um dos mais marcantes fenômenos da história do Mangá japonês, a segmentação estilística e de público. Iniciada com a publicação de um terceiro tipo de revistas mangá, as histórias em quadrinhos satíricas e vulgares, a segmentação seguiu com a publicação de revistas voltadas aos fanáticos por essas revistas, as quais, além das histórias, publicavam análises e críticas a respeito dos títulos de histórias em quadrinhos mangá recém-lançados e/ou mais populares. Além disso, também nessa época, surgem as primeiras revistas publicadas tendo como alvo as garotas e jovens adultas japonesas, as quais apresentavam temas ligados ao universo feminino japonês de então, sendo denominadas *Shojo Manga*, “Mangá para Garotas”.⁴⁷

Já nos anos 70, ocorre a consolidação do gênero *Shojo*, o qual até mesmo origina um polêmico sub-gênero, o *Yaoi*, que se caracteriza por histórias onde os personagens masculinos apresentam características homossexuais e passam frequentemente por situações de grande tensão sexual entre si. Paralelamente, surgem mais alguns estilos de histórias em quadrinhos mangá, como o *Angura Manga*, “*Underground Manga*”, também chamado de *avant-garde*, caracterizado por histórias niilistas e marginais, o *shgoaku*, que são revistas didáticas voltadas para o público infantil, onde se encontram também material educacional relativo ao

⁴⁶ MacWilliams (2008).

⁴⁷ Idem.

currículo escolar do ensino público japonês, e o *Kyoyo Manga*, “Mangá Educacional”, caracterizado por desenhos humorísticos que visam ensinar, instruir ou informar o leitor sobre algo, como por exemplo, a obra de Foucault.⁴⁸

Aliás, cabe ressaltar que essa última é a modalidade de histórias em quadrinhos mangá em que se encontra a origem das estórias que abordam uma determinada função social e/ou profissional, como é o caso de *Kami no Shizuku*, “Gotas dos Deuses”, recente e estrondoso sucesso no mercado editorial asiático. Nessa estória, o protagonista é um aspirante a *sommelier*, ou “conhecedor de vinhos” que, no decorrer da trama, prova e analisa um grande número de safras, permitindo que o leitor aprenda com ele toda a cultura que cerca o universo da enofilia.⁴⁹

Com a chegada dos anos 80, a indústria cultural e os temas das revistas mangá começam a se voltar também para os homens e as mulheres japonesas que já passaram dos 30 anos e, em parte por causa desse novo público, ocorre aquela que é considerada a grande explosão de vendas e de lucros do mercado japonês dessas publicações e a legitimação absoluta das revistas mangá como um meio de comunicação de massa, uma forma de entretenimento, um produto cultural e um suporte educacional.

E como se não bastasse tudo isso, o mangá ainda começa a ser internacionalizado com maior intensidade, chegando com força em diversos lugares do mundo, incluindo o Brasil, onde a Editora Globo começa a publicar 3 títulos principais, “*Kozure Ookami*” aqui intitulado “Lobo Solitário”, “*Akira*”, e “*Mai*”, aqui intitulado “*Mai – Garota Sensitiva*”.

Por sua vez, os anos 90 trazem o definitivo reconhecimento institucional do mangá como uma manifestação cultural japonesa. Esse fato se dá quando o

⁴⁸ MacWilliams (2008).

⁴⁹ O Estado de São Paulo, 2008.

Ministério da Educação japonês estabelece o mangá como uma reserva cultural e artística daquele país, criando um prêmio especial cuja primeira edição foi agraciada postumamente a Tezuka Osamu.⁵⁰

Com a virada do século, grandes mudanças ocorreram com os mangás, seu modo de publicação e consumo. Primeiro, houve a popularização dos “Cafés de Mangá”, cafeterias, pensões e bibliotecas pagas, onde os clientes desembolsam uma determinada quantia para terem acesso a centenas de títulos de histórias em quadrinhos mangá por um determinado tempo. Segundo, as revistas mangá passaram a ter suas estórias servindo de base para filmes, seriados televisivos, novelas e videogames que vieram a se juntar aos desenhos animados entre os negócios que se realizam em sinergia com essas histórias em quadrinhos.⁵¹

Além disso, as editoras de mangá japonesas começaram a participar de feiras internacionais de livros, tendo sido em Frankfurt, 2002, a estréia desse tipo de participação e os mangás chegaram a uma cifra de vendagem tal que 1, em cada 3 livros publicados no Japão, é uma dessas histórias em quadrinhos.⁵²

Outro evento marcante foi a fundação, no ano de 2000, da primeira Escola de Cartum e História em Quadrinhos, na Universidade Seika de Kyoto. Já em 2002, o Ministério da Educação japonês estabeleceu o dia 3 de Novembro, data do nascimento de Tezuka Osamu, como o Dia do Mangá. E finalmente, o Japão está sendo mais uma vez pioneiro ao publicar e distribuir mangá pela internet e pelos telefones celulares dos japoneses, podendo adicionar nesses veículos

⁵⁰ MacWilliams (2008).

⁵¹ Idem.

⁵² Ibidem.

efeitos sonoros e táteis, como no caso da vibração dos celulares no decorrer de uma cena de ação mais intensa.⁵³

Com isso, fica evidente que o mangá, mais do que uma forma de entretenimento e comunicação de massa é também resultado de um processo histórico que começa no próprio trato dos japoneses com sua língua, seu alfabeto e seu modo de transmitir as histórias, os conhecimentos e a cultura milenar de seu povo.

2.1.8. O Mangá Japonês no Brasil:

No Brasil, as primeiras revistas de histórias em quadrinhos mangá chegaram muito provavelmente com os primeiros colonos nipônicos que desembarcaram do *Kasato-Maru* no Porto de Santos em 18 de Junho de 1908. Essas revistas eram importadas por distribuidoras, normalmente localizadas no bairro da Liberdade, na cidade de São Paulo, que as enviavam tanto para o interior do Estado de São Paulo quanto para o interior do Paraná, onde ficavam as colônias fundadas pelos imigrantes japoneses.⁵⁴

Para a comunidade japonesa no Brasil, a leitura do mangá apresentava duas motivações importantes, a manutenção da língua, e a aquisição ou aprendizado de novos termos, principalmente aqueles incorporados no vernáculo japonês a partir da língua inglesa, exercendo a função de manter a língua coloquial viva para os japoneses e seus descendentes que estavam fora do Japão.⁵⁵

A partir da leitura das revistas mangá, foram muitos os desenhistas descendentes de japoneses que se influenciaram pelos seus traços característicos. Alguns deles representam grandes nomes no cenário do quadrinho nacional como é o

⁵³ MacWilliams (2008).

⁵⁴ Luyten (2000).

⁵⁵ Idem.

caso de Júlio Shimamoto, que faz parte dos clássicos brasileiros do gênero terror juntamente com Colonese, Nico Rosso e Gedeone na década de 1950.⁵⁶

Outro nome importante foi Fernando Ikoma, que publica o livro ilustrado intitulado "A técnica universal das histórias em quadrinhos", no qual dedica-se a ensinar as técnicas de desenho. Nessa publicação, Ikoma, já introduz aos leitores e artistas brasileiros muitos exemplos das revistas mangás japonesas, incluindo também a biografia de desenhistas nipo-brasileiros e de seus personagens baseados na cultura japonesa como é o caso de "O Samurai" de autoria de Cláudio Seto. Paulo Fukue, Kimio Shimizu também fazem parte desta galeria junto com Pedro Anísio, desenhista não descendente, que criou a história intitulada "O Judoka".⁵⁷

Nos anos 60 do século passado, com a Editora Edrel entrando no mercado da publicação de histórias em quadrinhos, surgem histórias diferenciadas explorando, já naquela época, o tema dos samurais e dos ninjas, fato que configura os primeiros esforços de se fazer uma revista mangá totalmente nacional, os quais foram malfadados. Assim, apesar de, após esse fato, as figuras de personagens desenhadas no mesmo estilo das revistas mangá terem se restringido aos anúncios de revista, fica a marca histórica que coloca o Brasil como o primeiro país a editar revistas mangás fora do Japão.⁵⁸

Já na década de 70 do século passado, surge no Brasil a primeira pesquisa acadêmica sobre as revistas de histórias em quadrinhos mangá, a qual foi coordenada pela Professora. Sonia M. Bibe Luyten, e publicada na revista "Quadrecia", órgão laboratorial da cadeira de Histórias em Quadrinhos da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São

⁵⁶ Luyten (2000).

⁵⁷ Idem.

⁵⁸ Ibidem.

Paulo com o título “O fantástico e desconhecido mundo das HQ japonesas”.

Ainda neste período, se estabeleceu o acervo de revistas mangá no Museu de Imprensa Júlio de Mesquita Filho, situado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, e criou-se a primeira mangateca, do Brasil, sendo essa uma das primeiras gibitecas do país. Junto dela nasceu a Associação dos Amigos do Mangá, que em 1984 fundiu-se com a comissão de exposição de quadrinhos da Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa dando origem à Associação Brasileira de Desenhistas de Mangá e Ilustrações, (ABRADEMI), que foi a primeira associação de entusiastas e profissionais das revistas mangá no país.

Também nos anos 80 e no início dos anos 90 do século passado, alguns títulos clássicos das revistas mangá foram publicados sem tanto destaque, como é o caso dos já citados Lobo Solitário, Akira, Crying Freeman, A Lenda de Kamui e Mai - Garota Sensitiva.

Além desses foram também publicados os títulos Cobra, Baoh e Escola de Ninjas, porém, a publicação de vários desses títulos foi interrompida e o público brasileiro ficou por vários anos sem as revistas mangá traduzidas, tendo ocorrido nesse intervalo a popularização de algumas edições piratas de revistas mangá. Entre essas, a mais famosa foi “Japinhas Safadinhas”, uma revista mangá erótica que apresentava uma versão não-licenciada da publicação intitulada “Angel de U-jin” lançada em nove edições.

A partir de 2000, a editora Conrad lançou as revistas de histórias em quadrinhos mangá intituladas “Dragonball” e “Cavaleiros do Zodíaco”, títulos que já eram sucesso de público no país quando foram exibidos em desenho animado. Agindo diferente do que as editoras de origem americana fizeram, a Conrad resolveu lançar os mangás no formato original japonês, com leitura da direita para a esquerda e em

papel jornal com ótima aceitação do público, fato que levou essa editora a receber o prêmio DINAP por ter vendido 115 mil exemplares por quinzena com a revista mangá “Dragonball”. Para se ter uma idéia da significância desse número, na média brasileira, no máximo cinco títulos vendem mais de 30 mil exemplares nas bancas hoje em dia.

Ao mesmo tempo, outra editora que também investiu no mercado das revistas mangá apresentando-os nesse mesmo formato foi a Editora JBC. Criada em 1992, no Japão, como redistribuidora de jornais de língua portuguesa para brasileiros, a JBC, em 2001, resolveu trazer para o Brasil as revistas mangá intituladas “Samurai X” e “Sakura Card Captor”, também exibidas no Brasil em desenho animado, e que foram escolhidos justamente por já serem títulos conhecidos pelos brasileiros, o que facilitou a aceitação de um produto que era, até doze meses antes, inédito no país, ou seja, as revistas mangá apresentadas em formato inovador, com leitura da direita para a esquerda, e com páginas em preto e branco.

A partir do surpreendente sucesso dessas últimas publicações, muitos títulos começaram a chegar ao país, caracterizando o que foi chamado de “Boom dos Mangas” quando o número de títulos e editoras que trabalham nesse segmento aumentou rapidamente. Para se ter uma idéia do que esse fato significou, em oito anos, apenas a editora JBC publicou mais de 40 títulos diferentes de revistas de histórias em quadrinhos mangá. Além disso, em novembro de 2003, foram lançados 117 títulos de revistas em quadrinhos mangá e hoje, nas principais bancas e livrarias das capitais brasileiras, é possível encontrar até 45 títulos de revistas mangá diferentes, muitos dos quais nunca foram exibidos em desenhos animados pelas emissoras nacionais de televisão aberta ou fechada.

Entretanto, embora o mercado das revistas de histórias em quadrinhos mangá no Brasil apresente um bom momento, ainda será necessária uma mudança nos hábitos de leitura dos brasileiros para que as revistas mangá possam ser um sucesso editorial e comercial no país como são no Japão, sendo necessário para tal que se quebre o círculo vicioso do analfabetismo funcional apresentado por grande parte de nossa sociedade cujos líderes políticos, via de regra, não demonstram em suas ações valorizar suficientemente a educação em todos os seus níveis.⁵⁹

Já em relação à publicação de títulos de revistas de histórias em quadrinhos de origem brasileira, com estilização das revistas mangá, o mercado editorial brasileiro conta com pelo menos uma revista nacional que conseguiu relativo sucesso, intitulada “Holy Avenger”. Além desta há também outras publicações que, embora não tenham obtido sucesso comercial, são eventualmente conhecidas pelos leitores das revistas mangá. Esses são os casos dos títulos “Ethora”, “Combo Rangers”, “Oiran” e “Sete Dias em Alesh” do Studio Seasons, e da antiga revista de fanzines em estilização mangá chamada “Tsunami”.

Mais recentemente, os títulos de revistas de histórias em quadrinhos com estilização mangá originárias do Brasil se restringem aos fanzines, sendo a publicação do título “Turma da Mônica Jovem”, pelos estúdios Maurício de Sousa e da revista “Luluzinha Teen e sua Turma”, publicada pela Ediouro Publicações algumas das pouquíssimas exceções.

⁵⁹ Sato (2007).

2.2. As características atuais do Mangá japonês:

Uma vez que já foi apresentado o processo histórico que trouxe os mangás até os dias de hoje, cabe saber como esse meio de comunicação de massa se diferencia das outras modalidades de histórias em quadrinhos e comunicação que a humanidade criou pelo mundo afora e conhecer as características que fazem dele algo tão indissociavelmente japonês e tão universalmente consumido e admirado pelos mais diversos povos que com ele já tiveram contato.

O Mangá japonês se distingue dos demais tipos de histórias em quadrinhos devido a uma série de aspectos. Alguns destes são os preços muito baixos, considerando-se o poder aquisitivo médio do japonês, com cada revista custando em média R\$ 9,00 a R\$ 12,00 (preço por página 6 a 10 vezes menor que o praticado no Brasil), o número de páginas, que varia de 200 a 1000, numa média de 400 e o caráter descartável, uma vez que os exemplares das revistas mangá costumam ser lidos e jogados fora imediatamente. Devido a esse fato, caso alguma estória se torne popular, as próprias editoras promovem um relançamento das mesmas em formato de livros de capa dura, os quais também são comercializados a preços bastante razoáveis.⁶⁰

Além disso, a maioria das revistas mangá é monocromática, ou seja, possui suas páginas todas com uma única cor de fundo, a qual varia mais comumente entre amarelo, azul, rosa, branco e preto, sobre a qual os desenhos são realizados com uma única cor de tinta, normalmente preta ou branca, fato que também diminui notavelmente o custo sua produção e, paralelamente, faz com que muitos desenhistas das histórias em quadrinhos mangá desenvolvam uma série de

⁶⁰ Luyten (2000).

recursos estéticos que agregam nesse meio de comunicação de massa um caráter artístico único e dinâmico.⁶¹

Aliás, no que concerne ao seu caráter artístico, as revistas mangá se destacam pelo desenho dos cenários, dos equipamentos e da natureza, quase sempre mostrados da forma mais realista possível, e também pelo traço utilizado nos personagens, que seguem um padrão diferenciado de representação gráfica que valoriza, de formas impressionistas, expressionistas e surrealistas, algumas características como os olhos, os cabelos e a representação do corpo humano, seguindo um padrão iniciado por Tezuka Osamu, considerado "*Mangá No Kami-Sama*", "*Deus dos Quadrinhos*".⁶²

Daí o fato das revistas mangá serem consideradas pelos estudiosos das histórias em quadrinhos como uma das modalidades dessa forma de comunicação e arte que mais possibilita ao leitor perceber os conteúdos referentes ao universo psicológico, aos contextos abstratos e às variadas subjetividades de suas personagens e das sociedades nas quais os mesmos estão inseridos.

Outra evidente e particular característica das histórias em quadrinhos mangá é o modo de narrativa e desenvolvimento de personagens, também iniciado por Tezuka Osamu, que utilizou recursos cinematográficos combinados com um modo de narrar descomprimido e não-linear por meio do qual a estória se desenvolve em diversos planos narrativos, os quais chegam a durar milhares de páginas.

A propósito, é justamente esse modo de narrar que permite que os autores das revistas mangá possam desenvolver suas personagens e suas estórias de tal maneira que elas contenham uma grande gama de situações onde se pode perceber que a personagem que vivencia essas

⁶¹ Luyten (2000).

⁶² Idem.

situações, além de sua figura desenhada, possui também uma personalidade dotada de toda uma complexidade psicológica e emocional.

Apresentadas aos leitores através da maneira como essas personagens lidam com tais situações, essa complexidade permite um alto grau de identificação entre a estória, as experiências que as personagens vivem e as pessoas que lêem esse tipo de revistas, sendo este grau, via de regra, muito maior do que aquele que ocorre na interação que se dá entre esses mesmos elementos através da leitura de um outro tipo de histórias em quadrinhos, como no caso das estórias de super-heróis cuja origem remonta aos Estados Unidos da América.

Vale ressaltar também que os métodos que os autores das histórias em quadrinhos mangá utilizam para chegar a esse resultado são análogos àqueles utilizados pelos bons diretores de cinema, ou seja, em seu modo característico de contar suas estórias, os autores dessas estórias levam seus leitores a atentar às pequenas minúcias da vida cotidiana retratada em suas narrativas, desde as folhas que caem das árvores, até as memórias e sensações que mudam lenta e profundamente em uma seqüência desenvolvida através dos diversos quadros que podem vir a compor uma determinada narrativa.⁶³

Assim, têm-se os principais fatos que levaram as revistas de histórias em quadrinhos mangá a serem consideradas pelos estudiosos das Histórias em Quadrinhos e das Artes Plásticas em geral, como um tipo de história em quadrinhos potencialmente mais iconográfico quando comparado às suas contrapartes ocidentais, possibilitando que uma revista de 320 páginas seja lida em

⁶³ Luyten (2000).

aproximadamente 20 minutos, o que indica uma velocidade média de leitura de 3,75 segundos por página.⁶⁴

2.3. Aspectos mercadológicos do Mangá japonês:

Em relação aos aspectos mercadológicos e editoriais desse meio de comunicação de massa, tem-se que, no ano de 1980, as revistas mangá atingiram a impressionante cifra de 1 bilhão e 160 milhões de edições vendidas. Para se ter uma idéia da enormidade desse número, a vendagem de um só título semanal de história em quadrinhos mangá como a revista *Shonen Jump*, em 1986, por exemplo, atingiu o valor médio de 4,5 milhões de exemplares por semana, enquanto naquele ano todo o conjunto de revistas em quadrinhos editadas pelos Estúdios Maurício de Souza totalizaram 2,5 milhões de exemplares mensais.⁶⁵

Em um período mais recente, as revistas mangá conseguiram atingir uma vendagem ainda maior, chegando em 1995 ao número de 1 bilhão e 340 milhões de edições e em 2001 ao número de 1 bilhão e 545 milhões de edições. Desde então, as vendas dessas revistas no Japão tem decaído uma média de aproximadamente 2,75% ao ano, chegando a 1 bilhão e 309 milhões de edições em 2005, número que ainda está completamente fora de escala se comparado à realidade brasileira, onde a revista semanal mais vendida no Brasil, a Revista Veja, possuiu em 2007 um total anual de 50 milhões de edições e todo o mercado das 26 maiores revistas semanais brasileiras chegou a aproximadamente 174 milhões de exemplares publicados neste mesmo ano.⁶⁶

⁶⁴ Luyten (2000).

⁶⁵ Idem.

⁶⁶ Research Institute for Publications, Publication Indicator Yearbook, (2006); IVC – Instituto Verificador de Circulação – Revistas Pagas – Média por edição – Total Brasil.

Outro aspecto importante com relação à distribuição e à circulação das revistas mangá é a segmentação de seus leitores, isto é, o fato dessas revistas serem editadas especificamente para cada grupo de consumidores desse meio de comunicação de massa, indo desde os títulos direcionados para meninos e meninas em idade pré-escolar, passando pelas histórias em quadrinhos para pré-adolescentes, adolescentes, adultos jovens, adultos maduros e chegando aos títulos para idosos, todos com revistas específicas para cada gênero. Existem ainda títulos de histórias em quadrinhos mangá separados por temas e utilizados para as mais diversas formas de instrução e comunicação.⁶⁷

Agora, como esse tipo de revistas em quadrinhos é editado, publicado e distribuído? Como é seu ciclo de produção? Qual o caminho seguido pela idéia que deu origem a um determinado título de história em quadrinhos mangá, desde seu surgimento até chegar às mãos de seus leitores na forma de uma revista? As respostas a estas questões evidenciam que raras vezes o termo “indústria cultural” foi levado tão à risca.

2.4. Aspectos editoriais do Mangá japonês:

Inicialmente, toda história em quadrinhos mangá nada mais é do que uma idéia, que surgiu na mente de um autor ou de um editor. Como ambos são, via de regra, interdependentes, aquele que tiver a idéia para uma nova estória procurará sua contraparte para iniciar o trabalho naquilo que, em algum tempo, se tornará o mais novo título de mangá a concorrer pela atenção dos leitores assíduos desse tipo de publicação.

⁶⁷ Luyten (2000).

A partir desse primeiro contato, o caminho percorrido por uma idéia até o momento em que ela se torna uma revista mangá publicada, é longo e obedece a dois tipos de ciclo de produção. O primeiro se estabeleceu no Japão nos anos 60 do século passado, quando as grandes editoras japonesas começaram a se envolver com a publicação de histórias em quadrinhos e contratar os autores que, para atender à imensa demanda de trabalho que surgiu, formaram pequenos estúdios e contrataram assistentes, estabelecendo uma espécie de “linha de montagem” para a produção das revistas mangá, na qual, a partir de um esboço desenhado pelo autor da estória, alguns assistentes desenhavam apenas os cenários, outros desenhavam somente os veículos, outro desenhava unicamente os personagens, outros faziam a colocação do texto e um último grupo fazia a arte final.⁶⁸

Já no segundo ciclo, surgido no final dos anos 80, as editoras, por meio de concursos, passaram a descobrir autores desconhecidos, que incapazes de arcar com os custos para sustentar um estúdio, começaram um processo de terceirização, com a contratação de assistentes *free-lancer's* para ajudá-los a enfrentar os prazos que seus contratos com as editoras estabelecem para a entrega de suas páginas de histórias em quadrinhos.

Assim, uma vez definido o tipo de ciclo de produção e de contrato a ser utilizado, começam as inúmeras reuniões entre editores e autores, onde são discutidos todos os aspectos da história em quadrinhos em processo de produção. Assim que um consenso é atingido, o autor se compromete a entregar a versão final das páginas originais, as quais são, em seguida passadas para as mãos do editor.

O editor, então, deve providenciar a colocação final dos textos, a finalização da edição e as milhões de impressões

⁶⁸ Kinsella (2000).

que são realizadas para cada uma das revistas a ser publicadas. Em seguida, a editora envia as revistas impressas a uma distribuidora que se encarregará de entregar essas revistas em seus inúmeros pontos de venda por todo o Japão.⁶⁹

2.5. A Influência das revistas Mangá sobre a Sociedade Japonesa.

Assim como ocorre com o cinema de ficção, as histórias em quadrinhos mangá, devido às características descritas anteriormente, permitem que o autor crie em sua narrativa um clima onde o envolvimento emocional, a intimidade e a identificação dos leitores com os personagens facilitam a imputação de idéias e valores.

Por sua vez, esse envolvimento e essa identificação decorrem de uma série de fatores como, por exemplo, a construção de enredos e de personagens que são profundos e densos em suas motivações, as diversas formas de interações pessoais ali representadas, as situações de conflito sócio-cultural que costumam participar das narrativas encontradas nos Mangas e a variedade intensa de ritmo de leitura que as histórias em quadrinhos mangá demandam, sendo essas revistas de histórias em quadrinhos aquelas que permitem as leituras mais rápidas e também as mais simbólicas do mundo. Além disso, também colaboram nesse sentido os elementos pictográficos anteriormente descritos, e seu enorme alcance midiático dentro do espectro sócio-econômico e da indústria cultural típica do Japão.

Contudo, apenas esse enumerar das características apresentadas pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá é insuficiente para explicitar o alcance da influência

⁶⁹ Kinsella (2000).

que esse meio de comunicação em massa exerce sobre a sociedade japonesa. Para tal é preciso compreender as razões que levaram o editor Noburo Nakano, da Editora Shueisha a, no ano de 1986, cunhar a seguinte expressão: “As pessoas, hoje em dia, no Japão, pensam sob a forma da linguagem do Mangá”.⁷⁰

A maior parte dessas razões já se encontra descrita, isto é, são as características específicas dessa modalidade de revistas em quadrinhos sobre as quais falamos anteriormente neste capítulo. Assim sendo, a razão que falta explicitarmos acaba sendo, ao mesmo tempo e paradoxalmente, a mais obscura e a mais evidente delas, ou seja, as histórias em quadrinhos mangá se tornaram parte tão intensamente integrante da cultura e da sociedade japonesa, inclusive vindo a exercer influência sobre ela, simplesmente porque elas são necessárias para a melhor sobrevivência cotidiana do povo japonês.⁷¹

Agora, se as revistas mangá são necessárias à sociedade e à cultura japonesa, quais são as demandas que elas atendem ? Como se dá a participação delas nos contextos sócio-culturais dentro dos quais são editadas e lidas as histórias em quadrinhos mangá, e como esses conteúdos são transmitidos e reafirmados por esse meio de comunicação de massa ?

A maior parte os povos que possuem as histórias em quadrinhos como um meio de comunicação de massa, uma forma de expressão artística, ou ambos, as identificam e se relacionam com elas como uma forma de entretenimento. No caso do Japão, essa relação se dá em termos um pouco diferentes.

As crianças pequenas japonesas lêem Histórias em Quadrinhos pela mesma razão que as crianças de todo o

⁷⁰ Luyten (2000).

⁷¹ Idem.

mundo lêem, ou seja, porque elas são divertidas e, devido a sua linguagem simples e direta, e seus desenhos limpos e alegóricos, também são imensamente acessíveis quando se está ainda em fase de aprendizado e de socialização. Entretanto, um exame mais minucioso da disciplinada sociedade japonesa revela outros aspectos que explicam, em parte, o grande consumo de revistas mangá entre crianças mais velhas, adolescentes e adultos.⁷²

Segundo Ichiro Kawazaki, nascer japonês pode ou não ser uma benção. Entretanto, uma coisa que certamente ele ou ela terá de enfrentar será uma severa batalha para sobreviver, desde o berço até o túmulo, porque, num país de mais de 125 milhões de pessoas, onde as oportunidades são limitadas, a concorrência é a sina a ser encarada durante toda a vida.⁷³

Isso ocorre no Japão porque o ensino oferecido pelo sistema educacional fundamental é caracterizado pelo que os japoneses chamam de "*shiken jigoku*", o "inferno dos exames". Esses exames, que são enfrentados pelos estudantes japoneses a partir do jardim da infância, visam promover a seleção daqueles que serão admitidos nas escolas de maior renome, acabando muitas vezes, por decidir todo o futuro de um cidadão japonês, inclusive seu ingresso numa boa universidade, o que será decisivo para a futura contratação do graduando japonês por uma grande empresa.⁷⁴

Segundo Michi Nagai, professor e ex-ministro japonês da Educação, as escolas no Japão têm sido mais caracterizadas pela fácil adaptação às necessidades práticas da sociedade do que pela sua contribuição a longo prazo para a formação da cultura através do desprendimento do alcance da verdade. Tal fato faz com que o sistema educacional seja desviado do

⁷² Luyten (2000) e Barral (2001).

⁷³ Autor de "*Japan Unmasked*" (1969), apud Luyten (2000).

⁷⁴ Luyten (2000).

seu objetivo original, o aprendizado, para tornar-se um mero sistema de memorização de dados, o que acaba por possibilitar o surgimento desse terror que persegue as crianças japonesas durante toda sua idade escolar.⁷⁵

Paralelamente, Takeo Muta, do Centro de Pesquisa Educacional de Yokohama, aponta que a pressão familiar para que a criança alcance bons resultados, a desestruturação dos lares japoneses, a ausência dos pais e o caráter competitivo do sistema educacional também causam imenso estresse à vida das crianças japonesas de hoje, sendo esses mais alguns fatores que podem contribuir para o surgimento de um distúrbio como o “*shiken jigoku*”.⁷⁶

Como se não bastasse isso, no Japão moderno os adultos também enfrentam situações de estresse bastante similares devido à falta de espaço físico para viver e à dedicação ao trabalho que é socialmente esperada, cobrada e, na maioria das vezes, apresentada pelos adultos japoneses, sendo que, especialmente os recém-empregados, acabam apresentando sintomas de apatia, indiferença e depressão, em geral associados ao trabalho de caráter mecânico e à pressão por velocidade e eficiência, fatores que geram o que é chamado no Japão de *tecnostress*.⁷⁷

Isso posto, nota-se como o conjunto dos fatores mencionados exerce uma carga de tensão que começa na infância, passa pela maturidade e só encontra seu fim na velhice, fazendo com que o indivíduo possua poucas oportunidades para seu entretenimento, situação em que o as histórias em quadrinhos mangá acabam por se constituir numa rara oportunidade de distração, na qual ele oferece uma

⁷⁵ Apud Luyten (2000).

⁷⁶ Idem.

⁷⁷ Luyten (2000).

válvula de escape silenciosa, absolutamente afeita aos japoneses que preferem interiorizar seus sentimentos.⁷⁸

Enfim, fica claro compreender o motivo de se apontar como algo de grande importância o fato de que as histórias em quadrinhos mangá se solidarizam com seu leitor, de tal forma que seus personagens lutam, amam, brigam, aventuram-se, viajam e até exercitam-se por ele, levando ao desenvolvimento de uma relação íntima entre o personagem e o leitor, a qual, por sua vez, faz esse último se esquecer das longas horas nos trens, do trabalho monótono e mecânico nas diversas empresas, do inferno dos exames escolares, das casas apertadas e das multidões nas ruas, dando-lhe a energia necessária para que esse indivíduo possa enfrentar os desafios de seu cotidiano.⁷⁹

Além disso, outro ponto que vale a pena destacar acerca da influência que as revistas de histórias em quadrinhos mangá exercem sobre a sociedade japonesa e os indivíduos que a compõem, estando inclusive teoricamente sustentado, é o fato de que esse meio de comunicação de massa atua como veículo de propaganda ideológica, colaborando de forma significativa na propagação dos valores da sociedade nipônica e contribuindo na mesma medida para o ensino e para a manutenção do modo de vida característicos dessa sociedade de seus componentes.⁸⁰

Nesse sentido, também vale ressaltar que tais colaborações e contribuições se dão através do modo como são construídas as narrativas encontradas nas revistas mangá, as quais normalmente abordam as experiências e as atitudes dos personagens dessas histórias, sendo essas vivências tão bem sucedidas e heróicas quanto mais manifestarem e se alinharem aos valores, e transcorrerem

⁷⁸ Luyten (2000)

⁷⁹ Idem.

⁸⁰ Cavalheiro (2005).

respeitando o modo de vida que são específicos da sociedade japonesa, relacionando-se positivamente com as expectativas que os japoneses tem a respeito daquilo que é mais ético, justo e heróico. Da mesma maneira, essas vivências serão tão mal-sucedidas e vilanescas quanto mais elas desprezarem e se antagonizarem a esses aspectos dos indivíduos, da sociedade e da cultura japonesa.⁸¹

Considerando tudo isso, temos a resposta para a primeira das perguntas acima colocadas, ou seja, diferente do que acontece em outras culturas, onde as revistas de histórias em quadrinhos são prioritariamente uma forma de entretenimento, as demandas que essas revistas atendem no Japão vão desde o entretenimento, passando pela função de válvula de escape, chegando até a transmitir conteúdo educacional escolar e técnico, servindo também como um meio de educação social e afirmação cultural.

Com isso, resta a segunda questão acima colocada, isto é, como se dá a participação das revistas de histórias em quadrinhos mangá nos contextos sócio-culturais dentro dos quais elas são editadas e lidas, e como esses conteúdos são transmitidos e reafirmados pelas revistas mangá ?

Para responder essa questão, torna-se essencial para o melhor entendimento deste estudo, conhecer sobre o *modus operandi* e os valores do ambiente sócio-cultural nipônico, assim como sobre o modo como estes mesmos aparecem inseridos nas narrativas realizadas e comunicadas por meio das revistas de histórias em quadrinhos mangá.

⁸¹ Cavaleiro (2005).

2.5.1. O *etos* e os valores da sociedade japonesa nas revistas mangá.

A essência do *etos*, isto é, dos costumes, do caráter e das paixões que formaram a sociedade japonesa foi denominada de "Relativismo Social". Esse termo nasceu a partir de duas características fundamentais desse *etos*, a preocupação social e o relativismo das interações pessoais.⁸²

O aspecto social é evidenciado na preocupação do povo japonês com a construção e a manutenção de bons relacionamentos e na maneira como agem em suas tentativas de atingir um objetivo, construindo, mantendo e manipulando relacionamentos sociais. Já o relativismo das interações pessoais é caracterizado pela interação social que se dá como resultado da influência mútua entre o sujeito e seu interlocutor.⁸³

Disso extraímos o fato de que não é a sociedade em si, mas sim as interações pessoais e sociais, e os relacionamentos que daí podem aflorar, que funcionam como força propulsora dentro da sociedade japonesa.

Tendo isso em mente, passemos aos valores característicos da sociedade japonesa, iniciando pelo "Pertencer" ou "Fazer Parte".

2.5.1.1. Pertencer.

"Pertencer", neste caso, refere-se a determinados grupos de interação social que podem variar muito, indo do íntimo ao impessoal, do formal ao informal. Pode referir-se a uma determinada casa, área residencial, vila, cidade, a

⁸² Lebra (1976)

⁸³ Idem.

companhia em que alguém trabalha, à nação, e assim por diante.⁸⁴

Esses grupos de interação social e referência são identificados e definidos como *ba*, estrutura, algo distinto de atributo, sendo que o mais evidente resultado dessa distinção e de sua importância dentro da sociedade japonesa é o fato de os japoneses se identificarem socialmente através de sua posição dentro de uma determinada estrutura e não através de seus atributos pessoais.⁸⁵

Outro exemplo de atitude que podemos relacionar ao "Pertencer" é o coletivismo, a identificação individual com os objetivos coletivos dos grupos aos quais pertencem. Coletivismo, assim, envolve cooperação, solidariedade e o desejo do atingimento de *ittaikan*, um sentimento de unidade entre todos os membros do grupo.

Devido a essa noção, muito do que é considerado de importância privada aqui no ocidente torna-se uma empreitada grupal no Japão. Isso é tão natural para o japonês que pode se dizer que os japoneses apenas se sentem vivos ao fazerem parte de uma coletividade.⁸⁶

Não podemos deixar de citar também que esse "Pertencer" implica em um tipo de conformismo. O coletivismo, caracterizado pela harmonia e pelo consenso, implica em pressões que visam estabelecer conformidade, a idéia de "ser igual a todos", de tal forma que idiossincrasias e discussões tendem a ser evitadas ou suprimidas em prol da manutenção do consentimento.⁸⁷

Um detalhe que vale ressaltar é o de que esse mesmo conformismo tem servido como uma base cultural para a ideologia igualitária japonesa, algo estranho em um país hierarquicamente ordenado. Tal fato pode ser observado

⁸⁴ Lebra (1976).

⁸⁵ Nakane (1970) apud Lebra (1976).

⁸⁶ Ryu (1971) apud Lebra (1976).

⁸⁷ Lebra (1976).

quando se atenta ao fato de que o autoritarismo no Japão ocorre através do incentivo ao conformismo e não por imposição direta de uma autoridade.⁸⁸

Essa pressão por conformidade resulta em um tipo de resignação pessoal chamada *enryo*, o reprimir de uma expressão desaprovadora. Essa frustração resultante do *enryo* pode ser contornada através de relações mais pessoais dentro do mesmo grupo, ou chegar a um ponto insuportável caso em que o membro dissidente pode entrar em outro grupo, organizar um outro grupo ou alienar-se do grupo completamente.⁸⁹



Figura 1 - Fushigi Yugi, de Yû Watase - 2002. Amostras da atitude conformista e homogeneizadora que o "Pertencer implica e da maneira como a autoridade é imposta.

⁸⁸ Niekawa (1966) apud Lebra (1976)

⁸⁹ Lebra (1976).

Há mais um aspecto importante precisa ser explicitado: o forte senso de "Pertencer" como um esteio da própria identidade individual, reforçado pelo coletivismo e pelo conformismo, clama pelo total comprometimento e pela absoluta lealdade do indivíduo em relação aos seus grupos.⁹⁰

Isso significa, dentro da sócio-cultura japonesa, que o grupo é responsável por suprir todas as necessidades de seus membros que este for capaz. Em tal sistema, por exemplo, o empregado que receber uma melhor oportunidade de trabalho em outra empresa é socialmente obrigado a permanecer na sua empresa atual e não deve se dispor socialmente à mudança, recomendando-se, inclusive, que o indivíduo sempre avalie cuidadosamente uma coletividade à qual pretenda se unir antes de efetivamente fazê-lo.⁹¹

Naturalmente, em decorrência desse fato, muitos dos grupos japoneses mais proeminentes também avaliam com extremo cuidado seus candidatos a membros, visto que, após a vinculação, o primeiro deve prestar auxílio, proteção e se responsabilizar pelo último, dividindo os louros e/ou o ônus, perante a sociedade, de todas as atividades de seus membros.⁹²

Um reflexo disso é a intensa competição que os japoneses podem ter de enfrentar na tentativa de vincular-se aos grupos mais proeminentes. E em relação a esse comprometimento, um erro pode resultar ou em um infeliz "Pertencer", que ocorre quando o grupo ao qual pertence não satisfaz o indivíduo, ou em uma vida caracterizada pela solidão e pela desconfiança, algo que pode trazer constante insucesso e intenso sofrimento à vida de um japonês.⁹³

Na prática, todos esses aspectos apresentados em relação ao "Pertencer", o estabelecimento de identidade, o

⁹⁰ Lebra (1976).

⁹¹ Idem.

⁹² Ibidem.

⁹³ Lebra (1976).

coletivismo, o conformismo e o total comprometimento exprimem-se em muitos momentos, como percebemos, podendo chegar a extremos tais como o comprometimento de toda a população japonesa com os objetivos nacionais declarados pelo Imperador durante a Segunda Guerra Mundial.⁹⁴

Outro exemplo desses extremos são as implicações coletivas de experiências e acontecimentos pessoais, as quais podem tanto levar à vergonha, sofrimento, ou culpa quanto ao engrandecimento de um grupo a partir das ações, vitórias e derrotas pessoais de seus membros sendo inclusive que a mais aguda e dolorosa culpa que pode sentir um japonês ocorre quando sua ação resulta em uma traição a um dos grupos ao qual ele pertence.⁹⁵

Agora que já conhecemos o "Pertencer", este trabalho avança para o próximo deles, um valor que se inter-relaciona diretamente com o anterior, a "Empatia.

2.5.1.2. Empatia

Para a cultura japonesa, a "Empatia" é considerada a mais alta virtude, indispensável para aquele que é realmente humano, moralmente maduro e merecedor de respeito. Tal é a importância desse valor que se faz possível referir-se à cultura japonesa como a "Cultura *Omoyari*", sendo que o termo *omoyari* se refere à habilidade e à intenção de sentir o que os outros estão sentindo, de paralelamente experimentar e conscientizar-se da dor e do prazer dos outros e ajudá-los a satisfazer seus desejos.⁹⁶

⁹⁴ Lebra (1976).

⁹⁵ Doi (1971) apud Lebra (1976).

⁹⁶ Lebra (1976).



Figura 2 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki - 1997. Aqui o autor do mangá, através de seu personagem principal, um heróico samurai, exprime na prática o valor sócio-cultural dado à *Omoyari*, a "Empatia".

Assim, *omoyari*, como no referido caso de manutenção de conformidade em um grupo, requer a supressão dos ideais ou desejos individuais durante uma relação inter-pessoal se esses forem contrários às idéias dos outros. Entretanto, essa atitude se distingue da conformidade por "Pertencer", mais fácil de manter, já que ela se refere a um grupo já formado e conhecido enquanto, no caso do *omoyari*, sua aplicação é freqüente tanto na comunicação com amigos e colegas quanto ao conversar com estranhos.⁹⁷

⁹⁷ Lebra (1976)



Figura 3 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki - 1997. Mais uma vez, temos a expressão do valor sócio-cultural dado à *O moyari*, a "Empatia", em duas situações diferentes. Primeiro o samurai manifesta *omoyari* ao compreender o que o garoto está sentindo e ao aliviá-lo do sofrimento. Segundo, a irmã mais velha do garoto se sente mal por não ter sido capaz de, através de *omoyari*, compreender os sentimentos do garoto.

Este último tipo de interação mobiliza *omoyari* em seu mais alto grau, fazendo com que uma pessoa evite ao máximo ser assertiva em sua comunicação enquanto não souber se seus interlocutores concordam consigo, sendo que sua mais evidente manifestação se dá quando, numa conversação, tencionando não expor opiniões, um dos envolvidos aproveita-se da estrutura sintática japonesa, na qual o verbo é colocado apenas no final da sentença e não a completa, esperando que seu interlocutor o faça, sendo isso particularmente útil nas relações hierarquizadas.

Além disso, temos que muitas das frases ditas pelos japoneses terminam com a partícula *ne* que tem a mesma função e significado da partícula "né?" que encontramos no idioma Português, ambas significando "não é?". No caso japonês, essa partícula não demanda penas conformidade,

mas uma concordância interior, sendo comum que o interlocutor também demonstre atenção e receptividade através de expressões como "estou ouvindo" ou "é isso aí".

Omoyari remete também à capacidade de otimizar o conforto alheio através da pró-atividade de uma pessoa em relação à satisfação e ao conforto da outra, fato que implica no conceito japonês de hospitalidade, que compreende ter tudo arranjado a tempo, incluindo alojamento, comida, transporte e um detalhado itinerário mesmo antes de se manter qualquer contato com o convidado.⁹⁸

Outro aspecto do *omoyari* é o esforço que uma pessoa faz com o intuito de evitar que outrem sofra algum tipo de desprazer, venha a assumir *meiwaku*, problemas, ou venha a ter seus sentimentos machucados por algo dito ou feito pela primeira pessoa. Isso se torna claramente observável na circunspeção e na reserva apresentada pelos japoneses nas relações interpessoais que eles desenvolvem.⁹⁹

Novamente, então, a virtude do *enryo* – capacidade de reprimir uma expressão desaprovadora – é exercida para evitar desagrado em outras pessoas, independentemente da participação das mesmas em algum grupo.¹⁰⁰

Mais um aspecto que vale ser destacado é a resistência que os japoneses possuem para aceitar que eles possam vir a ser um fardo ou um aborrecimento para os outros, estando aqui, nessa manifestação de *omoyari*, uma das mais importantes evidências de individualidade, em uma forma que não consiste em impor sua vontade a outrem, mas em recusar ser imposto a outrem seja qual for a contingência.¹⁰¹

⁹⁸ Vogel (1963), apud Lebra (1976).

⁹⁹ Lebra (1976).

¹⁰⁰ Idem.

¹⁰¹ Ibidem.



Figura 4 - Video Girl AI, de Masakazu Katsura, 1989. Aqui, temos o valor *O moyari*, "Empatia", manifestado na forma da intenção de evitar trazer *meiwaku*, problemas, a outrem.

Os lados negativos do *omoyari* são o *osekkai*, a intromissão, um vício muito mal-visto no Japão, e uma talvez imatura sujeição dos indivíduos da sociedade japonesa a determinadas intrusões em seus direitos devido ao receio de ofender o intruso no clamar pelos mesmos, sendo esse comportamento nitidamente visível no hábito japonês de não examinar contas de restaurante ou de supermercado, temendo que essa atitude lhe traga vergonha ou ofenda o dono e os funcionários do estabelecimento.¹⁰²

Isso também mostra que os japoneses podem ter seus sentimentos feridos mesmo nas mais sutis provocações, o que demonstra uma grande fragilidade emocional. Tal aspecto se

¹⁰² Lebra (1976).

relaciona ao *omoyari* devido à idéia sócio-cultural japonesa de que vulnerabilidade requer cuidado empático, o que encoraja a existência dessa fragilidade. Por outro lado, essa característica do *omoyari* também pode funcionar como sanção social, dado que, quando alguém deseja punir outra pessoa, esse alguém pode aludir a tal comportamento.¹⁰³

Além dos aspectos citados anteriormente acerca da fragilidade sentimental dos japoneses, observa-se também que, no caso desse tipo de ofensa proposital ser injustificada, esse ferimento tende a se agravar e se tornar um *urami*, um rancor, algo que tanto pode levar uma pessoa à instabilidade individual e social quanto converter-se em um tipo de energia psicológica que será utilizada para avanços pessoais, sendo este último caso considerado a mais efetiva retaliação a palavras de desagravo que uma pessoa tiver recebido.¹⁰⁴

Em relação ao *omoyari*, existem mais alguns aspectos que valem ser expostos. A primeira delas refere-se à ênfase japonesa no que concerne à *magokoro*, a "sinceridade de coração", o mais alto parâmetro moral para um japonês – algo que pode ser explicado através do fenômeno da "reverberação social", cujo ideal incorre numa verdadeira fusão social através de *ittaikan*, o "sentimento de unidade".¹⁰⁵

O fenômeno de *ittaikan* identifica-se com a crença japonesa de que *magokoro* possua a capacidade de reverberar em outras pessoas e induzi-las a uma determinada reação, e de que um evento deva ser julgado e avaliado não só pelos seus resultados finais, mas também pela ausência ou presença de *magokoro* entre os envolvidos. Tais conceitos parecem ter sua origem ligada ao *ninjo*, os "sentimentos humanos individuais", isto é, à indulgência ao desejo individual de não ser alvo de obrigações sociais e à tolerância

¹⁰³ Lebra (1976).

¹⁰⁴ Idem.

¹⁰⁵ Ibidem.

aos desejos alheios que sejam antagônicos àqueles do próprio indivíduo.¹⁰⁶



Figura 5 - Guerreiras Mágicas de Rayearth, Estúdio Clamp, 1994. Aqui encontramos a expressão da importância do *magokoro* para a sócio-cultura japonesa.

A segunda característica relativa ao *omoyari* relaciona-se também à primeira, uma vez que ela se dá apenas através da reverberação social e da busca de fusão social, sendo que ela é o grande valor atribuído pela sociedade e pela cultura japonesa à comunicação intuitiva, não-verbal, o qual se justifica pela importância do sentimento de "Pertencer", pela sensibilidade social gerada por *omoyari* pelo senso estético social japonês, que valoriza e admira pessoas que conseguem

¹⁰⁶ Lebra (1976).

se comunicar através de mensagens indiretas, não-verbais, implícitas e sutis.¹⁰⁷

Além disso, essa segunda característica também se justifica pelo pensamento japonês segundo o qual apenas pessoas insensíveis e rústicas precisam da comunicação verbal e direta, e especialmente pela crença baseada na idéia de que essa forma de comunicação empática e intuitiva é necessária para manter o próprio modo de vida japonês, uma vez que a população japonesa acredita que uma comunicação mais direta teria grandes chances de destruí-lo.¹⁰⁸



Figura 6 - Guerreiras Mágicas de Rayearth, Estúdio Clamp, 1994. Dessa vez, encontramos uma manifestação de *ittaikan*, o sentimento de unidade e a reverberação do *magokoro*, que se realiza através da indução de uma reação.

¹⁰⁷ Lebra (1976).

¹⁰⁸ Idem.

Sob esse aspecto, há um detalhe muito interessante no que se refere diretamente ao mangá e ao desenho de seus personagens, caracterizados por seus grandes e expressivos olhos. No Japão, o olhar é considerado a mais expressiva demonstração do estado mental de uma pessoa e deve servir apenas para comunicar ao leitor o estado interior dos personagens, não devendo ser usado para comunicação entre eles, uma vez que a comunicação olho no olho é considerada indiscreta. Como podemos ver, a comunicação intuitiva envolve *omoyari* em todos os seus aspectos, demonstrando porque a cultura japonesa é chamada de "Cultura *Omoyari*".¹⁰⁹



Figura 7 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki, 1997. Esta amostra apresenta um exemplo de diálogo que possui algumas das características citadas no parágrafo acima. Apesar de sua importância, não é realizado "olho no olho" e nem verbalizado por completo, vindo a ser desenvolvido de uma forma mais intuitiva.

¹⁰⁹ Lebra (1976).

Prosseguiremos com o presente estudo abordando um outro valor essencial da sócio-cultura japonesa, que também se relaciona aos anteriores: a "Dependência".

2.5.1.3. Dependência.

Em uma sócio-cultura que exalta o "Pertencer" e a "Empatia", não é surpreendente que se ocorra a tolerância ou mesmo a promoção da "Dependência" entre seus indivíduos, contudo, o conceito japonês de "Dependência" não deve ser entendido como algo que implica em confiança passiva em relação ao outro sem nenhum tipo de reciprocidade.¹¹⁰

Na cultura japonesa, existem diversos tipos de "Dependência", sendo que o "direito" de ser dependente deve ser justificado por concessões ou pelo cumprimento de certas obrigações. Para tratar desse assunto, esse estudo começa descrevendo a mais primária modalidade de dependência encontrada no Japão, a "Dependência Patronal", que se caracteriza pela afiliação simbólica.¹¹¹

O funcionamento da dependência patronal se dá quando duas pessoas, dentro da sociedade japonesa, possuem status ou poder desigual, de tal forma que aquele que possui status social inferior torna-se dependente daquele que possui status social superior, que o ajudará e lhe dará suporte. Ao mesmo tempo, é esperado desse superior que ele exercite seu poder em favor de seu dependente, formando um laço patronal com seu inferior.¹¹²

Vale destacar que esse tipo de dependência permeia todas as relações sociais desenvolvidas dentro dos ambientes sócio-culturais japoneses, tornando-se evidente nas relações entre empregador e empregado, chefe e subordinado, líder e

¹¹⁰ Lebra (1976).

¹¹¹ Idem.

¹¹² Ibidem.

seguidor, professor e discípulo, entre outras, estendendo-se inclusive às relações entre os núcleos familiares, como poderá se ver adiante.¹¹³

Assim sendo, de acordo com a tradição japonesa, esse tipo de *dependência* ocorre de uma forma muito próxima ao modelo familiar que será estudado mais profundamente na próxima parte deste estudo, sendo que, nessa situação, a parte dependente assume, de maneira aproximada, o papel de uma criança à qual se dá o nome de *kobun*, em relação ao seu "padrinho", que faz o papel paterno e a quem se dá o nome de *oyabun*.¹¹⁴

Em razão disso, é esperado que nas relações interpessoais desenvolvidas entre os japoneses, aquele que se encontrar no papel de *kobun* dependa de uma outra pessoa, esta última se encontrando no papel de *oyabun*, e apele para o *oyagokoro*, o sentimento paterno caracterizado por uma atitude calorosa e benevolente, em busca de proteção e abrigo. Será também esperada profunda e comprometida gratidão do *kobun* em retorno a seu *oyabun*.¹¹⁵

Entretanto, nem sempre essa relação ocorre de forma ideal, sendo possível e não muito incomum que o *oyabun* demande de seu *kobun* ilimitados sacrifícios em recompensa por sua dada ou esperada benevolência.¹¹⁶

Um segundo tipo de dependência relativa à natureza sócio-cultural desse valor é a "Dependência de Assistência" ou "Dependência de Suporte", um tipo de "Dependência" ocorre quando uma pessoa de *status* social superior depende de uma pessoa de *status* social inferior para cuidar de suas necessidades pessoais.¹¹⁷

¹¹³ Lebra (1976).

¹¹⁴ Idem.

¹¹⁵ Ibidem.

¹¹⁶ Minami (1954) apud Lebra (1976).

¹¹⁷ Lebra(1976)

Esse tipo de assistente é necessário para lidar com as tarefas do cotidiano consideradas socialmente inferiores, evitando assim a exposição, em um território mais mundano, de uma pessoa que ocupa uma função proeminente dentro da sociedade japonesa, o que por sua vez implica no fato de que, para um japonês acostumado a esse aspecto cultural, pode ser realmente chocante encontrar uma pessoa de alto *status* social fazendo compras em um supermercado, por exemplo.¹¹⁸

Na prática, esse tipo de dependência se manifesta de diversas formas, como na relação entre professores de *status* diferentes em universidades, os quais se utilizam de assistentes para diversas tarefas consideradas mundanas, como pesquisar em bibliotecas e até mesmo acender cigarros, estando presente também na relação entre esposo e esposa, sendo o primeiro dependente da última em relação à organização e aos cuidados relativos ao domicílio e às crianças.¹¹⁹

Assim, a "Dependência de Suporte" satisfaz em certos aspectos, mas também tem um preço, ou seja, traz algumas obrigações para aquele que usufrui dela. Uma pessoa de *status* superior àquela que é assistida, perde um pouco de sua liberdade uma vez que, caso a queira fazer as coisas por si, será mal-vista e impopular.

Tudo isso posto, pode-se dizer que a "Dependência de Suporte" é complementar à "Dependência Patronal", uma vez que indivíduos de graus hierárquicos diferentes relacionam-se através desses dois tipos de "Dependência", onde uma pessoa de *status* social superior e uma pessoa de *status* social inferior podem ser perfeitamente interdependentes sem perder sua diferença de *status*.

Continuando com os tipos mais comuns de "Dependência", temos ainda a "Dependência de Indulgência",

¹¹⁸ Lebra (1976).

¹¹⁹ Idem.

conhecida como *amae*, a forma substantiva do verbo *Amaeru*, que significa "depende da benevolência de alguém". Este termo, devido à doçura que carrega dentro da sócio-cultura japonesa, é geralmente usado para descrever a atitude e o comportamento de uma criança em relação a seus pais e particularmente à sua mãe.¹²⁰

Essa modalidade de "Dependência" possui uma contraparte que a complementa e a apóia, à qual podemos chamar de *amayakasu*, que significa "aceitar o desejo de outrem por sua indulgência". Além disso, *amaeru* e *amayakasu* podem assumir formas passivas, ou seja, respectivamente, aceitar a indulgência de outrem e aceitar o desejo de outrem por indulgência, e ativas, isto é, também respectivamente, solicitar a indulgência de outrem e solicitar de outrem o desejo por sua indulgência.¹²¹

Outra manifestação de *amaeru* e *amayakasu* é a auto-indulgência. Entretanto, não devemos deixar de atentar que uma pessoa *amai*, ou seja, total e inquestionavelmente indulgente, ou muito inocente e sensível para lidar com as vicissitudes da vida, também não é muito bem-vista pela sociedade japonesa, sendo considerada pouco confiável.¹²²

Em termos práticos podemos dizer que, dentro da sócio-cultura japonesa, é virtualmente impossível resistir a um relacionamento *amaeru-amayakasu*. A pessoa que lida bem com *amaeru* costuma ser mais bem-sucedida no Japão, uma vez que ela será prontamente aceita por alguém que se sinta bem no papel de *amayakasu*, sendo o inverso também verdadeiro, e o ideal ligado ao desenvolvimento dos dois papéis sociais.¹²³

Abordando agora o último dos tipos mais comuns de "Dependência", que é aquele que se baseia na piedade de

¹²⁰ Doi(1962) apud Lebra (1976)

¹²¹ Lebra (1976).

¹²² Idem.

¹²³ Ibidem.

uma pessoa por problemas alheios, esse estudo apresenta a "Dependência de Piedade" que é o caso em que a "Dependência" na forma de *amae* e a "Empatia", na forma de *omoyari* são complementares, ocorrendo quando um indivíduo, ao se sentir física ou emocionalmente com problemas, sente-se compelido a revelar aquilo que o aflige a alguém que possa ouvir e entender o que está acontecendo. Entretanto, não se espera daquele que necessita de ajuda uma postura passiva, muito pelo contrário, se espera que ele busque auxílio.¹²⁴



Figura 8 - Fushigi Yugi, de Yû Watase, 2002. Neste caso encontramos uma representação bastante evidente da "Dependência de Piedade" e do comportamento que é socialmente esperado da pessoa que se coloca na posição *amaeru* em uma relação interpessoal.

¹²⁴ Lebra (1976).

A grande diferença desse caso de dependência em relação aos outros é que esse caso de "Dependência" é um dos poucos aspectos da cultura japonesa que justifica que se transcenda as posições hierárquicas, servindo tanto uma pessoa de *status* social inferior quanto uma de status superior. Isso quer dizer que mesmo de um pai, um empregador, um chefe, um líder, um professor ou um homem rico que, por algum motivo, não possa lidar com determinada situação, espera-se que ele apele para a piedade daqueles que lhes forem socialmente inferiores para demandar sacrifícios que, via de regra, acabam sendo acatados.¹²⁵

Agora, que já se sabe mais sobre as noções de "Pertencer", "Empatia" e "Dependência", alguns dos principais valores intrínsecos à sócio-cultura japonesa, este estudo avança para outra noção moral fundamental, o "Ocupar a Posição Devida", valor que evidencia o comprometimento do povo japonês com o cultivo e a manutenção de uma ordenada estrutura social.

2.5.1.4. Ocupar a posição devida.

O valor de "Ocupar a Posição Devida" deve ser entendido como a conscientização de cada pessoa em relação à posição que a própria e que os outros ocupam dentro da sociedade como um todo, a capacidade e a intenção de cumprir todas as obrigações ligadas à mesma e, se necessário, clamar pelo reconhecimento dessa posição pelos outros membros da sociedade japonesa.¹²⁶

Para entender melhor esse conceito e sua aplicação prática, deve-se conhecer também o conceito de *bun*, que pode significar porção, divisão, parte ou fração, mas sua mais apropriada tradução para a compreensão do presente estudo

¹²⁵ Lebra (1976).

¹²⁶ Idem.

é aquela em que *bun* passa a ser entendido como *status*, algo passivo quando relativo a uma posição ocupada, e como *função social*, algo ativo quando relativo à performance em certas prerrogativas.¹²⁷

Por exemplo, de um estudante se espera dedicação a seu *honbun*, "seu *bun* verdadeiro", ou seja, estudar bastante ao invés de se envolver, por exemplo, em movimentos políticos estudantis, algo que se encontra além do que a sociedade considera seu *bun*. Esse conceito de *bun* traz consigo três implicações para a sociedade japonesa, quando a mesma é entendida como um único organismo, sendo os indivíduos parte dele.¹²⁸

A primeira delas é a concepção de fração. Uma vez que os indivíduos derivam sua identidade social a partir de seu *bun*, ele nunca será visto como um ser integral, mas apenas como uma fração do todo. Neste caso o indivíduo *a priori* não é ninguém, e só se torna alguém ao ocupar uma parte dessa sociedade e contribuir para o grupo como um todo. Como segunda implicação, os sujeitos desses *bun* devem ser interdependentes. A consciência dessa impossibilidade de autonomia e da necessidade da interdependência é um ponto chave desse conceito.¹²⁹

Finalmente, a terceira implicação é a de que apenas através de seu *bun* um indivíduo pode tornar a sua vida significativa. Os japoneses acreditam que todos devem ter seu *bun* e que se isso não ocorre, algo deve estar errado. Uma das mais necessárias qualidades que um líder deve possuir, para os japoneses, é a capacidade de perceber se todos em um determinado grupo possuem seu *bun* e ocupam uma determinada posição dentro desse grupo. Se todos o têm,

¹²⁷ Lebra (1976).

¹²⁸ Idem.

¹²⁹ Ibidem.

acreditam, essa interdependência passa a existir e ninguém se torna dispensável.¹³⁰

Bun, assim definido como *status* ou *função social*, também pode ser visto de duas formas. Primeiro, esses conceitos de *status* e *função social* são relativos um ao outro e só se realizam socialmente ao relacionarem-se com um outro *status* ou uma outra função social dentro de uma hierarquia onde é possível relativizá-los entre si, como podemos intuir ao lembrar que o *status* e a função de professor só existirá e será socialmente importante enquanto houverem alunos em busca de aprendizado.

Segundo, *status* e *função social* também podem ser conceituados independentemente, como no caso dos *status* e *funções sociais* ligadas ao gênero, à idade ou à ocupação de determinada pessoa, sendo possível que este último seja classificado distintamente ao se referir à relação entre *status* e função social.¹³¹

Assim sendo, o valor de "Ocupar a Posição Devida", segundo Lebra (1976), reflete-se na orientação social baseada em *status* que apresenta a sociedade japonesa, aspecto esse referente à hierarquização social e aos comportamentos sociais associados à hierarquia que podemos encontrar no modo de vida de tal sociedade, e também na dicotomização do comportamento, indicada na linguagem usada pelos japoneses a qual, de acordo com o *status* do interlocutor, pode mudar completamente de um padrão "superior-inferior", que é caracterizado por uma linguagem mais direta e incisiva, para um padrão "inferior-superior", que é caracterizado por uma linguagem formal, pomposa e cheia de adereços, dependendo da posição ocupada pelo

¹³⁰ Lebra (1976).

¹³¹ Idem.

interlocutor em relação à posição ocupada pelo sujeito com quem está sendo travado o diálogo.¹³²



Figura 9 - Fushigi Yugi, de Yû Watase - 2002. Aqui temos um exemplo da dicotomização do comportamento social japonês no qual podemos ver também uma pequena amostra da capacidade de relativização e da versatilidade referente à maneira de lidar com uma função social que a sócio-cultura japonesa valoriza em seus atores sociais.

Além disso, esse valor reflete-se também na necessidade social de divulgação do *status* das pessoas fato que, por diferenciar um indivíduo tanto de maneira positiva quanto negativa, gerando grande competitividade individual pela aquisição de uma elevada posição social e grande dedicação à realização de alianças verticais coletivas, isto é, alianças realizadas entre pessoas de *status* sociais inferiores,

¹³² Lebra (1976).

as quais como vimos anteriormente assumem um papel filial, e pessoas de *status* social superior, que por sua vez assumem o papel paternal.¹³³

Não podemos deixar de citar também que o "Ocupar a Posição Devida" imprime a cada *status*, do mais inferior ao mais elevado, uma determinada propriedade de atuação social, e que o desrespeito a esta propriedade pode trazer a seu sujeito uma das coisas que mais aflige o indivíduo japonês, a vergonha, que o denigre socialmente, sendo essa aflição de tal envergadura que o receio de que isso aconteça pode inclusive resultar em inibição social, visto que a ligação entre *status* e vergonha só se dará mediante condições que permitam que um comportamento social inconsistente com o *status* apresentado por uma pessoa seja exposto e reconhecido.¹³⁴

Isso também nos coloca um aspecto interessante a respeito da ética social japonesa, que se flexibiliza caso o comportamento social inconsistente não puder ser reconhecido ou não for exposto socialmente. Outro reflexo do modo como a orientação social baseada em *status* ocorre no Japão é que o profundo senso de orgulho e de vergonha da população japonesa com respeito ao *status* individual é um dos fatores que impedem que a "Dependência" vá longe demais, uma vez que uma pessoa de *status* elevado não pede e tampouco aceita de imediato a ajuda de qualquer outra pessoa, avaliando *a priori* até que ponto esse ato poderá vir a lhe causar algum tipo de vergonha para, só depois decidir se solicita ou aceita ajuda.¹³⁵

O "Ocupar a Posição Devida" também se faz perceber através do comprometimento pessoal apresentado por cada japonês em relação à sua função social, fato evidente na

¹³³ Lebra (1976).

¹³⁴ Idem.

¹³⁵ Ibidem.

dedicação dada pelos mesmos à execução do trabalho relativo à mesma, e também por meio do senso de "Pertencer" que se realiza na identificação com objetivos coletivos que promovam o *status* de um grupo perante os outros.¹³⁶

Outros fatores que evidenciam esse aspecto são o altíssimo valor ético que possui o trabalho na sócio-cultura japonesa, cujo povo acredita ser esse trabalho condição *sine qua non* para o alcance do sucesso na busca de determinado objetivo, também o fato de um indivíduo não existir por si só e não identificar-se socialmente no Japão enquanto não possuir uma função social orientada hierarquicamente e, finalmente, no gosto japonês pela ação coletiva ordenada.¹³⁷



Figura 10 - Guerreiras Mágicas de Rayearth, Estúdio Clamp, 1994. Aqui podemos encontrar um retrato extremado da maneira como a sócio-cultura japonesa enxerga o valor "Ocupar a Posição Devida" assim como o conceito de *bun*.

¹³⁶ Lebra (1976).

¹³⁷ Idem.

Outra faceta da sociedade japonesa nos mostra que não apenas é necessário que uma pessoa se comprometa com sua função social, mas também que se prepare para relativizá-la e se tornar mais versátil pois, no espectro social hierarquizado e ordenado em que vive, a pessoa estará sempre precisando se adaptar a determinadas situações.¹³⁸



Figura 11 - Samurai X, de Nobuhiro Watsuki - 1994. Neste Caso, encontramos mais uma amostra da capacidade de relativização e da versatilidade de função social que a sócio-cultura japonesa valoriza.

Da mesma forma, é necessário que o indivíduo se encontre preparado para, a qualquer momento, assumir um papel que não era originalmente seu. É comum por exemplo que pessoas assumam, em relação a determinados indivíduos

¹³⁸ Lebra (1976).

que perderam os pais ou se encontram distantes dos mesmos, o papel que anteriormente era reservado àqueles.¹³⁹

Agora, este estudo traz o último dos valores sociais nipônicos, uma outra manifestação do Relativismo Social japonês, a "Reciprocidade", um valor especialmente vinculado à "Dependência", à "Empatia" e ao "Ocupar a Posição Devida".

2.5.1.5. Reciprocidade.

"Reciprocidade", em relação ao sentido que possui nas interações sociais entre dois ou mais indivíduos dentro do contexto sócio-cultural nipônico, pode ser definida através de três termos. A "contingência bilateral", se dá quando uma pessoa age de certa maneira, fazendo um favor a outrem e esperando determinada reação, por exemplo a devolução do favor prestado. Já a "interdependência em benefício mútuo", ocorre quando uma pessoa dá algo à outrem porque este possui algo de que a primeira pessoa necessita. Por fim, a "igualdade de valores a se compartilhar", acontece quando o que uma pessoa oferece a outrem possui valor equivalente ao que a mesma recebe em retorno.

No caso ora estudado, ou seja, em relação ao entendimento e ao papel desempenhado por esse valor dentro da sociedade japonesa, "Reciprocidade" remete diretamente ao conceito de *on*, noção-base da "Reciprocidade" dentro desse universo sócio-cultural. Nesse contexto, *on* é a sujeição de um indivíduo a determinada benevolência, implicando em um tipo de débito ou obrigação para o beneficiado.¹⁴⁰

Do ponto de vista do benfeitor, *on* é como um crédito social, enquanto que para o beneficiado é como uma dívida social, fato que compele o beneficiado à obrigação de pagar

¹³⁹ Lebra (1976).

¹⁴⁰ Benedict (1946).

esse *on* para restabelecer o equilíbrio social. Toda estrutura de recompensas encontrada no Relativismo Social que forma o *etos* da sócio-cultura japonesa deriva dessa recíproca troca de contingências sustentada pela concernência social que o *on* representa.¹⁴¹

Para entender melhor o *on*, é adequado observá-lo a partir do seu valor social de troca, das transações que criam, sustentam ou cancelam débitos ou créditos sociais. Iniciemos falando sobre aquele que recebe *on*, tornando-se um devedor, que será compelido pela sociedade a quitar seu débito.

Primeiramente, espera-se que o recebedor de *on* sinta gratidão pelo seu benfeitor, podendo expressá-la verbalmente ou através de ações. Entretanto, seu significado moral se esclarece na conscientização do beneficiário de *on* em relação a seu débito social, ao valor que ele representa e à identificação de seu benfeitor como credor social. Caso o devedor de *on* esqueça-o ou se recuse pagá-lo, será estigmatizado socialmente como *on-shirazu*, ingrato, sendo em consequência disso socialmente alienado.¹⁴²

Em segundo lugar, essa gratidão também envolve um sentimento de culpa, que pode se originar de duas percepções diferentes, sendo uma delas a impressão de que o beneficiário de *on* fez com que seu benfeitor realizasse sacrifícios para ajudá-lo, e a outra o fato do beneficiário de *on* não acreditar ser capaz de quitar este seu débito social.¹⁴³

Assim sendo, o conceito de *on* acaba por se constituir em uma das bases para a moralidade japonesa, uma vez que envolve gratidão e culpa. Isso implica em que *on* esteja ligado à idéia de um fardo social do qual devemos nos livrar o quanto antes, de tal forma que receber *on*, até certo ponto, significa perder liberdade. Esse aspecto de fardo social é

¹⁴¹ Lebra (1976).

¹⁴² Idem.

¹⁴³ Ibidem.

expressado pela versátil palavra *giri*, a qual, no caso em questão, implica em um senso social de constrangimento através do qual o devedor de *on* irá basear suas ações com relação ao seu credor, visando a quitação do débito social.¹⁴⁴



Figura 12 - Evangelion, de Yoshiyuki Sadamoto & Estúdio Gainax - 1996. Agora encontramos um exemplo da maneira como os japoneses lidam com os conceitos de *on*, *giri* e algumas das atitudes possíveis que um credor e um devedor de *on* podem apresentar

Vale dizer que se tornar credor de *on* não é sempre apreciado socialmente. "Vender" *on* não solicitado ou impor *on* sem se importar com os sentimentos do recebedor geram forte desaprovação social. Assim sendo, um benfeitor deve agir discretamente ao impor *on*, tentando evidenciar ao beneficiado que ele não tinha essa intenção.¹⁴⁵

¹⁴⁴ Lebra (1976).

¹⁴⁵ Idem.

Assim, fica claro por que o indivíduo na sociedade japonesa é orientado a não aceitar favores prontamente. Dependência excessiva pode colocar uma pessoa na incômoda posição de devedor social e constrangê-la, enquanto uma vida livre de *giri* pode ser vivida de forma mais autônoma.¹⁴⁶

Já as expectativas do credor de *on*, baseiam-se no conceito que coloca *on* como um investimento social a ser resgatado algum dia. Além disso, o credor de *on* também deve ser cuidadoso na hora de cobrar esse débito, inclusive procurando parecer altruísta, de modo a não ofender seu devedor.¹⁴⁷

A acumulação de crédito social na forma de *on* pode ser encarada como uma "poupança social" a ser utilizada em momentos de crise, de tal forma que não será necessário ao credor nem mesmo solicitar ajuda de seus devedores, que logo se mobilizarão para auxiliá-lo. Essa compensação oportuna é muito valorizada, ao contrário do que ocorre em relação à quitação imediata.¹⁴⁸

Um exemplo desse aspecto social é encontrado nas populares estórias que freqüentemente recheiam os mangá, nas quais um talentoso porém pobre garoto encontra um benfeitor que reconhece o seu potencial e lhe dá generoso apoio, o qual será devolvido com grande interesse por seu "afilhado" durante a velhice ou doença de seu benfeitor. Também pode ocorrer da relação de reciprocidade se tornar tríplice, isto é, "A" é credor de "B" que é credor de "C", que por sua vez pode quitar seu débito com "B" ou o de "B" com "A" tratando diretamente com este último.¹⁴⁹

A "Reciprocidade", enquanto valor social, também se faz presente em outro hábito japonês, a troca de presentes associada a celebrações, condolências e expressões rituais

¹⁴⁶ Lebra (1976).

¹⁴⁷ Idem.

¹⁴⁸ Ibidem.

¹⁴⁹ Lebra (1976).

de gratidão ou boa-vontade, as quais são geradoras de um tipo de *on* cujo valor costuma ser definido claramente para que sua quitação se dê de forma imediata ou simétrica, sendo que a primeira ocorre entre presentes cujos valores monetários, principalmente, costumam ser aproximados e a segunda ocorre entre presentes cujos significados, principalmente, costumam se aproximar.¹⁵⁰

Finalmente, vale lembrar alguns aspectos ainda não citados a respeito do *on*. Primeiramente, uma relação que origina, se baseia e se inscreve em *on* moralmente significativa, como a relação entre pais e filhos, a qual gera um tipo de *on* chamado *ko*, "devoção filial", ou a relação entre os membros nascidos em determinada sociedade e a própria, não pode ser criada ou terminada por um acordo entre os envolvidos.¹⁵¹

Em segundo lugar, *on* hierarquicamente baseado possui sua essência não na benevolência de uma pessoa de *status* superior, mas no débito contraído por uma pessoa de *status* inferior em virtude da própria relação hierárquica, o que gera uma forma de *on* chamada *chu*, "lealdade" ou "devoção". Caso haja conflito entre *chu* e *ko*, *chu* normalmente, acaba tendo prioridade.¹⁵²

Em terceiro lugar, devido aos valores sociais de "Pertencer" e "Ocupar a Posição Devida" e suas conseqüências, a relação baseada em *on* estende-se aos grupos dos quais os indivíduos participam, sendo que caso um de seus membros não possa honrar determinado débito, outro membro do grupo deve assumi-lo. Exemplificando esse último ponto, quando um pai de família morre antes de pagar

¹⁵⁰ Lebra (1976).

¹⁵¹ Idem.

¹⁵² Ibidem.

determinado *on* moralmente significativa, se espera que esse débito seja assumido por seu herdeiro na liderança familiar.¹⁵³

Enfim, termina aqui este panorama que visa mostrar alguns exemplos acerca da maneira como os principais valores da sociedade japonesa, o "Pertencer", a "Empatia", a "Dependência", o "Ocupar a Posição Devida" e a "Reciprocidade", aparecem e participam das narrativas veiculadas através das revistas de histórias em quadrinhos mangá. Este estudo segue agora apresentando uma descrição acerca do modo de vida de tal sociedade, trazendo também exemplos que mostram como estes aspectos são inseridos nessas narrativas

2.5.2. Modo de Vida da Sociedade Japonesa nas páginas das revistas mangá.

Chegamos ao momento do presente estudo no qual será feita uma breve descrição genérica do modo de vida mais comum dentro da sociedade e da cultura nas quais as revistas em quadrinhos mangá nasceram, cresceram, amadureceram e se multiplicaram. Vale a pena ressaltar que todos os valores descritos acima permeiam a sociedade japonesa como um todo e formam a base através da qual o modo de vida ora descrito se desenvolveu e assumiu as formas que encontramos atualmente dentro da sociedade nipônica, servindo tanto para premiar quanto para repreender ações e comportamentos apresentados pelos membros deste grupo social.

¹⁵³ Lebra (1976).

2.5.2.1. O Nascimento e a tenra infância.

Há no Japão um grande aspecto ritualístico associado ao início da vida. Isso fica evidente durante a gravidez, quando as mulheres são incentivadas a praticar rituais religiosos e científicos. Como no ocidente, o nascimento do bebê japonês ocorre em um hospital, onde, mais uma vez, amuletos e rituais estarão presentes.¹⁵⁴

A ida do bebê para casa é marcada pelo registro de seu nome em uma placa que será levada a um *butsudan*, um altar budista, ou a algum outro local proeminente da residência da família do bebê, onde outros membros dessa família irão se reunir para celebrar a chegada de seu novo membro em um evento chamado "sétima noite".¹⁵⁵

Em muitas partes do Japão a mãe e o bebê recém-nascido são vistos como "poluídos", sendo que esse estado perdura por um período que varia regionalmente. Durante esse período nem a mãe nem o bebê podem entrar em templos *Shinto* e espera-se que a mãe se resguarde de todas as atividades.¹⁵⁶

Terminado esse período de resguardo, o bebê é vestido em um quimono especial e levado ao templo *Shinto*. Os pais, parentes e vizinhos mais próximos costumam testemunhar esse evento ou presentear o bebê, além de participar dos rituais que dão à criança uma existência social como membro da família e da comunidade.¹⁵⁷

Outro evento de importância na vida da criança japonesa é a celebração, durante seu primeiro ano de vida, do "dia das garotas", 3 de março, e do "dia dos garotos", 5 de maio. Nesse dia as crianças são ricamente vestidas e acontece uma reunião familiar que se repetirá anualmente em comemoração

¹⁵⁴ Hendry (1992).

¹⁵⁵ Idem

¹⁵⁶ Ibidem.

¹⁵⁷ Hendry (1992).

a seu nascimento. Espera-se que, durante essa reunião, as crianças aprendam valores não só a respeito da herança sócio-cultural de seus pais, mas também a respeito dos papéis que futuramente poderão vir a representar na sociedade japonesa.¹⁵⁸

Subseqüentes rituais marcam o progresso da criança pelos seus estágios de desenvolvimento. O primeiro aniversário é ligado aos primeiros passos de uma criança enquanto aos 3, 5 e 7 anos, no dia 15 de novembro, a criança é vestida em elegantes roupas e levada a um templo *Shinto*, onde toma parte em um ritual que visa lhe garantir proteção e sorte. Esses eventos são acompanhados por vasto recebimento de presentes, oferecidos pelos parentes, amigos e vizinhos, sendo também realizados belos registros fotográficos e, ocasionalmente, uma festa.¹⁵⁹

Após esses acontecimentos as comemorações serão ligadas ao desenvolvimento da carreira escolar, acadêmica e profissional da pessoa, até que, chegado seu vigésimo ano de vida, no dia 15 janeiro, se realizará uma comemoração que representará sua entrada na vida adulta. Na prática, mesmo a partir desse último ritual, o *status* social não muda muito até que ocorra a cerimônia do casamento, o qual esse trabalho abordará adiante.¹⁶⁰

2.5.2.2. O Lar e o Sistema Familiar.

No Japão a vida social começa na família, e a importância das relações familiares é enorme, especialmente se lembrarmos que o apontar da nação inteira como uma única grande família descendente de seu Imperador foi largamente utilizado durante os anos anteriores à Segunda

¹⁵⁸ Hendry (1992).

¹⁵⁹ Idem.

¹⁶⁰ Ibidem.

Guerra Mundial para incentivar o espírito nacionalista. Além disso, é através da família que a maior parte dos seres humanos começa a construir as primeiras impressões sobre o mundo, não sendo diferente com os japoneses.

O modelo familiar japonês é parecido com aquele que podia ser encontrado nas famílias *Samurai* do século XIX e baseado em alguns preceitos do Confucionismo. Sua fundação é uma unidade conhecida como *ie*, o qual ideologicamente representa um conceito amplo de núcleo familiar mais ligado a um nome, uma linha genealógica de descendentes e uma herança histórica, conceito muito próximo daquele que se pode encontrar na nobreza européia ao falar, por exemplo, da Casa de *Windsor*.¹⁶¹

Duas características essenciais do *ie* são a continuidade, e o fato de o *ie* ser ligado a uma propriedade e a uma ocupação social, dividindo os benefícios dessa última sem incorrer em remuneração individual. Além disso, também espera-se que os membros de um determinado *ie* elevem o *status* do mesmo dentro da comunidade em que vivem.¹⁶²

Os compromissos do *ie* são gerenciados por seu líder, o qual é responsável por todos os membros, que lhe são, para todos os efeitos, subordinados. Se um líder se torna despótico ou descuidado em relação à "Casa", ele pode ser destituído.¹⁶³

Esse líder possui privilégios dentro do *ie* e as relações desenvolvidas entre ele e os outros membros devem ser definidas hierarquicamente em termos de idade, gênero sexual e expectativa de permanência na "Casa". Com isso, membros mais jovens do *ie* são vistos socialmente como devedores de *on* em relação aos mais velhos, sendo que se considera que estes últimos colaboraram para o crescimento dos primeiros. Em contrapartida, é esperado que esses jovens

¹⁶¹ Hendry (1992).

¹⁶² Idem.

¹⁶³ Ibidem.

cuidem dos mais velhos quando esses não forem aptos para tal.¹⁶⁴

Uma outra expectativa que existe dentro da acerca das relações hierárquicas e de poder desenvolvidas dentro do *ie*, é que as mulheres obedeçam aos homens e que a nora obedeça à sua sogra. Considerando tudo isso, vale ressaltar que, na maior parte do tempo, as relações interpessoais desenvolvidas no *ie* se basearão mais fortemente em dever (*giri*) e devoção filial (*ko*) que em amor e afeto.¹⁶⁵

A cada geração, uma pessoa é escolhida para herdar esta "Casa" e um(a) esposo(a) deve ser unido(a) ao *ie* para garantir sua continuidade. Outros membros jovens podem ficar no *ie* até o casamento, quando se espera que eles deixem esse núcleo familiar e comecem um novo *ie*, ramo do *ie* original, que se relacionará com o *ie* original nos termos de um sistema hierárquico que coloca esse último em posição de superioridade com relação ao primeiro. O grupo formado por essas "Casas" que se inter-relacionam é chamado de *Dozoku*, sendo esperado que seus membros sempre cooperem entre si em suas atividades.¹⁶⁶

O modelo familiar mais comum encontrado hoje em dia é composto do pai, chefe de família, da mãe, dona de casa e das crianças. Dentro do lar de uma família japonesa como essa também encontraremos relações interpessoais hierárquicas.¹⁶⁷

Essa hierarquia é definida em termos de idade e gênero sexual, cada um com sua função social e se relacionando com o outro a partir dela. De acordo com os princípios Confucionistas que inspiraram esse sistema, homens possuem

¹⁶⁴ Hendry (1992).

¹⁶⁵ Idem.

¹⁶⁶ Ibidem.

¹⁶⁷ Hendry (1992).

posição superior às mulheres, sendo esperado que elas atendam às necessidades domésticas deles.¹⁶⁸

Nesse contexto, os casamentos são em sua maioria arranjados, e o amor entre marido e mulher é, muitas vezes, considerado inadequado aos deveres da devoção filial, como a atenção aos idosos, e aos deveres ligados à criação dos filhos, ambos considerados deveres das esposas.¹⁶⁹

Em famílias multinucleares as esposas são comumente chamadas de *yome*, que significa "mulher do *ie*", expressão que revela a posição da mesma como encarregada de cozinhar, lavar roupas e limpar a casa, sendo comum que, devido a todos essas atribuições, as crianças dessas famílias fiquem sob os cuidados dos avós paternos. Além disso, as esposas, por serem geralmente oriundas de outros *ie*, acabam por ser menos consideradas dentro de um *ie* já formado, sendo também, em muitos casos, sujeitas aos caprichos das sogras.¹⁷⁰

Para os homens, por sua vez, há o dever de prover todo o sustento da casa, manter a ordem interna e a harmonia do *ie* através de seu trabalho e de sua postura rígida e disciplinada como chefe da família, uma atitude que deve inspirar e orgulhar seus pais, sua esposa e seus filhos.¹⁷¹

Em núcleos familiares menores, como encontramos nas grandes cidades, nos quais o marido e pai, chefe de família, sai para trabalhar em alguma grande companhia, é comum as mulheres assumirem, além de todos os cuidados com a criação e o acompanhamento da educação das crianças, o controle das finanças domésticas.

O papel dos avós em relação ao cuidado com as crianças ainda pode ser bastante presente e as mulheres casadas que precisam trabalhar fora, aproximadamente metade dessa

¹⁶⁸ Hendry (1992).

¹⁶⁹ Idem

¹⁷⁰ Ibidem.

¹⁷¹ Hendry (1992).

população, costumam fazer uso dessa possibilidade. Contudo, as responsabilidades e o dever com o cuidado da família sempre recaem sobre a esposa, exceto quando ela se encontra doente, contundida ou senil.¹⁷²

Esse modelo familiar também é utilizado em outras esferas de interação social. Talvez a mais básica representação desse modelo utilizado em outras esferas sociais seja aquela que coloca o *ie*, uma espécie de grupo, em uma posição precedente em relação ao indivíduo, princípio espalhado por inúmeras outras áreas da sociedade japonesa como pudemos ver ao conhecer o valor social japonês "Pertencer".¹⁷³

Outro exemplo se refere à maneira como funcionam as relações interpessoais dentro das grandes companhias, como já vimos de maneira superficial anteriormente. Um superior hierárquico espera total lealdade dos subordinados, colocando a família desses últimos em segundo plano. Em troca, é esperado que esse superior se dedique a cuidar de seu subordinado e da família do mesmo quando necessário.¹⁷⁴

2.5.2.3. Socialização e Classificação Social.

Evidentemente, o sistema familiar e toda a ideologia agregada a ele têm profunda congruência com o modo através do qual os pais preparam os filhos para o mundo exterior, sendo a maneira como ocorre a socialização e a classificação dos indivíduos japoneses, um fato de extrema importância para se conhecer melhor uma sociedade tão hierarquizada como essa que este trabalho estuda.¹⁷⁵

Um dos alicerces da socialização e da classificação de um japonês são os conceitos de *uchi* e *soto*. Uma tradução

¹⁷² Hendry (1992).

¹⁷³ Idem.

¹⁷⁴ Ibidem.

¹⁷⁵ Hendry (1992).

livre desses termos nos traz, respectivamente, a idéia de "dentro" e "fora" ou "interior" e "exterior".¹⁷⁶

Esses conceitos, que inicialmente se referem à idéia de "dentro de casa, onde há limpeza e segurança" e "fora de casa, onde há sujeira e perigo", estão entre os primeiros que uma criança aprende no Japão, sendo usados posteriormente em relações sociais ao se referir a pessoas que fazem parte de certo grupo e pessoas que não fazem parte desse grupo, respectivamente. O reflexo mais claro que temos da influência desse conceito no ideário japonês é o costume de deixar os sapatos, "poluídos com a sujeira do mundo exterior", fora dos ambientes internos do lar.¹⁷⁷

A associação do exterior com alto risco, assim como a associação do lar com segurança e conforto ainda são encorajadas em algumas famílias, uma vez que isso ajuda a manter as crianças mais próximas. Conjugando isso com a postura japonesa de, se possível, evitar punições, temos uma das principais ferramentas de coesão utilizadas no Japão, o que acaba se refletindo em outro aspecto ligado a esses conceitos, o fato do comportamento dos japoneses mudar de acordo com as situações e com a identificação de uma relação como *uchi* ou *soto*. Aos comportamentos, denominam *tatema*e, "comportamento público", e *honne*, "reais sentimentos".¹⁷⁸

Por não serem fixos, *tatema*e pode aparecer em relações desenvolvidas dentro de um grupo do qual a pessoa faça parte, por exemplo, quando ela precisar manter à contragosto, a conformidade com uma decisão ou atitude desse grupo, enquanto *honne* pode aparecer em relações desenvolvidas com estranhos, caso bastante raro. Outra evidência da importância social desses conceitos se dá quando um

¹⁷⁶ Hendry (1992).

¹⁷⁷ Idem.

¹⁷⁸ Ibidem.

indivíduo precisa assumir um determinado comportamento para cumprir seu papel social dignamente.¹⁷⁹

Outro alicerce da socialização e da classificação dentro da sociedade japonesa se refere ao valor "Ocupar a Posição Devida" e está ligado à noção de hierarquia. Desde cedo, as crianças japonesas são ensinadas a respeito das idades de seus familiares e incentivadas a agir dentro das relações interpessoais com benevolência, caso seja mais velha, ou com polidez, caso seja mais nova, sob pena de sofrer vergonha social e alienação, o que implica em valorização por senioridade e constitui em um método para resolução de conflitos entre as crianças.¹⁸⁰

Isto é evidenciado tanto no modo como irmãos mais novos se referem aos mais velhos, fazendo-o não pelo nome, mas pelo título "irmã(o) mais velha(o)" enquanto os mais velhos se referem aos mais novos pelo nome, quanto através da maneira como espera-se que eles se relacionam, ou seja, com o mais novo utilizando-se de uma postura dependente ou *amaeru* e de uma linguagem polida e respeitosa, enquanto o mais velho terá uma atitude e uma postura benevolente ou *amayakasu*.¹⁸¹

2.5.2.4. Aspectos Religiosos.

No transcorrer de sua história, o Japão foi influenciado por um grande número de tradições religiosas e a religião, dentro da sócio-cultura japonesa, permeia tantas esferas que se torna difícil separar o que é secular e o que não é. Em uma consideração mais ampla do que nós, ocidentais, costumamos fazer, infortúnios, inclusive doenças, são freqüentemente associados a acontecimentos sobrenaturais, tendo até mesmo

¹⁷⁹ Hendry (1992).

¹⁸⁰ Idem.

¹⁸¹ Hendry (1992), Lebra (1976);

remédios sobrenaturais para solucionar tais eventos. Assim sendo, podemos dizer que uma das maiores características da religião no Japão é o sincretismo entre o secular e o religioso.¹⁸²

Uma das religiões mais praticadas no Japão é o *Shinto*, a mais antiga e pervasiva religião encontrada no Japão e também a única delas originalmente nipônica. Praticada em santuários mantidos pela comunidade, o *Shinto* demonstra sua influência através dos inúmeros festivais que ocorrem nos seus santuários, onde residentes locais participam das celebrações e de visitas em datas especiais como o Ano Novo. O mais famoso e importante santuário *Shinto* é o Santuário de *Ise*, dedicado à padroeira ancestral do Japão, *Amaterasu Oomikami*.¹⁸³

Outra das importantes religiões no Japão é o Budismo. Introduzido no Japão por volta do século 6 A.C., o Budismo japonês difere do modelo indiano, uma vez que o primeiro foi, em diversos aspectos, amalgamado ao *Shinto*, de tal forma que hoje em dia as pessoas não vêem nenhum problema na prática conjunta de rituais religiosos das duas religiões.¹⁸⁴

O Budismo japonês costuma ser praticado em templos próprios e seus sacerdotes são geralmente procurados para rituais funerários e de culto à memória de antepassados. O secto budista mais famoso e praticado no Japão é o *Zen* Budismo, que se caracteriza pelo *zazen*, "meditação em repouso", disciplina que se supõe desenvolver *seishin*, "o espírito", "a força interior". Isso é de tal forma apregoado e aceito que muitas empresas japonesas costumam enviar empregados para períodos de *zazen* durante os treinamentos.¹⁸⁵

¹⁸² Hendry (1992).

¹⁸³ Idem.

¹⁸⁴ Ibidem.

¹⁸⁵ Hendry (1992).

Além dessas, temos no Japão uma série de religiões de menor expressão como o Taoísmo, o Confucionismo e o Cristianismo, além daquelas que são denominadas de novas religiões, sendo dois exemplos a *Soka Gakkai* e a *Mahikari Kyokai*.¹⁸⁶

Além disso, os japoneses lidam de uma forma particular em relação à fé. Se questionados a respeito de sua fé, eles freqüentemente responderão que têm fé apenas quando querem algo, embora no transcorrer de suas vidas pratiquem uma série de rituais e atividades consideradas religiosas. Observamos então que, de forma geral, a maioria da população se volta ao *Shinto* durante os rituais do transcorrer da vida e as crises inevitáveis, e ao Budismo para os assuntos ligados à morte.¹⁸⁷

2.5.2.5. Relações Comunitárias.

A primeira unidade de interação sócio-cultural que os japoneses experimentam depois da família é a comunidade ou a vizinhança onde vivem, o que a torna mais uma referência de *uchi* para seus membros. É na vizinhança que as crianças fazem seus primeiros amigos e suas primeiras amigas, criando relacionamentos que se constituem através das brincadeiras próximas às suas casas.¹⁸⁸

Isso é permitido devido à cooperação entre os adultos que vivem no local e revezam-se cuidando das crianças. Quando as crianças começam a freqüentar a escola, é também comum que todas elas se reúnam pela manhã para ir às aulas juntas, as mais velhas se responsabilizando pelas outras. Além disso, essas crianças costumam se encontrar eventualmente para discutir como elas preferem que sejam as

¹⁸⁶ Hendry (1992).

¹⁸⁷ Idem.

¹⁸⁸ Ibidem.

atividades da comunidade nas quais participarão em suas horas vagas.¹⁸⁹

De forma similar, os adultos participam das atividades comunitárias através de associações relativas ao bem-estar da vizinhança como a *chonakai*, uma assembléia que responde pelos interesses da vizinhança, o "Clube Feminino", o "Grupo da Terceira Idade", a "Associação Comercial", a "Brigada de Incêndio", entre outros grupos baseados em *hobbies*.¹⁹⁰

Além disso, espera-se que existam alguns vizinhos com os quais se possa contar em uma emergência. Essas pessoas costumeiramente são os vizinhos com os quais uma determinada pessoa "divide as paredes" e também o seu vizinho que more na casa localizada em frente à sua. É muito importante para os japoneses a manutenção de boas relações com esses vizinhos, algo evidenciado pelo oferecimento de presentes aos mesmos quando um novo morador chega a uma vizinhança. É inclusive muito comum que, a partir desse primeiro contato, as esposas dessas famílias estabeleçam fortes laços entre si.¹⁹¹

2.5.2.6. A Hierarquia na Sociedade Japonesa.

O posicionamento hierárquico é parte essencial da vida e da sócio-cultura dos japoneses, pois ordena indivíduos, grupos, instituições, objetos e até mesmo a comida. E a importância desse valor é tamanha que logo que a criança começa a ser relacionar autonomamente, ela já aprende as primeiras maneiras de lidar com a hierarquização que, nesse

¹⁸⁹ Hendry (1992).

¹⁹⁰ Idem.

¹⁹¹ Ibidem.

momento, se dará pela idade, a mais velha sendo superior à mais nova, como já foi dito anteriormente.¹⁹²

Essa educação, que prepara os japoneses para lidar todo o tempo com a hierarquia, implica na dificuldade que os mesmos têm para definir seu comportamento social até que se conheça o *status* social hierárquico de seu inter-locutor, o que por sua vez gerou o hábito japonês de troca de cartões com dados pessoais e profissionais quando as pessoas se encontram pela primeira vez.¹⁹³



Figura 13 - Fushigi Yugi, de Yû Watase - 2002. Neste caso, temos um exemplo bem claro da reprodução, em um mangá, de um comportamento ligado a um modo de vida que, por sua vez, se baseia em valores como "Pertencer" e "Ocupar a Posição Devida.

¹⁹² Hendry (1992).

¹⁹³ Idem.

Da mesma maneira que ocorre com o comportamento, o discurso e a linguagem que os japoneses utilizam varia de acordo com a situação e com as relações sociais que os indivíduos compartilham. Daí a existência do sistema de níveis de polidez, o que se reflete na utilização dos já citados *tatemae* e *honne*, e torna possível a demonstração dos diferentes graus de respeito e de auto-depreciação, atitudes que, caso sejam inapropriadas, podem se tornar bastante ofensivas.¹⁹⁴

Cabe ressaltar que justamente por esses motivos, é praticamente impossível ocorrer um diálogo no Japão sem que se saiba qual a modalidade de linguagem a ser utilizada. Além disso, em muitas ocasiões formais e algumas informais, a própria ordem dos assentos em uma determinada sala será decidida seguindo a apropriada ordem hierárquica.¹⁹⁵

Da mesma forma, os termos de referência também variam de acordo com a hierarquia. Por exemplo, lembramos que, em uma família, irmãos e irmãs mais velhas se referirão aos mais novos pelo nome, enquanto os mais novos o farão através do título "irmã(o) mais velha(o)", sendo esse princípio aplicável a virtualmente todas as situações interpessoais.¹⁹⁶

Outra maneira de expressão de diferenças hierárquicas se encontra na não-recíproca troca de presentes, o que só é socialmente aceito quando os mesmos estão associados a expressões de débito, gratidão ou boa-vontade em um relacionamento hierárquico, como ocorre, por exemplo, quando estudantes presenteiam professores agradecendo-os pelos ensinamentos recebidos, ou quando comerciantes presenteiam seus fregueses em reconhecimento pela preferência.¹⁹⁷

¹⁹⁴ Hendry (1992).

¹⁹⁵ Idem.

¹⁹⁶ Ibidem.

¹⁹⁷ Hendry (1992).

Assim sendo fica clara a importância da hierarquia dentro da sociedade japonesa. Aliás, convém lembrar que, devido aos valores já descritos e ao modo de vida que estamos descrevendo, os japoneses se envolvem em inúmeras situações e contextos hierárquicos sociais, aos quais devem se adaptar prontamente.¹⁹⁸

Por outro lado, vale a pena destacar também que esses fatos não os impedem, enquanto sociedade, de valorizar a igualdade e a homogeneidade social uma vez que, ideologicamente, o povo japonês acredita que as possibilidades de ascensão nesse sistema são fartas e bem distribuídas para todos aqueles que servem longamente e bem.¹⁹⁹

2.5.2.7. O Sistema Educacional.

Uma vez adquirida uma posição clara na sociedade, o indivíduo tem poucas chances de alterá-la, de tal forma que um *status* hierárquico social proeminente é atingido apenas após árduo, leal e contínuo trabalho. Sendo assim, muitos pais consideram o sucesso das crianças no período de educação escolar como um parâmetro do sucesso que este indivíduo em formação poderá obter durante sua futura carreira profissional.²⁰⁰

É por esse motivo que a idade escolar adquire enorme importância dentro da sócio-cultura japonesa, de tal maneira que, desde o século XVIII, a frequência escolar no Japão é, em média, de 98% e sua taxa de alfabetização a mais alta do mundo. Assim sendo, para muitas crianças japonesas, a vida escolar representa a quintessência de sua própria vida.²⁰¹

¹⁹⁸ Hendry (1992).

¹⁹⁹ Idem.

²⁰⁰ Ibidem.

²⁰¹ Hendry (1992).

A vida escolar dos japoneses começa no Jardim da Infância ou na creche, aos quais uma criança frequenta antes do ingresso no Ensino Primário, preparando-se para sua nova identidade como membro cooperativo de uma classe que assume um lugar na base de uma bem definida hierarquia. Isso se reflete no fato das crianças serem referenciadas socialmente não por suas idades, mas pelo ano escolar que frequentam.²⁰²

Retomando uma característica essencial do sistema educacional japonês já citada anteriormente nesse capítulo do presente estudo, ocorre no Japão um fenômeno popularmente chamado de "*shiken jigoku*", "o inferno dos exames", o qual resulta do fato de que, já a partir do Jardim da Infância, o indivíduo japonês em formação tenha de enfrentar exames de alto grau de dificuldade para poder frequentar as escolas que sejam mais apropriadas para que o mesmo conquiste as vagas disponíveis nas melhores universidades japonesas.²⁰³

A consequência disso é que, via de regra, para garantir um bom emprego, as crianças tenham que estudar muito, desde muito cedo, de tal forma que elas se preparem para enfrentar e para obter aprovação nos fatídicos exames admissionais, em relação aos quais, devido à estreita relação que existe entre as universidades e as empresas, e à relação entre as últimas e um futuro estável e bem-sucedido, a competição é imensa e feroz. Como final consequência desse processo, tem-se no Japão a profusão de Cursinhos Extra-Ecolares, os *juku*, onde os alunos se preparam para melhorar seu desempenho nos exames citados.²⁰⁴

²⁰² Segundo Hendry (1992), no Japão, o ensino regular se inicia no Ensino Primário, que dura 6 anos, sendo seguido pelo Ensino Médio que dura 3 anos, o qual, por sua vez, é seguido pelo Ensino Superior, que dura mais 3 anos, vindo a ser finalmente seguido pelo Ensino Universitário.

²⁰³ Hendry (1992).

²⁰⁴ Idem.

Após o ingresso no Ensino Primário, que se dá no primeiro mês de Abril após a criança completar 6 anos de idade, as crianças já se identificam através dessas classes, que passam a ser uma nova parte de seus *uchi*, onde diferentemente das relações desenvolvidas no lar ou na vizinhança, será dada ênfase na igualdade de seus membros.²⁰⁵

Assim sendo, os eventuais privilégios que venham a serem concedidos serão divididos entre as crianças, que realizarão, na maior parte do tempo, atividades coletivas e cooperativas, sendo que esses aspectos perdurarão até o fim do Ensino Médio. O *uchi*, a partir de então, sofrerá poucas mudanças e caso uma criança não se adapte a essa situação ela será vista como "estranha" e alienada do grupo.²⁰⁶

Por tudo isso é que uniformes escolares são usados em tantas ocasiões. Além disso, parte da responsabilidade social sobre a educação da criança passa para os professores, que costumam, inclusive, tomar parte em quaisquer ações disciplinares que as crianças sofram em função de mau-comportamento.²⁰⁷

Outras características da educação japonesa ensinada desde o Jardim de Infância às crianças se referem, primeiro, ao cuidado com a escola e com os colegas, considerado um dever de todos, princípio derivado dos valores "Pertencer" e "Empatia", e segundo, ao desenvolvimento da pessoa por completo e não apenas daquilo em que a mesma demonstra talento.²⁰⁸

Além de tudo isso, devido às relações que se desenvolvem entre os colegas de classe e os professores, e às boas condições de entretenimento que as escolas possuem, durante feriados escolares e as férias espera-se

²⁰⁵ Hendry (1992).

²⁰⁶ Idem.

²⁰⁷ Ibidem.

²⁰⁸ Hendry (1992).

que as crianças freqüentem a escola em intervalos regulares e participem das diversas atividades ou viagens escolares preparadas para ocupar o tempo em que as mesmas não teriam obrigação de estar ali. Nesses momentos, de uma forma lúdica e descompromissada, muitas vezes são ensinados às crianças conteúdos que, dentro da sala de aula, não teriam as melhores condições de aprendizado.²⁰⁹

Após o Ensino Médio, 94% dos graduados irão freqüentar o Ensino Superior. De maneira semelhante aos períodos anteriores, o ingresso nas melhores universidades é absolutamente baseado no mérito adquirido após uma intensa competição através dos exames admissionais, o que favorece a admissão dos estudantes que mais condições tiveram para se dedicar aos estudos regulares e aos *juku*, o que, por sua vez, favorece a admissão desses estudantes nas melhores empresas japonesas.²¹⁰

Devido a esses fatores, toda a pressão que um estudante tem de enfrentar se concentra nos anos que precedem o Ensino Universitário, sendo que, uma vez admitido em uma universidade ou em uma faculdade, o estudante se encontra socialmente livre para aproveitar seu período universitário da melhor forma possível.²¹¹

Assim sendo, fica evidente a importância que a educação tem na formação do povo japonês, um sistema que tem como ideal oferecer a todos aqueles que trabalharem duro e se dedicarem aos seus estudos chances iguais de desenvolvimento e de acesso aos variados benefícios que o sistema sócio-econômico e cultural cultivado no Japão oferece.²¹²

²⁰⁹ Hendry (1992).

²¹⁰ Idem.

²¹¹ Ibidem.

²¹² Hendry (1992).

2.5.2.8. Vida Profissional.

O mais comum panorama da vida profissional japonesa que chega ao alcance dos ocidentais se refere aos profissionais empregados nas grandes corporações, os *salarymen*, estendendo-se também aos funcionários das grandes empresas públicas. Nesse tipo de empreendimento é comum o envolvimento das companhias em grande parte da vida de seus empregados.²¹³

Esse envolvimento se inicia já no recrutamento dos profissionais, o que ocorre preferencialmente através de determinadas instituições de ensino com as quais as companhias muitas vezes mantêm convênios através dos quais promovem treinamentos e transmitem a ideologia da corporação, se estendendo por toda a carreira do funcionário.²¹⁴

Uma vez admitido na empresa, o funcionário encontrará estabilidade de emprego, pensões, plano de saúde, prêmios, clubes, instalações desportivas e diversas oportunidades de entretenimento na companhia de seus colegas. Além disso, devido a características específicas do sistema de trabalho adotado no Japão, de aumentos de salário e promoções vinculados aos anos de trabalho, acaba sendo bastante comum que um funcionário passe a vida inteira trabalhando para a mesma corporação que lhe ofereceu seu primeiro emprego.²¹⁵

Assim, não é estranho que o trabalho se torne um importantíssimo *uchi*, onde haverá ênfase na manutenção de relações harmoniosas e uma presente pressão social para a concordância com as expectativas desse grupo, no qual todos os valores acima colocados e descritos serão manifestados

²¹³ Hendry (1992).

²¹⁴ Idem.

²¹⁵ Ibidem.

com freqüência. Dentro desse grupo também se encontrará uma emulação do sistema familiar através do método parental *oyabun-kobun* de relacionamento hierárquico.²¹⁶

Assim, como ocorre nas famílias, espera-se que o superior aja com benevolência e o inferior com total lealdade, compromisso e prontidão para atuar em favor de seu superior sempre que possível. Dessa forma, são compreensíveis tanto o envolvimento de superiores com as vidas dos subordinados, o que se dá através de todo tipo de auxílio nos momentos em que o subordinado estiver enfrentando dificuldades, indo desde empréstimos financeiros até o "apadrinhamento" em casamentos, quanto o profundo envolvimento dos japoneses com seu trabalho e com seus superiores.²¹⁷

Além do panorama profissional dos *salarymen*, não podemos deixar de citar que a maioria dos japoneses trabalha em médias e pequenas empresas. Esses funcionários recebem benefícios bastante mais modestos que aqueles recebidos pelos *salarymen*, entretanto têm um contato muito mais próximo e íntimo com todos os seus superiores.²¹⁸

Aqui, até com mais proeminência do que nas grandes corporações, está muito presente a relação parental *oyabun-kobun*. Além disso, é comum que a conquista do emprego nessas empresas ocorra através de uma indicação ou de algum contato feito através de algum "padrinho" que providenciará o primeiro contato e fornecerá à empresa as informações necessárias para o agendamento desse evento.²¹⁹

O último dos modelos profissionais japoneses são as ocupações empresariais familiares, caracterizadas mais do que todas através da relação parental *oyabun-kobun* que numerosas vezes se dá diretamente entre pais e filhos. Esse

²¹⁶ Hendry (1992).

²¹⁷ Idem.

²¹⁸ Ibidem.

²¹⁹ Hendry (1992).

tipo de atividade é encarado pela família como sendo uma tradição pela qual ela responde e deverá manter.²²⁰

Vale ressaltar aqui um detalhe a respeito da vida profissional encontrado no Japão. Ainda hoje, na prática, a participação da mulher no mercado de trabalho é bastante menor em número, compensação financeira e proeminência hierárquica quando comparada à participação masculina, uma vez que são muito raras as oportunidades de ascensão profissional oferecidas às mulheres.²²¹

Além disso, em relação às mulheres, a sociedade espera apenas o casamento e o cumprimento das responsabilidades que dele advêm e, trabalhando ou não, ela será cobrada socialmente em relação às tarefas domésticas e aos cuidados relativos à educação dos filhos e ao bem-estar do marido. Assim, a vasta maioria das mulheres acaba se colocando em dois extremos, a mulher casada que trabalha fora e a dona de casa convicta. Agora, vale ressaltar um aspecto cruel da sociedade japonesa, ou seja, o fato de que, mesmo nos dias de hoje, uma mulher que não consegue se casar, dentro da sócio-cultura japonesa, ainda é vista como alguém que falhou em sua vida.²²²

2.5.2.9. O Casamento.

O casamento no Japão é o mais importante evento na vida de uma pessoa. Até que chegue à idade apropriada, por volta dos 24 anos para mulheres e dos 27 anos para os homens, e o casamento ocorra, os jovens possuem razoável liberdade de ação, sendo tolerados estilos de vida incomuns, atividades exóticas e mudanças profissionais.²²³

²²⁰ Hendry (1992).

²²¹ Idem.

²²² Ibidem.

²²³ Hendry (1992).

Entretanto, chegada a idade apropriada, espera-se que os homens estabeleçam seus compromissos profissionais e estabilizem-se na carreira escolhida, enquanto espera-se que as mulheres assumam as responsabilidades domésticas e o cuidados com o marido, com os filhos e com as finanças da família acima de qualquer coisa.²²⁴

Devido a uma grande influência ocidental, atualmente no Japão podemos encontrar tanto casamentos arranjados quanto aqueles realizados por amor. Entretanto, mesmo o segundo caso costuma ser precedido por algum tipo de arranjo, um encontro, muitas vezes realizado por intermédio de um "padrinho".²²⁵

A esse encontro denomina-se *miai*, aquilo que caracteriza um casamento "arranjado", um costume da sócio-cultura japonesa que tem mudado com o passar do tempo, embora ainda seja o preferido para a realização de contatos mais sérios com pretensos parceiros. Cabe ressaltar que os casamentos baseados puramente em amor, até pouco tempo atrás, eram vistos com desconfiança, uma vez que a palavra para este sentimento, *ren'ai*, era identificada com atração física, com fraqueza de caráter e com casos extraconjugais, algo que não convém à seriedade que constitui a instituição do casamento para a sociedade japonesa.²²⁶

Em relação ao papel do "padrinho", sua função adquire importância pois os japoneses costumam evitar negociações diretas com estranhos. O "padrinho" apresenta as famílias envolvidas no casamento uma à outra, fornece informações sobre as mesmas e transmite e coordena a realização dos desejos de cada uma das famílias envolvidas em relação aos detalhes deste evento, além de funcionar como um anteparo

²²⁴ Hendry (1992)

²²⁵ Idem.

²²⁶ Ibidem.

para a honra de ambas as famílias envolvidas caso o arranjo não dê certo.²²⁷

Enfim, a instituição do casamento marca o fim definitivo da juventude, caracterizada pela liberdade, e o início da vida adulta que deverá ser caracterizada por trabalho árduo e comprometido especificamente com o valor social "Ocupar a Posição Devida" e com o dever para com a sociedade, a empresa em que o indivíduo trabalha, e a família, até que os filhos estejam criados, encaminhados e também casados.²²⁸

2.5.2.10. O Lazer.

Dentro da sócio-cultura japonesa o lazer e o prazer que dele advém devem "Ocupar a Posição Devida" na vida das pessoas. Isso significa que o aproveitamento do lazer está estritamente ligado àqueles momentos em que o cultivo da virtude esperada socialmente do indivíduo já ocorreu, e uma série de comportamentos sociais evidencia isso.²²⁹

O mais comum deles é aquele ligado ao cumprimento da função social através da qual o indivíduo se identifica, como por exemplo um estudante que, após a escola, o cursinho extra-escolar e algumas horas de estudo, tem a permissão de sua mãe para ver T.V., sair com amigos ou ler uma revista em quadrinhos mangá, ou um chefe de família que frequenta, após o expediente, junto de seus colegas, inferiores e superiores hierárquicos, algum bar ou casa de chá chegando em casa embriagado e num horário avançado, sem ser incomodado por sua esposa.²³⁰

Outro comportamento que evidencia isso está ligado ao hábito japonês de viajar. Antes da viagem o indivíduo recebe, de seus amigos e parentes, uma série de presentes.

²²⁷ Hendry (1992).

²²⁸ Idem.

²²⁹ Ibidem.

²³⁰ Hendry (1992).

Socialmente espera-se que esses presentes sejam recompensados com *souvenirs* e fotos da viagem, chegando ao extremo de, algumas vezes, os japoneses pouco aproveitarem a viagem, uma vez que acabam gastando muito tempo com o cumprimento dessa incumbência social.²³¹

Assim sendo, dentro da sócio-cultura japonesa, o lazer e o entretenimento são prazeres aos quais uma pessoa apenas pode se entregar quando seus deveres com a sociedade já estão cumpridos, ocasião na qual ela pode se despojar de sua função social para aproveitar momentos de liberdade, bem-estar e satisfação individual.²³²

2.5.3. As revistas mangá e a transmissão do saber narrativo.

Está evidente, através dos vários exemplos acima colocados, que tanto os valores da cultura japonesa quanto o modo de vida tido pela sociedade nipônica como ideal, participam das narrativas que compõem as revistas mangá das mais diversas formas e nos mais diversos contextos.

Tal fato torna possível se entender as Histórias em Quadrinhos mangá como representantes do papel sócio-cultural de transmissoras de um saber narrativo, uma vez que nesse meio de comunicação em massa encontramos inúmeras das mais diversas narrativas, as quais apresentam os mais diversos temas, os quais se direcionam para os mais diversos públicos e apresentam os mais diversos tipos de "saberes".

Agora, qual a implicação desse papel sócio-cultural de transmissor de um saber narrativo, possuído por esse meio de comunicação de massa, em relação à sua capacidade de influenciar a sociedade japonesa ?

²³¹ Hendry (1992).

²³² Idem.

Primeiramente, sendo as estórias que constituem as revistas mangá, narrativas populares nas quais temos formações positivas e negativas, as mesmas, através dos êxitos e fracassos dos heróis, conferem legitimidade às instituições sociais, apresentando modelos representativos, positivos ou negativos, de integração nas instituições estabelecidas, permitindo definir e avaliar os critérios de competência próprios da sociedade que narra e as performances que neles se realizam ou podem se realizar.²³³

Em segundo lugar, a transmissão dessas narrativas, freqüentemente obedece regras pragmáticas que fornecem um indício dos fatos constatado e afirmados nos saberes tradicionais, no qual os lugares narrativos são de tal modo distribuídos que o direito de ocupá-los passa pela pressuposição de que o narrador foi um dia narratário desse saber, ou seja, que o autor outrora já foi um leitor.²³⁴

Dessa forma, esse saber acaba servindo para determinar o que falar para ser ouvido, o que ouvir para falar e o que desempenhar para ser o objeto de uma narrativa, de um tal modo que temos a transmissão, através dessas narrativas, do conjunto de regras pragmáticas que constitui o vínculo social.²³⁵

Esse fato fica absolutamente evidente quando se percebe que a maior parte dos autores de revistas em quadrinhos mangá ou já desenhou a própria biografia, ou teve uma obra dessa natureza desenhada por algum colega ou admirador de seu trabalho, sendo que nessas narrativas, de uma forma metalingüística, seus heróis, isto é, os próprios desenhistas, enfatizam a necessidade do trabalho estafante, da dedicação, da perseverança e do respeito aos valores e ao

²³³ Lyotard (1989).

²³⁴ Idem.

²³⁵ Ibidem.

modo de vida já apresentado para que o sucesso e o reconhecimento sejam alcançados.²³⁶

Assim sendo, levando em consideração o que foi apresentado até agora, tem-se que as narrativas constituintes das revistas mangá, como se viu através dos inúmeros exemplos aqui incluídos, determinam os critérios de competência e ilustram sua aplicação, definindo o direito de dizer e fazer na cultura japonesa, legitimando-se pelo simples fato de fazer parte dela enquanto transmissora dos mais diversos tipos de saberes.²³⁷

Agora, cabe esclarecer como funcionam os processos por meio dos quais um meio de comunicação de massa como as revistas de histórias em quadrinhos mangá, realizam a transmissão dos valores, do modo de vida, dos saberes, enfim, de todo arcabouço ideológico e funcional relativos ao universo sócio-cultural dentro do qual esse veículo se originou e se mantém enquanto fenômeno e produto cultural.

²³⁶ Lyotard (1989).

²³⁷ Idem.

3. A influência dos meios de comunicação de massa.

Já faz parte do senso comum, sendo inclusive consenso científico, o fato de que os meios de comunicação de massa exercem uma perceptível influência tanto sobre os indivíduos quanto sobre as sociedades com as quais eles se relacionam de tal forma que, dentro de uma determinada sociedade, essa ascendência aumenta ou diminui conforme a importância que um meio de comunicação de massa possui como fonte de entretenimento, informação, ou de ambos conteúdos, derivando daí a concepção de que quanto maior for essa importância, maior será a capacidade que ele terá para influenciar na formação desses indivíduos e sociedades.

Considerando isso, faz-se oportuno explicar como um meio de comunicação de massa, a sociedade dentro do qual esse veículo se originou e se mantém enquanto fenômeno e produto cultural, e as inter-relações que eles desenvolvem se dão, esclarecendo as razões que implicam no fato de um desses veículos comunicacionais se tornar uma ferramenta para a manutenção de um determinado modo de vida através da afirmação do *etos* e dos valores sócio-culturais de uma determinada sociedade.

3.1. Ideologia: Essencial substrato da Influência dos meios de comunicação.

Tem sido costumeiro que, ao se falar da influência que um meio de comunicação de massa exerce tanto sobre os indivíduos quanto sobre as sociedades, pouca atenção tenha sido dada àquilo que forma o conteúdo que é transmitido através desse tipo de veículo comunicacional. Para preencher essa lacuna e trazer maiores esclarecimentos sobre os elementos que compõem esse essencial substrato formador dos mais variados conteúdos significantes e passíveis de

serem transmitidos entre duas instâncias em processo de comunicação, esse estudo se dedica agora a definir o significado do termo Ideologia.

Muitas tentativas já foram feitas com o intuito de se encontrar uma definição consensual, única e absoluta para o termo Ideologia. Nestas buscas, a descoberta que talvez seja a mais significativa e consensual é o fato de que existem diversas definições igualmente importantes para esse termo. Considerando isso e concordando com os resultados apontados por estudos anteriores, apresentam-se a seguir alguns possíveis modos de se definir significado do termo Ideologia.

A primeira definição se refere à Ideologia como o processo material geral da produção de idéias, crenças e valores na vida social, sendo essa uma acepção mais geral para tal termo, a qual enfatiza as determinações sociais do pensamento, oferecendo assim um antídoto valioso ao idealismo.²³⁸

Por outro lado, porém, essa definição pode parecer exageradamente ampla e guardar um suspeito silêncio sobre a questão do conflito político, uma vez que se pode considerar que Ideologia significa mais do que meramente, digamos assim, as práticas significantes que uma sociedade associa aos elementos constituintes que a fazem distinta das demais, envolvendo também as relações entre esses signos e os processos de poder político. Além disso, segundo essa acepção, uma determinada Ideologia não é coextensiva ao campo geral da cultura, embora ela participe dele elucidando-o e significando-o a partir do ângulo específico que essa Ideologia apresenta.²³⁹

Um segundo significado de Ideologia, um pouco menos genérico, diz respeito a idéias e crenças (verdadeiras ou

²³⁸ Eagleton (1991).

²³⁹ Idem.

falsas) que simbolizam as condições e experiências de vida de um grupo ou classe específico e socialmente significativo. Aqui, Ideologia aproxima-se da idéia de uma "visão de mundo", embora se possa afirmar que as visões de mundo se ocupam, de maneira geral, de assuntos fundamentais tais como o significado da morte ou o lugar da humanidade no Universo, ao passo que a Ideologia pode estender-se a questões como a definição da cor utilizada para a pintura de caixas de correio.²⁴⁰

Contudo, considerar a Ideologia uma espécie de auto-expressão simbólica coletiva é desconsiderá-la em termos das relações ou conflitos que podem surgir a partir das variadas expressões ideológicas. Em vista disso, uma terceira definição se faz necessária para tratar do aspecto ideológico da promoção e legitimação dos interesses dos diversos grupos sociais em face dos interesses expressos por grupos sociais antagônicos.²⁴¹

Nesse caso, Ideologia assume o caráter de campo discursivo, um local onde os poderes sociais que se autopromovem entram em conflito e colidem em torno de questões centrais para a reprodução do poder social como um todo o que, por sua vez, tem como conseqüência o fato dessa definição poder implicar na suposição de que Ideologia é um discurso especialmente orientado para a ação, em relação ao qual a cognição contemplativa subordina-se, de modo geral, ao favorecimento de interesses e desejos não-rationais.²⁴²

Aliás, é por essa razão que "falar ideologicamente" tem às vezes um desagradável tom de oportunismo, sugerindo uma prontidão para sacrificar a verdade em prol de objetivos menos honrados, onde Ideologia apresenta-se não como um discurso verídico, mas como um tipo de fala retórico ou

²⁴⁰ Eagleton (1991).

²⁴¹ Idem.

²⁴² Ibidem.

persuasivo, mais preocupado com a produção de certos efeitos eficazes a propósitos políticos do que com a situação como ela é.²⁴³

Um quarto significado de Ideologia conserva a ênfase na promoção e legitimação de interesses setoriais, e restringe o significado desse termo às atividades de um poder social dominante. Isso talvez envolva a suposição de que tais Ideologias dominantes contribuam para unificar uma formação social das mais diversas maneiras que sejam convenientes para seus governantes, não se tratando apenas da imposição de idéias pelos que estão acima na hierarquia sócio-cultural do poder, mas de garantir a cumplicidade das classes e grupos subordinados em relação aos interesses de uma determinada aristocracia.²⁴⁴

Agora, uma vez que esta definição de Ideologia ainda se apresenta como epistemologicamente neutra, tem-se uma quinta definição, na qual o significado do termo Ideologia compreende as idéias e crenças que ajudam a legitimar os interesses de um grupo ou classe dominante, sobretudo mediante a distorção e a dissimulação.²⁴⁵

Por outro lado, observando as duas últimas definições, vale ressaltar que nem todas as idéias de um grupo dominante precisam ser consideradas necessariamente ideológicas, pois enquanto algumas delas podem não promover particularmente seus interesses, algumas outras podem fazê-lo sem recorrer à imposições, coerções ou argumentações mentirosas.

Além disso, também de acordo com essa última definição, ficaria difícil identificar os discursos politicamente oposicionistas, ou seja, aqueles que promovem e buscam legitimar os interesses de uma determinada classe ou grupo subordinado por meio de recursos similares aos apresentados

²⁴³ Eagleton (1991).

²⁴⁴ Idem.

²⁴⁵ Ibidem.

anteriormente, como a naturalização, universalização e a dissimulação de seus reais interesses.²⁴⁶

Nesse sexto significado possível para o termo Ideologia, sua ênfase recai sobre as crenças falsas ou ilusórias, o qual as considera como oriundas não dos interesses de uma classe dominante, mas da estrutura material do conjunto social como um todo. Nesse caso, embora esse termo carregue consigo um significado que pode ser entendido como pejorativo, torna-se possível evitar uma descrição cuja origem faça referência a uma espécie de natureza genético-classista para tal termo e para os arcabouços ideológicos que podem ser desenvolvidos e designados através dele.²⁴⁷

Agora, o que se apresenta é o fato de que não se pode transformar substancialmente uma Ideologia simplesmente oferecendo aos indivíduos descrições verdadeiras em lugar de falsas, pois ela não é, em sua natureza, um equívoco, uma vez que não seria correto qualificar dessa maneira uma forma de consciência ideológica apenas porque estivesse em erro factual, não importando quão errada estivesse.²⁴⁸

E isso ocorre apenas porque falar de erro ideológico é falar de um erro com tipos específicos de causas e funções. Assim, uma vez que a transformação das relações que vivenciamos com a realidade só seria assegurada mediante uma mudança material dessa mesma realidade, torna-se importante não ignorar a possibilidade de uma vivência racionalista das diversas Ideologias, nem se abster de tentar corrigir as pessoas quanto às questões factuais quando a vida, sob certo arcabouço, ideológico implica que um indivíduo ou uma sociedade ignore parcial ou completamente a realidade em que vive.²⁴⁹

²⁴⁶ Eagleton (1991).

²⁴⁷ Idem.

²⁴⁸ Ibidem.

²⁴⁹ Eagleton (1991).

Assim sendo, negar que, fundamentalmente, a Ideologia seja uma questão de razão não significa concluir que ela é imune a considerações racionais. E razão tem aqui o sentido de algo como o tipo de discurso resultante da participação ativa do maior número possível de pessoas em uma discussão sobre esses assuntos, estando elas tão livres quanto possível de qualquer espécie de dominação.²⁵⁰

Outra forma de se definir e compreender o termo Ideologia apresenta-se afirmando que todo conhecimento está comprometido com interesses sociais, apresentando-se junto à visão de mundo de uma determinada classe social, ou seja, junto ao modo como uma classe social ordena, justifica e explica a ordem social que a caracteriza.²⁵¹

Assim, o termo Ideologia acaba por significar algo que é constituído pela realidade e constituinte dessa mesma realidade, se colocando definitivamente como algo que está além de um conjunto de idéias que surge casualmente do nada ou é simplesmente oriundo da mente privilegiada de alguns pensadores, sendo inclusive determinada, em última instância, pelo nível econômico.²⁵²

Agora, cabe ressaltar que a afirmação de que um arcabouço ideológico seja determinado, em última instância, pelo nível econômico não quer dizer que a Ideologia seja mero reflexo do nível econômico. Significa sim que, por ser a Ideologia determinada em última instância pelo nível econômico, o modo de produção determina as idéias e os comportamentos dos homens e não o contrário sendo que, embora haja, numa formação social, tantas visões de mundo quantas forem as classes sociais, a Ideologia dominante é sempre, sem sombra de dúvida, a da classe dominante.²⁵³

²⁵⁰ Eagleton (1991).

²⁵¹ Fiorin (1998).

²⁵² Idem.

²⁵³ Ibidem.

Finalmente, afirmo que no presente trabalho utiliza-se a seguinte definição para o termo Ideologia: Ideologia ou formação ideológica é a visão de mundo de uma determinada classe social, isto é, um conjunto de representações, idéias, valores, conceitos, signos, definições e juízos que revelam a compreensão apresentada por uma determinada classe a respeito do mundo em que vive.

3.2. Propaganda Ideológica: Meios de comunicação e influência em massa.

Agora que o conceito de Ideologia já se encontra mais esclarecido e definido dentro do presente trabalho, cabe falar sobre o processo comunicacional de elaboração e de transmissão do conteúdo ideologicamente significativo e significante, abordando também as maneiras como se dá esse processo, que é essencial para que a visão de mundo, as representações, idéias, valores, conceitos, signos, definições e juízos que revelam a compreensão apresentada por uma determinada classe social a respeito do mundo em que vive, possam vir a exercer influência sobre os indivíduos externos ou internos a essa sociedade, e também sobre as demais sociedades. A esse processo denomina-se Propaganda Ideológica.

Embora esse assunto ainda não tenha sido muito profundamente pesquisado, de tal forma que se possua um consenso acerca de seus aspectos e, por esse motivo, ele continue sendo responsável por acaloradas discussões no meio acadêmico das Ciências Humanas por todo o mundo, a Propaganda Ideológica se encontra inegavelmente presente nas mais diversas modalidades de relações comunicacionais

que ocorrem entre os vários elementos componentes das numerosas sociedades e culturas humanas.²⁵⁴

Tais elementos, os indivíduos que compõem as sociedades humanas, por sua vez, convivem dentro de seu cotidiano, em oportunidades que são mais ou menos numerosas em relação ao que supõe o saber e a intuição popular, com as mais variadas manifestações desse tipo especial de propaganda, sendo essa numerosa gama de manifestações a responsável, em grande parte, pela miríade perceptiva que hoje encontramos a respeito da identificação e da definição de um genuíno episódio de Propaganda Ideológica.²⁵⁵

A Propaganda Ideológica caracteriza-se por ser uma modalidade de propaganda que se desenvolve de maneira bem mais complexa do que a propaganda comercial ou a propaganda eleitoral. Sua função, dentro do espectro da comunicação social, é promover a formação da maior parte das idéias e convicções dos indivíduos receptores de suas mensagens e, através disso, orientar, de uma maneira ampla ou mesmo mais específica, todo o comportamento social apresentado pelos mesmos, tencionando em seu fim conduzi-los a uma característica de ação que aconteça de acordo com a Ideologia apresentada pela própria Propaganda Ideológica.²⁵⁶

Essas mensagens, citadas no parágrafo anterior, que formam o que podemos chamar de conteúdo fenômeno-ideológico das manifestações de propaganda ideológica, podem apresentar tanto uma versão da realidade a partir da qual se propõe a necessidade de manutenção da sociedade em seu atual *status quo*, quanto a necessidade de transformação dessa realidade, a qual pode ser proposta em

²⁵⁴ Garcia (1982).

²⁵⁵ Idem.

²⁵⁶ Ibidem.

relação a seu âmbito sócio-político, a seu aspecto econômico ou à sua característica cultural, entre outras abordagens passíveis de alguma espécie de alteração no atual estado da realidade.²⁵⁷

Assim sendo, é absolutamente possível dizer, de uma maneira generalista, que uma manifestação de propaganda ideológica representa a própria ideologia de determinados grupos, muito freqüentemente grupos de ação social direta que comumente são os patrocinadores e, muitas vezes, os próprios emissores da mensagem que será divulgada através da propaganda ideológica.²⁵⁸

Tais mensagens visam arregimentar apoio e participação para a realização de determinados intentos, utilizando para tal algumas estratégias de persuasão. Uma das mais conhecidas é aquela que prega serem comuns a todos os colaboradores e, muitas vezes, a todas as sociedades humanas, os benefícios que poderão ser obtidos através da realização de determinados objetivos finais, sendo esse um argumento que tem o intuito de potencializar as possibilidades de persuasão desses elementos externos ao grupo emissor da mensagem, visando orientar suas ações em uma direção determinada e indicada pelo grupo emissor da mensagem que compõe o conteúdo da manifestação de propaganda ideológica.²⁵⁹

Outro aspecto importantíssimo relativo à Propaganda Ideológica é o fato de que, para ser efetiva, ela precisa ser vista, lembrada, entendida e praticada, sendo necessário para isso que ela esteja adaptada às particulares necessidades de seu público-alvo. Influenciar atitudes, antecipar reações do público-alvo, adaptar-se à situação e ao receptor. Sendo estes alguns dos elementos de maior significância dentro de

²⁵⁷ Garcia (1982).

²⁵⁸ Idem.

²⁵⁹ Ibidem.

qualquer processo de comunicação, sob os aspectos intencionais específicos da Propaganda Ideológica, eles possuem ainda mais relevância.²⁶⁰

Agora, para que o funcionamento característico da propaganda ideológica seja esclarecido é necessário atentar a alguns fatos que normalmente nos passam despercebidos. Um desses fatos é o caso dos noticiários encontrados nos jornais, rádio e televisão, os quais, assim como os documentários cinematográficos, transmitem a informação de tal maneira que elas parecem transmitidas com neutralidade, sendo nada mais que descrições realistas e objetivas dos fatos ocorridos.²⁶¹

Entretanto, essa aparente imparcialidade acaba por mascarar uma realidade um pouco diversa, pois já se sabe o que, algum tempo atrás, por mais evidente que fosse, apenas se podia supor, ou seja, que as notícias são previamente selecionadas e interpretadas de maneira a favorecer determinados pontos de vista que podem ser pessoais ou representar a vontade e a ideologia de certos grupos de ação social ideologicamente institucionalizados.²⁶²

De uma forma diferente, mas ainda assim perfeitamente perceptível e identificável ocorre o funcionamento da Propaganda Ideológica em relação aos filmes de ficção, aos romances literários, às poesias, letras de músicas, expressões artísticas de maneira geral e também às histórias em quadrinhos que, por sua vez, parecem resultar única e exclusivamente da livre imaginação dos mais variados artistas.²⁶³

Nesses casos vale destacar que a distribuição e a promoção dessas obras são de tal forma controladas pelos grandes conglomerados midiáticos que elas apenas acabam tendo a chance de se tornar conhecidas caso seu conteúdo

²⁶⁰ Garcia (1982).

²⁶¹ Idem.

²⁶² Ibidem.

²⁶³ Garcia (1982).

ideológico não contrarie os interesses dos grupos de ação social ideologicamente institucionalizados que se encontram nas posições dominantes nesses grupos comunicacionais.²⁶⁴

Assim sendo, por toda a parte e em todos os momentos acabam por ser propagadas ideologias que interferem nas opiniões das pessoas sem que elas se apercebam disso, levando-as a atitudes que, apesar de estarem sendo impostas, lhes parecem escolhidas livremente através de sua própria consciência.²⁶⁵

Agora, vale ressaltar que este fato é mais comum do que se imagina, uma vez que a população não tem outro modo de conhecer a realidade senão através de um prisma que lhes permite avaliar apenas o que foi previamente liberado. Em consequência disso, as pessoas se veem tão envolvidas na realidade fenomenológica transmitida pelos meios de comunicação de massa que terminam por não perceber alternativas que difiram do pensar e do agir social que é ideologicamente propagado, configurando um contexto que, por sua vez, leva os indivíduos a sempre pensar, perceber e atuar de acordo com o que as ideologias sociologicamente dominantes esperam e pretendem deles. Isto posto, cabe apresentar o complexo processual através do qual se desenvolve a Propaganda Ideológica, um processo que possui termos e fases distintas conforme será visto a seguir.²⁶⁶

Inicialmente, tem-se o *emissor* ou *propagador*, que são as denominações genéricas dadas às pessoas ou grupos que pretendem promover a difusão de determinada ideologia, e o *receptor*, que é a denominação genérica dada à pessoa ou grupo sobre o qual se pretende promover a difusão de determinada ideologia.²⁶⁷

²⁶⁴ Garcia (1982)

²⁶⁵ Idem.

²⁶⁶ Ibidem.

²⁶⁷ Garcia (1982)

Nessa relação dialética tem-se que o emissor ou propagador, em nome de interesses diversos, realiza o processo de *elaboração* da ideologia e conseqüentemente da propaganda ideológica, sendo isso realizado tencionando que as idéias, representações e valores nelas contidas ao menos pareçam corresponder aos interesses ideológicos em nome dos quais se realiza a propaganda ideológica propriamente dita. Aqui, uma definição conceitual mais profunda faz-se necessária conforme se pode ver abaixo.²⁶⁸

Quando a propaganda ideológica se realiza entre os membros de uma mesma classe social, as idéias a serem propagadas não precisam sofrer nenhum tipo de elaboração mais complexo e significativo. Isto decorre do fato de que os emissores e os receptores das mensagens, por pertencerem à mesma classe, ocupem uma mesma posição donde se segue que eles compartilham interesses comuns a todos.²⁶⁹

Neste caso as idéias defendidas por alguns dificilmente terminam sendo rejeitadas pelos demais, sendo que neste caso a propaganda ideológica adquire, na maior parte das vezes, um caráter de demonstração e conscientização, procurando explicitar melhor a realidade existente e demonstrar a necessidade de mudá-la ou de mantê-la, podendo indicar formas de realizar interesses que são coletivos.²⁷⁰

Já em uma situação diferente, na qual a propaganda ideológica é realizada de uma classe para a outra que possua interesses diversos, a simples difusão ideológica através da propaganda será insuficiente para gerar adesão. Diante dessa situação o emissor, antes de utilizar a propaganda ideológica, elabora as suas concepções ideológicas para que elas se adaptem às condições ideológicas, representativas e de valor

²⁶⁸ Garcia (1982).

²⁶⁹ Idem.

²⁷⁰ Ibidem.

dos receptores, lhes trazendo a impressão de que a ideologia ali colocada atende a seus interesses quando, na verdade, as idéias apresentadas nessa manifestação de propaganda ideológica contêm necessariamente apenas os objetivos do emissor.²⁷¹

Diante disso, uma impressão contrária só se torna possível se não houver um cuidado especial na elaboração da mensagem de tal maneira que a mesma, ao se reportar à realidade, oculte, obscureça excessivamente ou deforme alguns de seus aspectos mais sensíveis para o grupo receptor. Por outro lado, se forem tomados todos os cuidados em relação a esses aspectos, o receptor, convencido de que a ideologia difundida através das manifestações de propaganda ideológica atende às suas necessidades, conclui não haver razão para duvidar ou discordar dessa ideologia, aderindo a ela.²⁷²

Nessa situação, a elaboração acaba por esconder os reais interesses envolvidos na ideologia geradora da propaganda ideológica, ao mesmo tempo em que termina por ocultar a realidade vivida pelo receptor, tencionando evitar que estes possam formular outras idéias e outras ideologias que possam corresponder melhor à sua posição. Assim, diferentemente do primeiro caso apresentado, a propaganda deixa de possuir caráter de conscientização para adquirir um caráter de mistificação, manipulação e de engano.²⁷³

A forma mais utilizada na elaboração de propaganda ideológica quando o emissor e o receptor não fazem parte da mesma classe social é a universalização. Idéias, valores e representações que na verdade se referem a interesses particulares de uma pessoa, classe ou grupo são

²⁷¹ Garcia (1982).

²⁷² Idem.

²⁷³ Ibidem.

apresentadas como propostas que visam atender a todos e satisfazer às necessidades da maioria.²⁷⁴

Outra maneira de elaboração, conhecida como transferência, é utilizada quando os interesses contidos na propaganda ideológica são transferidos e atribuídos aos receptores buscando gerar nos mesmos a impressão de que esses interesses propagados representam os seus próprios.

Uma outra modalidade de elaboração consiste na minimização de diferenças entre os grupos, mascarando-as no intuito de sugerir a igualdade entre o emissor e o receptor, que são mostrados como um todo homogêneo em que não há diferenças de posições ou interesses, levando o receptor à conclusão de que quaisquer medidas beneficiam a todos sem discriminação, já que todos são iguais.²⁷⁵

Em outras situações nas quais as diferenças e as contradições sociais são muito gritantes utiliza-se um outro processo para a elaboração da propaganda ideológica, que é a ocultação dos efeitos da exploração desvalorizando os benefícios recebidos pela classe ideologicamente dominante. Quando isso não é possível a estratégia de propaganda ideológica se concentra em minimizar os prejuízos aos ideologicamente dominados.²⁷⁶

Além disso, pode haver a utilização de bodes expiatórios para justificar o domínio ideológico, e também a minimização da capacidade pessoal dos ideologicamente dominados em relação à quebra desse *status quo*, ocultando-se na verdade a real extensão da capacidade ideológica dos receptores das mensagens difundidas através da propaganda ideológica.²⁷⁷

Também encontra-se exemplos de elaboração de propaganda ideológica que procuram demonstrar que as contradições e desigualdades são inevitáveis, que sempre

²⁷⁴ Garcia (1982).

²⁷⁵ Idem.

²⁷⁶ Ibidem.

²⁷⁷ Garcia (1982).

haverá pessoas privilegiadas e outras destituídas de quaisquer recursos, de nada adiantando lutar contra isso.²⁷⁸

Outra maneira de elaboração utilizada quando não é possível ocultar totalmente os interesses dos receptores consiste no adiamento da aferição dos benefícios e da satisfação das necessidades colocando-as em um futuro vago que só será possível se algumas dificuldades e alguns sacrifícios forem suportados pelos melhores dias que virão sendo que, nesse caso, a intenção do emissor é fazer com que as pessoas, confiando no amanhã e num futuro melhor para seus filhos acabem por resignar-se e aceitar passivamente suas agruras.²⁷⁹

Agora, em relação ao aspecto da elaboração do material a ser difundido através das manifestações de propaganda ideológica, tem-se que todos os casos acima mencionados, relacionando as estratégias, formas e maneiras de elaboração de propaganda ideológica, constituem fórmulas de apresentação das idéias e das propostas de grupos que visam a deformação ou a transformação da realidade de acordo com seus interesses e, exceto pelo primeiro caso, ocultando o fato de que visam exclusivamente atingir os objetivos do emissor das mensagens.

Uma vez tendo o emissor procedido à escolha do modo através do qual será elaborada a propaganda ideológica, passa-se para a fase posterior, em que será trabalhado o processo denominado "codificação", durante o qual as idéias a serem propagadas serão transformadas em mensagens passíveis de serem transmitidas e entendidas, vindo a ser utilizadas na transmissão das idéias contidas na propaganda ideológica.²⁸⁰

²⁷⁸ Garcia (1982).

²⁷⁹ Idem.

²⁸⁰ Ibidem.

Novamente, há inúmeras formas através das quais uma ideologia é codificada antes de sua propagação. A primeira delas é a simplificação, uma codificação que leva em conta as pessoas que têm dificuldade para entender idéias complexas, levando o emissor a codificá-las de uma maneira mais simplória.²⁸¹

Essa simplificação pode ocorrer em maior ou menor grau, dependendo do alcance da compreensão daqueles que irão recebê-las. A propaganda ideológica, quando feita dessa forma, procura difundir apenas o essencial do conteúdo de uma ideologia, selecionando algumas idéias fundamentais e restringindo-se a uma ou duas fórmulas resumidas e simples, podendo também se limitar unicamente a um mero símbolo.²⁸²

Esse é exatamente o caso das palavras de ordem e dos *slogans*, fórmulas resumidas e simples de exprimir uma idéia. Entretanto, a fórmula mais sintética para expressão de uma ou mais idéias e, conseqüentemente, de uma ou mais ideologias é o símbolo, um breve sinal que resume uma ideologia ou que a representa perante todo o espectro onde a mesma se encontra inserida.²⁸³

Além dessa primeira forma, a simplificação, existe também a possibilidade de tornar mais acessíveis as idéias e ideologias através de associações com conceitos mais familiares e simples para o público receptor em geral. Uma dessas possibilidades de associação é realizada através de um processo que busca identificá-las através de semelhanças.²⁸⁴

Nesse caso, o acesso à idéia ou ideologia a ser transmitida fica facilitado pois ela é associada, através da codificação da propaganda ideológica, a outra idéia ou ideologia diferente, mas que guarda alguma similitude de

²⁸¹ Garcia (1982).

²⁸² Idem.

²⁸³ Ibidem.

²⁸⁴ Garcia (1982).

forma ou estrutura com a mesma, possuindo entretanto maior proximidade com o público-alvo sendo a mensagem original enfim explicitada através da última.²⁸⁵

Outra possibilidade é aquela associação que se dá exatamente pela ausência de similitude, ou seja, pelo contraste da idéia ou da ideologia original que é geradora da mensagem a ser difundida através da propaganda ideológica com aquela que é mais conhecida e compreendida pelo público-alvo receptor. E além dessas, ainda existe mais uma possibilidade para a codificação, que é a ilustração de idéias ou ideologias através de comparações com exemplos concretos e conhecidos do público-alvo receptor.²⁸⁶

Enfim, um aspecto essencial a ser considerado acerca da codificação é o fato de que as pessoas já carregam consigo uma série de concepções a respeito da realidade em que vivem. Ideologias já existentes, idéias e crenças diversas, mitos e superstições, essas formações ideológicas que compõem os indivíduos lhes fornecem a percepção de que vivem inseridos em uma cultura, uma versão de seu ambiente e de sua vida, um modo de enxergar, interagir e uma explicação da realidade que lhes permite integrar-se ao meio e exercer um determinado papel nesse ambiente.²⁸⁷

Assim sendo, de maneira nenhuma a propaganda ideológica deve deixar de prestar atenção a esses aspectos, negligenciando um possível choque de idéias que possa vir a ocorrer devido a uma grande discrepância ou insuportável contrariedade entre o caráter das idéias e ideologias pré-existentes e aquelas que se tenciona propagar.²⁸⁸

Nesse caso, ao mesmo tempo em que se apresentam certas idéias e ideologias, podem-se lograr tentativas que visem negar idéias pré-existentes por falsidade ou

²⁸⁵ Garcia (1982).

²⁸⁶ Idem.

²⁸⁷ Ibidem.

²⁸⁸ Garcia (1982).

distanciamento com a realidade fenomenológica vivida pelo público-alvo receptor das mensagens. Essa abordagem, entretanto, nem sempre é eficaz devido à tendência que algumas pessoas possuem de se apegar emocionalmente a determinados padrões ideológicos e a certas concepções, o que às vezes os leva a assumir uma postura de rejeição a qualquer idéia ou ideologia que lhes seja diferente.²⁸⁹

Diante de tal situação, se costuma fazer é buscar uma fusão das idéias e da ideologia a ser propagada com elementos e concepções já existentes e bem aceitos, solução que inclusive facilita a aceitação das mensagens pelo público-alvo receptor, visto que, segundo eles próprios, essas idéias já são originalmente aceitas por eles como verdadeiras.²⁹⁰

Por outro lado, por mais que um grupo elabore sua ideologia omitindo referir-se exclusivamente a seus objetivos para obter apoio dos demais, é possível que estes acabem por adquirir consciência de sua própria condição e posição na sociedade e de que seus interesses são diversos. Nessa hipótese, é possível que surja uma nova ideologia, mais adequada às condições que o receptor da ideologia encontra no seu cotidiano e que essa nova gama de valores, representações e idéias os leve a agir em sentido diverso daquele pretendido pelo emissor da propaganda ideológica.²⁹¹

Por essa razão certos grupos que se utilizam da propaganda ideológica buscam evitar que os receptores possam perceber a realidade através de um prisma diferente daquele que lhes foi proposto, impedindo a formação de outras ideologias e neutralizando a difusão daquelas já existentes. A esse tipo de ação denomina-se de controle ideológico.²⁹²

²⁸⁹ Garcia (1982).

²⁹⁰ Idem.

²⁹¹ Ibidem.

²⁹² Garcia (1982).

O controle ideológico compreende todas as formas utilizadas para que determinados indivíduos e grupos não tenham condições de perceber sua realidade e, assim, fiquem impedidos de formar sua própria opinião. É uma vez que os indivíduos e grupos apenas conseguem adquirir consciência de suas reais condições de vida através da observação direta do ambiente e das informações obtidas de outros, seja pessoalmente, seja pelos meios de comunicação, o controle ideológico acaba por, normalmente, atuar tanto sobre o meio ambiente, quanto sobre os meios de comunicação e as pessoas.²⁹³

Em relação ao meio ambiente, a sua remodelação consciente costuma torná-lo mais adequado às idéias difundidas por determinada propaganda ideológica, fazendo, dessa maneira, com que as pessoas que observam o meio ambiente encontrem refletida nele uma confirmação das idéias e das ideologias apresentadas.²⁹⁴

Contudo, as idéias e concepções nem sempre provêm da observação direta do meio ambiente em que vivemos. Especialmente nos últimos anos, devido à complexidade do contexto em que vivem as pessoas, elas muitas vezes só têm condições de se informar e se conscientizar a respeito de sua própria realidade através dos meios de comunicação de massa.²⁹⁵

Por causa desse fato e das mudanças sociais, políticas e culturais vividas pela humanidade nos últimos 50 anos, atualmente, o controle desses meios se faz, principalmente, através de sua utilização direta. Dado o fato de que a comunicação depende cada vez mais de aparelhagem sofisticada e cara, torna-se inevitável que os meios sejam controlados por pessoas e grupos das classes econômicas

²⁹³ Garcia (1982).

²⁹⁴ Idem.

²⁹⁵ Ibidem.

mais fortes e esses, via de regra, utilizam os meios que controlam exclusivamente para a difusão de idéias que lhes sejam favoráveis ou agradáveis, não permitindo assim a propagação de ideologias contrárias ou fatos que contestem seus interesses, o que acaba por impedir que a população tenha um acesso mais amplo aos aspectos de sua realidade, uma compreensão mais acurada de sua real posição e seus reais interesses, e seja envolvida pela única ideologia que lhe é apresentada.²⁹⁶

Além dessas modalidades de controle ideológico explicitadas anteriormente, o mesmo pode ainda ser exercido sobre as pessoas através da repressão ou da corrupção dos líderes, que são pressionados constantemente para que nem eles nem os receptores tenham condições psicológicas para julgar, analisar e avaliar as idéias e ideologias às quais são expostos, visando que os mesmos desistam ou sejam impedidos em sua tentativa de conscientização de seus liderados.²⁹⁷

Finalmente, uma outra técnica de controle ideológico exercido sobre pessoas procura impedir a conscientização através da utilização de elementos que distraiam a atenção do receptor, como o bombardeio de notícias sobre fatos atrativos, grandes torneios desportivos, crimes cometidos com crueldade. Essa idéia se baseia no fato de que as pessoas têm um limite de percepção e atenção e que, saturadas por um certo número de informações que apelam para seus sentimentos, não lhes sobra espaço nem tempo para perceber outras idéias e ideologias, dado que essas pessoas acabam se envolvendo na discussão dessas questões e, potencialmente, distraíndo-se das questões mais graves.²⁹⁸

²⁹⁶ Garcia (1982).

²⁹⁷ Idem.

²⁹⁸ Ibidem.

Quando não conseguem obter o monopólio das informações através do controle ideológico, os grupos procuram neutralizar as idéias e ideologias antagônicas através da contrapropaganda, que é um instrumento utilizado por um grupo que faz uso da emissão de mensagens que, associadas aos argumentos ou à personalidade dos adversários, despertem reações negativas através de formas como o humor e a dúvida da legitimidade da ideologia antagônica, entre outras, e de recursos sociais, financeiros ou ideológicos visando neutralizar a força das teses e argumentos da propaganda adversária.²⁹⁹

Dessa forma, amenizando o efeito persuasivo das idéias e das ideologias antagônicas às suas, o grupo pode desenvolver sua própria campanha de propaganda ideológica, sem a necessidade de recorrer a outros artifícios e precauções que esclareçam a razão das diferenças entre suas propostas e as alheias.³⁰⁰

Agora, uma vez elaborada a ideologia, realizada a devida codificação e estruturado o sistema de controle ideológico, procede-se à difusão sistemática das mensagens veiculadas através das manifestações de propaganda ideológica. Para tal, existe uma variedade de formas que descrevo a seguir.³⁰¹

A primeira delas é também a mais antiga. A forma oral, através da palavra falada que, empregada em discursos, tornou-se a forma preferida por inúmeros líderes devido a uma série de aspectos que apresenta, tais como permitir ao orador a observação direta das reações da platéia, o que lhe possibilita reforçar certos argumentos, insistir em determinados pontos, dar maior ou menor ênfase às palavras, repetir afirmações, aumentar ou diminuir pausas, sublinhar as

²⁹⁹ Garcia (1982).

³⁰⁰ Idem.

³⁰¹ Ibidem.

idéias através de gestos e expressões fisionômicas e assim por diante.³⁰²

Especificamente, esta forma de difusão permite a reunião de um grande número de pessoas de tal forma que cada indivíduo receptor sinta que sua personalidade se dilui na multidão, fazendo com que o mesmo se sinta parte de um todo e aumentando sua tendência em acompanhar a maioria. Além disso, a palavra falada diretamente agrega a si um valor muito maior de credibilidade e aceitação a respeito de sua veracidade.³⁰³

A segunda maneira utilizada para difusão é a imprensa, o segundo meio mais antigo de difusão e mais antigo meio material de comunicação. Os jornais e revistas, ao informarem constantemente sobre fatos regionais e internacionais, contribuem enormemente para a visão de realidade que será desenvolvida pelo leitor contumaz, transmitindo a ele os elementos fundamentais para a formação de um conceito de sociedade e do papel que cada um pode exercer nela.

A imprensa ainda traz em si um caráter de comunicação que é percebido pela maior parte de sua população consumidora como neutro, sendo essa uma percepção que se contrapõe ao fato de que grandes agências de notícias por todo o mundo são responsáveis por permitir a divulgação dos fatos do cotidiano nacional e internacional, fazendo-o de acordo com seus próprios interesses e com sua própria ideologia.³⁰⁴

Além disso, a imprensa ainda apresenta os fatos de tal forma fragmentados, interpretados e editados pelo exemplar publicado que se torna difícil o desenvolvimento da visão do conjunto da sociedade de maneira integrada, o que é

³⁰² Garcia (1982).

³⁰³ Idem.

³⁰⁴ Ibidem.

necessário para que as pessoas percebam os efeitos que os fatos têm uns sobre os outros.³⁰⁵

Um terceiro meio, o rádio, possui como grandes vantagens a capacidade de transmitir mensagens com rapidez e amplitude, permitindo que certos fatos sejam divulgados imediatamente após sua ocorrência, e a possibilidade de falar com toda a população, mesmo os analfabetos, que muitas vezes carecem de possibilidades de acesso a outros meios de comunicação.³⁰⁶

Uma quarta forma de difusão ideológica é o teatro. Contudo, com o alto nível de sofisticação dos roteiros e o alto preço dos ingressos, a maioria das peças só atinge uma pequena elite econômica e cultural, perdendo grande parte de seu valor como meio de transmissão de idéias.³⁰⁷

A quinta forma de difusão de ideologias é o livro, embora suas características particulares e aquelas específicas ao mercado editorial brasileiro acabem destinando-o apenas à transmissão de idéias, valores e representações a um pequeno número de pessoas que possuam um grau de instrução mais elevado.³⁰⁸

Pode-se incluir ainda uma sexta forma de difusão que é representada pelos cartazes, pelos panfletos, pelos manifestos públicos, pelas pichações ou "grafites", pelos auto-falantes colocados em pontos de grande circulação e por outras formas mais marginalizadas de divulgação de uma determinada posição ideológica que, se por um lado podem atingir um número grande de pessoas, por outro lado acabam muitas vezes tendo seu valor reduzido como mídia com força argumentativa devido exatamente ao caráter socialmente marginalizado.³⁰⁹

³⁰⁵ Garcia (1982).

³⁰⁶ Idem.

³⁰⁷ Ibidem.

³⁰⁸ Garcia (1982).

³⁰⁹ Idem.

A propaganda ainda utiliza como meio de difusão ideológica o cinema, tanto através de documentários, os quais nem sempre são montados com imagens neutras e são, via de regra, amplamente passíveis de interferência ideológica em sua produção e, especialmente, em sua edição, quanto através dos filmes de ficção que, mesmo não sendo produzidos com imagens que contenham cenas reais e objetivas, através da trama que se pode criar, da variedade intensa de ritmo e som e das imagens possíveis de se obter, permitem a criação de um clima de envolvimento emocional que facilita a imputação de idéias e valores. Em ambos os casos, o fato de suas projeções ocorrerem em salas escuras é um outro fator que corrobora para uma maior receptividade de suas idéias, valores e representações.³¹⁰

A televisão, por sua vez, serve antes de qualquer coisa ao telejornalismo que, assim como a imprensa escrita, passa por processos de seleção e interpretação, dependendo de anúncios pagos e de concessão governamental, sendo esses os fatos que acabam por transformar a T.V. em um instrumento de difusão das ideologias dominantes. Além disso deve-se considerar o potencial alienizante da televisão, cujo aspecto de entretenimento costuma servir como um desvio para a atenção das pessoas em relação a algumas questões possivelmente importantes, inclusive funcionando em algumas de suas atrações ficcionais da mesma forma como ocorre com o cinema em relação à difusão de ideologias.³¹¹

Finalmente, já que no presente estudo estaremos abordando as revistas de histórias em quadrinhos mangá, não podemos deixar de citar as características que tornam essa mídia uma potencial difusora de ideologias. Como colocado anteriormente, as revistas mangá, enquanto meio de

³¹⁰ Garcia (1982).

³¹¹ Idem.

expressão cultural e subjetiva, se aproximam dos filmes, álbuns musicais, romances e da televisão.

Assim sendo, conforme ocorre com os jornais, a televisão e os álbuns musicais, as revistas mangá também sofrem interferência editorial, sendo publicados apenas aqueles que se alinham ideologicamente com o que o mercado consumidor demanda e com o que os editores responsáveis por sua publicação acreditem ser o melhor conteúdo a transmitir.

E isso é especialmente verdadeiro quando nos referimos ao mercado editorial japonês onde, devido aos valores sócio-culturais que esse estudo abordou anteriormente, o respeito à hierarquia é indispensável para qualquer relacionamento, especialmente o profissional, onde ele é preponderante. Daí o fato de ser tão raro o aparecimento de títulos dessa modalidade de revistas em quadrinhos que possuam uma origem completamente autoral e consigam uma publicação massiva dentro do mercado editorial das histórias em quadrinhos no Japão.

Agora, uma vez definido o significado do termo Ideologia, que é o mais essencial substrato dos conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação de massa, e que se tenha explicado e descrito a natureza, os processos de elaboração e os modos como se dá a propagação do conteúdo ideológico veiculado pelos mais variados veículos de comunicação de massa, a qual se faz através da utilização das diversas ferramentas e modalidades de Propaganda Ideológica, cabe esclarecer as formas como os meios de comunicação de massa afetam os indivíduos e os grupos sociais que com eles se relacionam, influenciando o modo como os mesmos desenvolvem suas interações, tanto em seus âmbitos subjetivos, ou seja, no interior de sua psique individual e social, quanto em seus âmbitos objetivos, ou seja, relativos à exterioridade que os permeia.

3.3. Meios de comunicação, percepções e comportamento individual e social.

Estudos acerca do papel da mídia nas relações humanas há muito tempo despertam o interesse de pesquisadores nos campos da comunicação e da psicologia. A informação presente na mídia causa efeitos de longo e de curto prazo, influenciando as formas como a sociedade se vê, sugerindo aos indivíduos representações da mesma, de seus valores e de seu modo de vida (efeito de longo prazo), além de modos momentâneos de interpretar ocorrências e informações recebidas na vivência cotidiana (efeito de curto prazo).³¹²

Outro papel relevante da mídia é sua função de referência, ou seja, de ressaltar quem os indivíduos devem considerar como modelos ou padrões normativos de comportamento. Este aspecto é de alta relevância no atual momento da sociedade, uma vez que o contato direto está sendo substituído pelos contatos realizados de forma virtual, fato que afeta os conceitos do valor da proximidade física que perduraram por longo tempo.³¹³

Considerando isso, surge uma questão. Quais são as possibilidades oriundas de algumas das inter-relações possíveis entre o papel da mídia nas relações humanas, os efeitos de longo e de curto prazo causados pela exposição de um indivíduo e de uma sociedade aos conteúdos veiculados pela mídia e a função que os meios de comunicação de massa exercem ao propagar ideologicamente valores e modos de vida que servem de referência para o comportamento individual e social ?

³¹² Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³¹³ Idem

3.3.1. Efeitos da exposição de um indivíduo aos meios de comunicação.

Define-se como efeitos da exposição de um indivíduo aos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação todo o escopo das influências que esses conteúdos possam exercer sobre as relações que um indivíduo desenvolve por meio de sua interação com os demais elementos de seu cotidiano, considerando tanto aquelas que ele desenvolve em um contexto subjetivo, ou seja, em seu interior, quanto as que ele desenvolve em um contexto objetivo, seu exterior.³¹⁴

No contexto das teorias da Comunicação, os estudos dos efeitos surgem como a primeira perspectiva que se preocupou com as conseqüências da industrialização da cultura no que diz respeito à mídia e suas repercussões nos indivíduos e na sociedade.³¹⁵ Entre esses estudos, destacam-se algumas vertentes e determinados desdobramentos como as teorias dos efeitos fortes e fracos.³¹⁶

A partir do desenvolvimento destas teorias, modifica-se a noção de efeitos, partindo de uma visão restrita, que os trata como sendo diretos e específicos, e chegando a uma visão mais ampla, que os aborda como indiretos e difusos, além de mudar a concepção de receptor, que de passivo torna-se ativo (participativo) e seletivo da produção de sentido. A matriz desses estudos ainda é ampliada pelos estudos sobre os efeitos limitados e ilimitados e pelas subsequentes pesquisas acerca dos efeitos de longo e de curto prazo.³¹⁷

Vale ressaltar que, no presente estudo, optou-se por considerar e por trabalhar sobre as concepções dos efeitos dos meios de comunicação de massa que os distinguem como

³¹⁴ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³¹⁵ Escosteguy e Jacks (2005).

³¹⁶ Jensen e Rosengren (1990), apud Escosteguy e Jacks (2005).

³¹⁷ Escosteguy e Jacks (2005).

sendo de longo ou de curto prazo. Os efeitos de longo prazo são aqueles cujas conseqüências no indivíduo perduram até que, por algum motivo, aconteça desse indivíduo vivenciar uma mudança em sua subjetividade e, por meio dessa, uma mudança em sua interação com os demais elementos de seu cotidiano, seja essa alteração causada por um meio de comunicação ou não.³¹⁸

Seguindo o mesmo raciocínio, os efeitos de curto prazo são aqueles cujas conseqüências no indivíduo perduram enquanto o indivíduo continuar exposto a uma determinada configuração adotada por um meio de comunicação, sendo que, no momento em que essa configuração deixar de existir, ou cessar a exposição do indivíduo a ela, a influência exercida por esse meio de comunicação sobre o indivíduo será interrompida ou alterada.³¹⁹

3.3.2. Efeitos de Longo Prazo

Com base na Teoria do Aprendizado Sócio-Cognitivo por Observação, pode se descrever como concepções formadas no decorrer de um longo prazo, a aquisição de três estruturas sócio-cognitivas: a compreensão subjetiva da realidade, aqui inclusas as atitudes com relação à essa realidade, as estratégias para solução de problemas e as crenças sobre aquilo que é normativo.³²⁰

Considerando também que as crianças imitam quase todos os comportamentos observados em seus familiares, amigos e pessoas com que se relacionam, incluindo aqueles observados e praticados nos meios de comunicação, e que é a partir dessas observações e práticas que as três estruturas sócio-cognitivas citadas se formarão, configura-se um dos

³¹⁸ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³¹⁹ Idem.

³²⁰ Huesmann e colaboradores (2003).

tipos de efeitos que a exposição aos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação podem promover em um longo prazo, ou seja, a influência na formação dessas estruturas sócio-cognitivas.³²¹

Outro efeito que pode ser causado pela exposição ao conteúdo dos meios de comunicação é a naturalização, que ocorre quando, por exemplo, a resposta emocional negativa inata e o desconforto que a maioria dos seres humanos possui ao observar sangramentos, perfurações e violência, são minimizados devido à repetida exposição a esses eventos através dos meios de comunicação, fato que faz com que os indivíduos expostos considerem tais eventos como “naturais”, parte integrante da realidade, mesmo que levantamentos estatísticos provem o contrário.³²²

Nesse ínterim, vale ressaltar dois aspectos: se o contexto naturalizador estiver presente tanto no cotidiano quanto naquilo que é observado no meio de comunicação, esse efeito se torna mais saliente, devido a um fenômeno chamado de ressonância.³²³ Além disso, esse efeito naturalizador também é visível nas sócio-cognições citadas anteriormente, como por exemplo, no caso da transmissão do *modus operandi* característico da sociedade japonesa retratado em suas histórias em quadrinhos, os mangás.³²⁴

Uma das mais famosas e controversas linhas de pesquisa que se dedica a estudar os efeitos de longo prazo apresentados pela exposição ao conteúdo veiculado pelos meios de comunicação é a *Cultivation Theory*³²⁵, cujo nome foi traduzido como Teoria do Cultivo.³²⁶

No decorrer desses estudos, constatou-se que um meio de comunicação de massa pode se colocar como depositário e

³²¹ Huesmann e colaboradores (2003).

³²² Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³²³ Kasperson (1992).

³²⁴ Cavalheiro (2005).

³²⁵ Gerbner e colaboradores (1986).

³²⁶ Wolf (1994).

transmissor das crenças, dos valores e do modo de vida de uma sociedade, assumindo o papel de educador social. Com base nessas possibilidades, definições e observações, foi desenvolvido o “Projeto Indicadores Culturais”, durante o qual foram empreendidas pesquisas em três frentes.³²⁷

A primeira delas é a Análise do Processo Institucional, que investiga a formação das diretrizes de criação e propagação das repetitivas mensagens transmitidas pela televisão; a segunda é a Análise do Sistema de Mensagens, que enfoca as repetitivas mensagens propagadas pela televisão e analisa seu conteúdo e seus contextos; a terceira é a análise dos efeitos da *Cultivation*, em outras palavras, dos efeitos que as mensagens repetidas e transmitidas por meio da televisão provocam sobre os valores, as crenças e o *modus operandi* de uma sociedade, no caso, a norte-americana.³²⁸

A partir da conclusão dessas pesquisas, foram encontradas evidências de efeitos homogeneizadores, perceptíveis em longo prazo, fato esclarecido na comparação das respostas dadas por assíduos e eventuais telespectadores aos questionários por eles aplicados. A representação empírica da homogeneização apresentada pelos membros da sociedade estudada, se denominou *mainstreaming*, pois conforme aumentava a exposição à televisão, os diferentes valores, crenças e modo de vida convergiam em direção àquilo que a televisão apresentava como o retrato da sociedade norte-americana.³²⁹

Outro exemplo de meio de comunicação que assume o papel de educador social e apresenta evidências de efeitos similares aos do *mainstreaming*, é o mangá japonês o qual, assim como a televisão na sociedade norte-americana, e

³²⁷ Sherry (2002).

³²⁸ Gerbner e colaboradores (1986).

³²⁹ Idem.

conforme anteriormente trazido no presente estudo, atua como um grande depositário e transmissor das crenças, valores, saberes e do modo de vida da sociedade japonesa, sendo um dos principais responsáveis pela formação e pela educação sociocultural do povo japonês.³³⁰

3.3.3. Efeitos de Curto Prazo

Paralelamente aos efeitos de longo prazo, os meios de comunicação e os conteúdos veiculados por eles podem influenciar comportamentos esporádicos e determinados entre seus espectadores quando esses se encontram em um contexto provisório e definido. A essa influência eventual denomina-se efeito de curto prazo.

Um dos mais estudados e observados efeitos de curto prazo é o *priming*, livremente traduzido como pré-ativação. Esse efeito consiste na influência que um determinado cenário, ambiente ou evento, via de regra, possui sobre o comportamento de um indivíduo devido ao fato de que esse cenário, ambiente ou evento aumenta a acessibilidade, ou a saliência, de uma informação já armazenada na sua mente.³³¹

Outro importante efeito de curto prazo é o *framing*. Esse efeito é definido como sendo um modo particular por meio do qual jornalistas compõem uma matéria para otimizar sua acessibilidade.³³² Uma outra concepção possível para este fenômeno apresenta o *framing* como sendo a seleção de alguns aspectos da realidade para torná-los mais salientes em um ato de comunicação de modo a promover uma determinada definição de um problema, uma interpretação casual, uma

³³⁰ Cavalheiro (2005).

³³¹ Mandel e Johnson (2002).

³³² Valkenburg e colaboradores (1999).

avaliação moral e/ou uma recomendação de condução para um determinado evento.³³³

Finalmente, o mais importante e estudado efeito que, de acordo com as definições aqui apresentadas, também é considerado de curto prazo, é o *Agenda-Setting*. Esse efeito consiste na capacidade dos meios de comunicação direcionarem a atenção da sociedade e seu foco de discussão para certos temas e conteúdos, excluindo outros temas e dando forma às imagens que a população compõe em relação aos grupos, movimentos e eventos convergentes ou divergentes daquilo ou daquele para onde a atenção está sendo focalizada.³³⁴ Além disso, o *Agenda-Setting* define a realidade objetiva fazendo com que certas questões se tornem mais salientes na mente dos indivíduos, sugerindo o que os indivíduos devem pensar, saber e sentir a respeito de um determinado assunto.³³⁵

Mais uma vez, um bom exemplo de meio de comunicação ao qual podemos relacionar a possibilidade de geração desses três efeitos é o mangá japonês. Em relação ao *priming*, é possível se levantar algumas possibilidades a partir da observação do comportamento de significativa parcela de seus leitores nos eventos socioculturais e comerciais em que esse veículo é celebrado.³³⁶

Nessas oportunidades, é inclusive esperado que um número notável de presentes esteja, diferente do que fazem em seu cotidiano, atuando e vestindo-se como um personagem dessas histórias em quadrinhos, e que esses sejam reconhecidos ou pelo nome dos personagens que eles personificam ou por algum pseudônimo que estes indivíduos

³³³ Entman (1993)

³³⁴ Wojcieszak (2006).

³³⁵ McCombs e Shaw (1972).

³³⁶ Mandel e Johnson (2002).

utilizem para se identificar enquanto membros desse grupo social.³³⁷

Já em relação ao *framing*³³⁸ e ao *agenda-setting*³³⁹, pode-se inferir que o mangá não apenas aumenta a saliência de determinadas definições de problemas e modos de solucioná-los, mas também o faz em relação às interpretações casuais e causais, e às avaliações morais, sugerindo o que seus leitores devem pensar, saber e sentir em relação aos mais diversos aspectos de sua vida, desde os familiares, escolares e profissionais, até aqueles ligados à sexualidade, estando essa afirmação também em conformidade com o que este estudo trouxe acerca da capacidade das revistas em quadrinhos mangá exercerem influência sobre a vida de seus leitores e das sociedades com as quais elas se relacionam.³⁴⁰

3.3.4. Propaganda Ideológica e os Efeitos de Longo e de Curto Prazo.

Considerando tudo isso, em relação à questão colocada no início deste capítulo, ou seja, quais são as possibilidades oriundas de algumas das inter-relações possíveis entre o papel da mídia nas relações humanas, os efeitos de longo e de curto prazo causados pela exposição de um indivíduo e de uma sociedade aos conteúdos veiculados pelos veículos de comunicação de massa e a função que os meios de comunicação de massa exercem ao propagar ideologicamente valores e modos de vida que servem de referência para o comportamento individual e social, este estudo apresenta as seguintes conclusões.

Primeiramente, deve-se lembrar que, conforme foi apresentado anteriormente nesse mesmo capítulo, todo

³³⁷ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³³⁸ Entman (1993).

³³⁹ McCombs e Shaw (1972).

³⁴⁰ Cavalheiro (2005).

conteúdo veiculado por um meio de comunicação de massa possui alguma modalidade de viés ideológico. Assim, todo conteúdo veiculado por um meio de comunicação de massa é, em sua natureza, uma manifestação de propaganda ideológica, mesmo que esta venha a ser realizada sem que o seu realizador tenha consciência desse fato.

Portanto, a partir desse fato e seguindo essa linha de raciocínio, é possível inferir que todo tipo de efeito causado por um meio de comunicação de massa também possui em seu cerne um componente ideológico que, através da propaganda ideológica realizada juntamente a esse processo de comunicação, é transmitido e freqüentemente absorvido pelos indivíduos e pelas sociedades que com esses veículos venham a tomar contato, tanto nas instâncias de curto prazo quanto nas de longo prazo que foram descritas anteriormente.

Além disso, todos os aspectos das vidas dos personagens que são retratadas através das narrativas que compõem os meios de comunicação de massa servem também como referência para que os indivíduos e sociedades configurem suas posturas, suas atitudes e o modo como estes elementos realizam suas ações dentro do contexto sócio-cultural em que vivem.

Assim tem-se que, de acordo com o quanto um indivíduo ou sociedade alinha ou desalinha sua expressão particular desses valores, desses modos de vida e desses saberes, e o quanto isso é percebido como algo positivo, aumentam ou diminuem as possibilidades desses mesmos indivíduos e sociedades conquistarem maior renome e respeito em relação a seus pares e ao universo social, cultural e político dentro do qual atuam, de tal forma que, na mesma medida, se estabelecerá a capacidade desses veículos influenciarem esses indivíduos e essas sociedades.

Nesse sentido, algo que surge de interessante a partir desta reflexão é o fato de que serão os próprios veículos de

comunicação de massa que, nas sociedades altamente informatizadas e interligadas que atualmente direcionam os caminhos da humanidade como um todo, servirão de fiel da balança para a definição da própria capacidade que eles tem de exercer influência sobre os indivíduos e as sociedades.

Sendo assim, torna-se claro que são inúmeras as inter-relações que podem surgir entre o papel da mídia nas relações humanas, os efeitos de longo e de curto prazo causados pela exposição de um indivíduo e de uma sociedade aos conteúdos veiculados pelos veículos de comunicação de massa e a função que os meios de comunicação de massa exercem ao propagar ideologicamente valores e modos de vida que servem de referência para o comportamento individual e social, sendo que quanto mais numerosas elas forem numa determinada sociedade, maior será a capacidade de um meio de comunicação de massa exercer influência sobre seus indivíduos e, conseqüentemente, sobre as sociedades que eles constituem.

Agora que este estudo já abordou como que os meios de comunicação de massa transmitem conteúdo ideológico, valores, saberes, e servem como ferramenta para a manutenção de determinados modos de vida, chegou a hora de esclarecer como o conteúdo transmitido por esses veículos é absorvido pelos indivíduos e, a partir desses, pelos grupos dos quais eles participam e, a partir disso, pelas sociedades que eles compõem.

Para tal, este estudo traz adiante uma apresentação das dinâmicas subjetivas relacionadas à formação da identidade subjetiva, já agregando a essa explanação o papel que as revistas em quadrinhos mangá, o meio de comunicação estudado neste trabalho, pode vir a exercer nesse processo.

4. A Formação da Identidade Subjetiva e as Histórias em Quadrinhos mangá.

Desde que o ser humano começou a pensar sobre o modo através do qual sua identidade individual se configura, uma grande variedade de abordagens surgiu para esclarecer essa questão. Partindo das concepções místicas, avançando pelas filosóficas, religiosas, escolásticas, humanistas, cartesianas, iluministas, até chegar às sociológicas, antropológicas e psicológicas, dois pontos que se mantiveram sempre entre os aspectos mais importantes e mais estudados nesse ínterim foram os processos de identificação e diferenciação, os quais ocorrem tanto no âmbito social, quanto no individual, colaborando decisivamente na formação da identidade subjetiva.

Agora, o que é identidade subjetiva ? Identidade subjetiva designa o conjunto de caracteres próprios e exclusivos com os quais se pode diferenciar um determinado sujeito dos demais, tornando-o uma entidade definida e reconhecível, que possui um conjunto de qualidades ou características que o distinguem. Em outras palavras, identidade subjetiva é tudo aquilo que torna cada pessoa única, uma entidade completamente distinta dos outros seres humanos.

4.1. Limites da subjetividade: Descoberta e formação do corpo.

O sujeito identifica a imagem de seu próprio corpo como o contorno narcísico do Eu, ou seja, o limite daquilo que ele entende como si mesmo. Sendo o reconhecimento da imagem que se reflete no espelho a matriz da identidade imaginária subjetiva, definição que se dá de forma análoga ao que ocorre com o nome próprio para a formação da identidade social

civil, tem-se que essa imagem se encarrega de fornecer o traço simbólico mais estável que o indivíduo identifica consigo mesmo pois ela agrega a esse traço uma determinada materialidade.³⁴¹

Mas como acontece esse reconhecimento, que se dá através da imagem refletida no espelho, permitindo que o indivíduo, pela primeira vez em sua vida, perceba que ele é autônomo e que sua interação com os demais elementos do ambiente físico e sócio-cultural onde vive possui uma limitação que passa pela capacidade interativa desse seu corpo ?

Esse reconhecimento ocorre no instante em que um indivíduo em formação percebe sua imagem refletida no espelho como sendo a formadora primordial do contorno narcísico de sua individualidade.³⁴² A esse respeito, cabe destacar que essa imagem é aquela mesma apresentada por Lacan³⁴³ ao falar do ato psíquico que transforma o corpo fragmentado, auto-erótico, sede de um eu/prazer indiferenciado dos objetos de prazer do corpo materno, no corpo do narcisismo, sede do amor que o indivíduo dedica a si mesmo, assim separando-se do corpo daqueles com quem o indivíduo em formação convive e identificando-se com uma, agora determinada, imagem de si que, até então, era reconhecida pelos outros, mas não pelo indivíduo.³⁴⁴

A esse ato psíquico, Lacan denomina “estágio do espelho”, apresentando-o como o momento jubiloso em que uma pessoa em desenvolvimento se reconhece em seu reflexo no espelho, sendo por meio desse fato que ela começa a perceber sua individualidade, identificando-se como sujeito e

³⁴¹ Kehl (2003).

³⁴² Idem.

³⁴³ Lacan (1949).

³⁴⁴ Freud, apud Kehl (2003).

configurando sua subjetividade ideal, a perfeição à qual vai tentar corresponder por toda a vida.³⁴⁵

Entretanto, cabe ressaltar que essa tentativa será uma busca por algo inalcançável, uma vez que ela se dá devido à discrepância existente entre dois aspectos existentes numa instância própria da subjetividade humana, ou seja, se por um lado, ela apresenta e representa para as demais pessoas com quem convive um corpo integrado e simétrico que, no início de sua vida, destacando-se do resto de seu universo, lhe permite sua primeira experiência de uma *Gestalt* perfeita, em contraponto, para o próprio indivíduo, apresenta e representa o fruto imaturo de sua experiência, com o qual ela convive e conviverá até o fim de seus dias.

Com relação a essa dicotomia também vale destacar a importância dos processos de identificação subjetiva que se realizam por meio da correspondência do corpo subjetivo com aqueles apresentados pelas pessoas que um determinado indivíduo em formação entende como seus semelhantes, sendo esse o fato essencial que garante a esse indivíduo não sucumbir à impossibilidade da perfeição.³⁴⁶

Assim, no momento em que é inaugurada essa possibilidade de identificação do sujeito com a imagem do semelhante, chega ao fim o estágio do espelho, o que acaba por permitir a formação de uma série de ideais em sua individualidade, aos quais, por identificação, esse sujeito poderá corresponder.

É baseando-se nesse raciocínio que tem-se o fato de que o corpo de um indivíduo está e estará sempre impregnado do Outro, ou seja, de todos aqueles com quem esse indivíduo estabeleceu contato, quer tenha sido pessoalmente ou por meio de outro tipo de experiência sensorial subjetiva³⁴⁷, como

³⁴⁵ Lacan (1949).

³⁴⁶ Kehl (2003)

³⁴⁷ Idem.

aquelas proporcionadas pela Música, pela Literatura ou por um meio de comunicação de massa como a televisão, o rádio ou as histórias em quadrinhos mangá, sem contar as possibilidades de relacionamento subjetivo trazidas pela interação com todo tipo de personagens que se pode encontrar em manifestações artísticas e de entretenimento como essas.

Além disso, essa relação se faz presente desde a organização que ocorre através da linguagem, a qual por sua vez se organiza em discurso, o qual por sua vez, como apresentado anteriormente, se encontra essencialmente impregnado de um arcabouço ideológico, formando um conjunto que termina por barrar o gozo absoluto da circulação pulsional, que é aquela ligada às ânsias mais primitivas dos seres humanos, chegando até a passagem pelo olhar do Outro, a qual faz a função de espelho e permite a unificação da imagem subjetiva necessária para a constituição do narcisismo que sustenta os aspectos conscientes e inconscientes característicos da concepção que o indivíduo tem de si mesmo.

Assim, o processo de constituição de um corpo próprio capaz de desenvolver habilidades e talentos prossegue através das dinâmicas que levam o sujeito a se libertar do espelho através do desenvolvimento de habilidades e talentos que colaboram em seu estabelecimento subjetivo por intermédio das identificações com os corpos imperfeitos das outras pessoas, sendo esses chamados de "semelhantes nas diferenças"³⁴⁸, ou seja, aqueles que permitem que um indivíduo inaugure seus empreendimentos próprios por meio dos quais buscará corresponder aos ideais de subjetividade que ele agregou através de suas experiências nos contextos de interação sócio-cultural anteriormente apresentados.

³⁴⁸ Kehl, 2003.

Daí o fato de se afirmar que sem a entrada do Outro na vivência dos indivíduos, o corpo biológico pode até sobreviver, contudo não se constituirá como corpo de um sujeito que se reconhece entre seus semelhantes. E isso, por sua vez, ocorre devido ao fato do mesmo não haver se libertado da prisão especular e da exigência impossível de se tornar idêntico à imagem outrora configurada na experiência vivida durante o “estágio do espelho”.³⁴⁹

Em conseqüência disso, no que concerne à definição da identidade subjetiva, além de constituir sua identidade através do contorno narcísico percebido através da imagem especular de sua individualidade, e dos processos de identificação com os ideais trazidos pelos outros, o corpo dos indivíduos ainda termina por pertencer ao universo simbólico que ele habita, sendo assim não só formatado pela linguagem e dependente do lugar social que lhe é atribuído pelo Outro para que ele se constitua, mas também pertencente ao Outro.

Em outras palavras, a identidade que um sujeito constitui para si não pertence apenas a ele, ela pertence também a todos aqueles com quem esse indivíduo estabeleceu contato pessoal ou mediado, sendo este último caso dependente de um suporte comunicacional que o sustente e permita ao indivíduo relacionar-se com determinadas alteridades reais ou fictícias, como ocorre na interação das pessoas com um livro, uma obra musical, ou um exemplar de histórias em quadrinhos mangá, sendo esse último a possibilidade aqui estudada.

³⁴⁹ Kehl (2003).

4.2. Identificações: A formação da Identidade além do Estágio do Espelho.

Levando em conta o que acabou de ser colocado acerca da participação desse Outro na formação da identidade subjetiva, e da amplitude de elementos que podem assumir esse papel de alteridade, uma questão emerge: Como ocorrem os processos por meio dos quais esse amplo número de alteridades possíveis participa na formação das mais variadas identidades subjetivas? E a partir dessa, outra questão acaba por surgir: Qual a origem dessas alteridades e das relações que os indivíduos compartilham com elas?

Algumas das primeiras respostas que a psicologia apresentou para essas perguntas foram trazidas à tona, discutidas e elaboradas pela teoria psicanalítica freudiana, quando aborda um de seus aspectos conceituais mais importantes, o qual ele denominou “Identificações”. Esse conceito, no arcabouço da teoria psicanalítica freudiana, designa as mais originais e remotas expressões de um laço emocional com um objeto, assumindo e desempenhando um papel essencial nesse processo de construção de identidade, uma vez que essas identificações configuram o cerne dos ideais subjetivos que emergem dos indivíduos e de suas experiências pessoais.³⁵⁰

Aliás, sobre esse tópico, vale atentar que o termo “objeto” aqui utilizado representa o que quer que um determinado indivíduo queira agregar a si, podendo remeter a um objeto inanimado, uma pessoa, uma canção ou uma personagem, essa última podendo ser real ou fictícia, e oriunda de qualquer tipo de manifestação artística que conte com a presença desse elemento narrativo, como é o caso das histórias em quadrinhos mangá.

³⁵⁰ Freud (1921).

Para que uma identificação desse tipo se estabeleça, é necessário que dela surja um laço emocional que necessite ser expresso. Esse laço, por sua vez, pode surgir a partir de qualquer nova percepção de uma qualidade comum que seja partilhada pelo sujeito com alguma outra pessoa que não é, originalmente, objeto de instinto sexual, sendo que, quanto mais importante for essa qualidade comum, mais bem sucedida tende a ser essa identificação na geração desse novo laço.³⁵¹

Além disso, uma identificação desse tipo, de maneira regressiva, acaba por condicionar uma vinculação de objeto libidinal através da introjeção desse objeto na subjetividade do indivíduo. Em outros termos, o que ocorre é que, a partir dessa identificação, surge no indivíduo o desejo de agregar à sua subjetividade um, ou mais de um aspecto do objeto com o qual ele constituiu um laço emocional.³⁵²

Isso é especialmente importante perante o fato de que cada indivíduo compõe, em companhia de um amplo número de outros indivíduos, os mais variados tipos de grupos, vinculando-se a eles de maneiras variadas, e construindo seus ideais subjetivos segundo os diversos modelos que eles apresentam por meio de seus membros e de suas ideologias próprias.³⁵³

Isto significa que cada indivíduo, por necessariamente compartilhar de uma série de mentalidades grupais distintas como, por exemplo, sua nacionalidade, seu gênero, seus gostos musicais e literários, seus esportes e entretenimentos prediletos, entre outros, encontra numerosas possibilidades de identificação e, conseqüentemente, diversos potenciais formadores de sua identidade subjetiva.

³⁵¹ Freud (1921).

³⁵² Idem.

³⁵³ Ibidem.

Entretanto, cabe ressaltar que nada impede que os indivíduos sejam capazes até mesmo de transcender esses processos de identificação que passam necessariamente pela participação dos indivíduos nas mentalidades grupais. Para que isso ocorra, basta que eles possuam o espaço necessário à manifestação dos fragmentos de independência e originalidade que esse indivíduo possua em sua subjetividade, fato que, por sua vez, permite uma expressão direta e até mesmo uma superposição narcísica de sua própria subjetividade sobre seus ideais subjetivos em um momento de afirmação de sua identidade subjetiva.³⁵⁴

Com isso, chega-se à primeira resposta para a primeira das perguntas colocadas no início desse tópico, ou seja, segundo a teoria psicanalítica freudiana, a participação das inúmeras alteridades no processo de formação da identidade subjetiva ocorre por meio das identificações que surgem dos mais variados relacionamentos que um indivíduo desenvolve com os objetos que o cercam, sendo esses objetos o que quer que um determinado indivíduo queira agregar a si. E no que concerne à segunda pergunta que consta nesse tópico, está claro que essas alteridades e as relações que os indivíduos compartilham com elas se originam dos vínculos desenvolvidos por esses dentro dos grupos em que participam e de cuja mentalidade grupal e ideologia compartilhem.

4.3. A formação da Identidade Subjetiva além do Indivíduo.

Até esse momento do presente trabalho, foram abordados os processos de formação da identidade subjetiva de uma forma que se concentra nos eventos que ocorrem a partir do indivíduo, sendo que a participação das diversas alteridades com as quais um indivíduo entra em contato foi

³⁵⁴ Freud (1921).

descrita apenas quando ela se dá como conseqüência ou produto final de uma ação que se inicia na subjetividade individual.

Isso fica claro ao se lembrar dois fatos: Primeiro que o acontecimento mais significativo no Estágio do Espelho, a partir do qual ocorre um primeiro evento constitutivo da identidade subjetiva, é a conscientização da pessoa acerca de sua individualidade, a qual se dá quando a pessoa em formação se percebe autônoma em relação à sua mãe; E segundo que as Identificações se dão quando o indivíduo começa a constituir um laço emocional com algum objeto que ele tenha encontrado.³⁵⁵

Assim, ainda no sentido de responder as perguntas apresentadas no tópico anterior, uma problematização adicional se faz necessária devido ao seguinte fato: Nem sempre os processos que ocorrem visando a formação da identidade subjetiva têm sua origem em uma ação, opção ou postura cujo surgimento remonta ao indivíduo. A propósito, é também já comumente aceito, inclusive pela sociedade científica, que todos nós estamos expostos às mais variadas modalidades e maneiras de se influenciar uma pessoa.

A conseqüência disso, e aqui reside o problema, é que, em oportunidades que vão desde os primeiros ensinamentos, as primeiras broncas, as primeiras punições e as primeiras recompensas que a criança recebe de seus pais, passam pelo que nos ensinam durante os anos escolares, pelo que se escuta no rádio, se assiste na televisão, é lido nos livros e nas histórias em quadrinhos, e chegam às diversas ferramentas com as quais contam, hoje em dia, a Publicidade, o Marketing e a Propaganda Ideológica, todos nós estamos expostos à possibilidade de sofrer alguma influência

³⁵⁵ Freud (1921).

originária das diversas alteridades com as quais travamos contato.

Daí, então, a necessidade de se falar sobre como as mais variadas sociedades e grupos dos quais um indivíduo participa podem vir a participar do processo de formação da identidade subjetiva e as maneiras como essa participação pode se originar em contextos alheios à vontade ou à participação ativa do indivíduo neste aspecto desse processo.

A esse respeito, em consonância com o pensamento já exposto anteriormente, mas abordando essa questão a partir do ponto de vista apresentado nesse tópico, é função da sociedade estabelecer os meios para categorizar as pessoas e o total de atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma destas categorias.³⁵⁶

Partindo desse raciocínio, tem-se um papel mais, diga-se assim, socializado e poderoso para a alteridade, uma vez que a identificação deixa de ser constituída em um processo que desenvolve seu simbolismo por meio da especularização com um indivíduo e passa a ser constituída simbolicamente em sua imagem especular por aquela que é sustentada e manifestada através de um grupo social. Aliás, cabe ressaltar que essa idéia aproxima-se bastante das considerações freudianas acerca das dinâmicas que atuam sobre as questões daquela, assim denominada pelo fundador da psicanálise, Psicologia de Grupo.³⁵⁷

Seguindo essa mesma lógica, os ambientes sociais estabelecem as categorias de pessoas que têm maior probabilidade de virem a ser neles encontradas de tal forma que as rotinas de relação social nesses ambientes nos permitem estabelecer relações com outras pessoas sem que sejam necessárias uma atenção ou uma reflexão particular devido ao fato de essas mesmas serem potencialmente

³⁵⁶ Goffman (1978).

³⁵⁷ Freud (1921).

previsíveis pelo simples fato de pertencerem àquele determinado ambiente.³⁵⁸

Disso configura-se o pensamento dentro do qual quando um estranho chega a um desses ambientes e é apresentado aos outros que lá se encontram é possível prever sua categoria e seus atributos sociais, ou melhor dizendo, sua identidade social, a qual servirá como base para preconceções que se tornarão expectativas normativas, tendo estas um grande potencial para se tornarem exigências rigorosas de postura, atitude e conduta, sendo, inclusive, possível entendermos todas essas categorias numa relação diretamente proporcional com os diferentes graus absolutamente subjetivos de identificação.³⁵⁹

Em conseqüência disso, se apresenta a seguinte situação: Quando um indivíduo se encontrar em um determinado ambiente social, poderão surgir exigências que acabarão por representar simbolicamente, por parte do grupo que recebe o estranho, demandas feitas efetivamente, ainda que de maneira velada.³⁶⁰

Desse modo, o caráter imputado pelo grupo ao indivíduo, por sua vez, acaba podendo ser encarado mais como uma imputação feita a partir da percepção social de um retrospecto em potencial, instância chamada de identidade social virtual, do que como uma expressão da própria subjetividade, que o mesmo expressa em outros contextos sociais, sendo essa última instância nomeada como a identidade social real deste indivíduo.

A partir desse processo de identificação, e uma vez que um indivíduo se encontre inserido em um determinado grupo, uma das funções que esse grupo exercerá na vida desse indivíduo é a função de referência. Os grupos referenciais são

³⁵⁸ Goffman (1978).

³⁵⁹ Idem.

³⁶⁰ Ibidem.

entendidos na literatura como todos os grupos que têm influência direta, seja ela face-a-face ou por meios de grupos de afinidade, ou indireta sobre as atitudes ou comportamento de uma pessoa. Em outras palavras, o grupo de referência é aquele no qual o indivíduo é estimulado a buscar informações e referenciais para, entre outras coisas, avaliação e validação de atitudes, comportamentos, hábitos, tomadas de decisão e posicionamentos a serem projetados para a sociedade.³⁶¹

Ao assumirem na vida dos indivíduos esse papel de referência, os grupos dos quais uma pessoa participa lhe possibilitam o desenvolvimento de um sentimento de pertencimento, o qual, por sua vez, lhes fornece apoio, segurança e eventuais validações que se fazem presentes quando o indivíduo, simbolicamente, expressa seus comportamentos, atitudes e opiniões para outros indivíduos e agrupamentos, em um processo que termina por reafirmar sua identidade subjetiva e grupal.³⁶²

Dessa forma, os grupos sociais deixam de ser apenas uma reunião de indivíduos e passam a lhes servir de modelo comportamental, fonte de conhecimento, união, sabedoria e conteúdo sócio-cultural distintivo e ideologicamente orientado, contribuindo assim para o desenvolvimento da identidade subjetiva através da afirmação e da imputação de determinados valores no cotidiano do indivíduo que utiliza e corrobora com sua produção de sentido, conforme já foi abordado anteriormente nesse mesmo capítulo.³⁶³

Um grupo referencial pode ser categorizado como positivo ou negativo, configurando uma distinção que se faz da seguinte maneira: Quando as normas e informações de um grupo são endossadas pelo indivíduo, tem-se uma situação em que o indicativo referencial é positivo e satisfatório. Em

³⁶¹ Kotler, apud Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³⁶² Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³⁶³ Idem.

contrapartida, quando as normas e informações são rejeitadas pelo indivíduo, o referencial é considerado negativo.³⁶⁴

Considerando isso, para um melhor entendimento sobre o que caracteriza um grupo de referência, não se deve confundir essa modalidade de agrupamento com os grupos de filiação, que são aqueles aos quais o indivíduo simplesmente pertence, uma vez que o que acaba por fazer com que um grupo assuma o papel de referência é seu caráter agregador, conservador e precursor de novas características, formatações e orientações de sentido. Em outros termos, um grupo referencial tem influência considerável na tomada de decisão de seus membros ao tornar-se uma instituição indispensável para emitir avaliações e considerações, validar atitudes, comportamentos e opiniões sobre um determinado objeto social.³⁶⁵

Assim sendo, cabe ressaltar que é desse lugar social, detentor de alto poder argumentativo, que as relações sociais desenvolvidas dentro dos grupos referenciais se apropriam e se utilizam para continuar não só instituindo estruturas geradoras de identificação e, por conseqüência, colaboradoras na formação da identidade subjetiva, como também para se manterem como produtoras de conteúdos que afirmam e reafirmam seus posicionamentos ideológicos acerca de determinada visão de mundo.

Nesse sentido, vale ressaltar que tais fatos configuram um processo no qual, por meio de ações afirmativas, esses grupos fidelizam seus membros e promovem ações de inscrição e captação de novos indivíduos para seus quadros, evento que, via de regra, ocorre mediante a propagação das linhas identitárias e culturais do seu discurso, em um processo com um grande número das características

³⁶⁴ Harrison (1975).

³⁶⁵ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

anteriormente apresentadas como sendo relativas às manifestações de propaganda ideológica.

4.4. Identidade e Diferença: A *Gestalt* na formação da Identidade.

Dizem os pensadores, filósofos, poetas, cientistas: não há luz sem trevas, dentro sem fora, esquerda sem direita, figura sem fundo, homem sem mulher. Da mesma forma, não há identificação sem diferenciação ou identidade sem diferença. Com isso em mente, surge o interesse em saber qual o papel da diferença na formação da identidade subjetiva e também se é possível considerar, de modo análogo, a formação da “diferença subjetiva”.

Entendidos como eventos complementares e interdependentes, pode se considerar que as identificações e as diferenciações, ou as identidades e as diferenças, remetem diretamente à Teoria da *Gestalt*, a qual se debruça sobre determinados fenômenos psicológicos considerando-os como um conjunto autônomo, indivisível e articulado na sua configuração, organização e lei interna, sendo essa dupla um caso muito claro desse tipo de fenômeno.

Não abordando esse fato diretamente por meio desse prisma, porém fazendo referência a ele de um modo específico e similar, têm-se algumas considerações sobre as definições de identidade e de diferença, dentro das quais, identidade é tudo aquilo que um indivíduo é, enquanto diferença é tudo aquilo que o outro é.³⁶⁶

Pensando dessa forma, e aqui surge a primeira convergência destas definições com a Teoria da *Gestalt*, acaba sendo simples compreender que identidade e diferença estão numa relação de estreita interdependência, a qual

³⁶⁶ Silva (2000).

ocorre de acordo com a seguinte dinâmica: A forma afirmativa através da qual expressamos a identidade tende a esconder uma relação com a forma negativa por meio da qual expressamos a diferença.³⁶⁷

Um exemplo desta dinâmica trazido pelo próprio autor coloca que, quando alguém afirma "sou brasileiro", via de regra, este automaticamente nega todas as outras afirmações acerca de sua nacionalidade, diferenciando-se de todas as alteridades que possuam outras nacionalidades. Daí a facilidade para entender que, assim como a identidade depende da diferença, a diferença depende da identidade, sendo ambas, por esse motivo, inseparáveis. Além disso, em geral a diferença é considerada uma derivação da identidade, sendo esta última tomada como a referência em relação à qual se definirá a diferença, enquanto que, na perspectiva desenvolvida pelo mesmo, identidade e diferença são mutuamente determinadas, como pôde ser percebido a partir do exemplo apresentado anteriormente.³⁶⁸

Por outro lado, no caso de uma visão mais radical, a diferença, compreendida agora como processo de diferenciação, é anterior à identidade pois é ela que resulta tanto na identidade quanto na diferença. Cabe ressaltar que essa é uma concepção que diverge do que foi apresentado até agora acerca dos procedimentos de constituição da identidade subjetiva, os quais se iniciam pela definição e afirmação daquilo que se é.³⁶⁹

Entretanto, por sua vez, esta concepção diferenciada coloca esses dois fenômenos psicológicos em um contexto que abrange todas as condições para seu entendimento como algo que pode ser explicado com o apoio da Teoria da *Gestalt*, uma vez que lhe concede os últimos pré-requisitos

³⁶⁷ Silva (2000).

³⁶⁸ Idem.

³⁶⁹ Ibidem.

para tal, ou seja, uma configuração, uma organização e uma lei interna que os articula entre si, mimetizando o que ocorre numa daquelas famosas imagens usadas em testes de figura-fundo.

Considerando tudo isso, temos então que a diferença acaba por exercer um papel essencial no processo de formação da identidade subjetiva, uma vez que é ela que fornece o contraponto em relação ao qual uma afirmação distintiva pode ser feita. Além disso, segundo esse mesmo raciocínio, fica evidente que, mais uma vez remetendo ao que foi previamente relatado aqui e à Teoria da *Gestalt*, se há formação da identidade subjetiva, há sim a formação de uma diferença subjetiva, no sentido em que enquanto a primeira define e comporta tudo aquilo que distingue um indivíduo em relação às diversas alteridades com as quais ele compartilha sua vida, essa última, concomitantemente, distingue estas alteridades em relação a cada indivíduo que dela participa.

4.5. Identidade e Diferença para além do Indivíduo.

Se, como já foi abordado neste trabalho, as diversas alteridades com as quais um indivíduo entra em contato participam diretamente, e de formas diversas, dos processos de formação da identidade subjetiva, é chegado o momento de verificar como as diversas sociedades, e os diversos grupos dos quais um indivíduo participa, se relacionam e atuam naquilo que concerne a esses processos, considerando agora o que foi colocado no tópico anterior acerca das diferenças e das dinâmicas “gestálticas” por meio das quais se dão as interações entre as identidades e as diferenças.

Nesse sentido, um ponto de suma importância é considerar uma importante característica que tanto a identidade quanto a diferença partilham, isto é, ambas são atos de criação lingüística, não sendo elementos naturais de

uma realidade objetiva, fato que implica que essas mesmas devam ser ativamente produzidas no contexto das relações culturais e sociais.³⁷⁰

Assim, sendo atos lingüísticos, tanto a identidade quanto a diferença estão sujeitas a determinadas propriedades que caracterizam a linguagem em geral. Isso quer dizer que os elementos que constituem um idioma, ou seja, seus signos, como é o caso das identidades e diferenças que um indivíduo determina, não fazem sentido se considerados isoladamente, vindo a apenas adquirir valor ou sentido se colocados em uma cadeia infinita de outros signos diferentes deles, o mesmo valendo para toda a amplitude de conceitos, significados e significantes que eles abarcam. Daí pode-se considerar que, em outras palavras, um idioma não passa de um sistema de diferenciações.³⁷¹

Seguindo esse raciocínio, a identidade e a diferença, sendo parte da cultura e dos sistemas simbólicos que a compõe, não podem ser compreendidas fora dos sistemas de significação por meio dos quais adquirem seus sentidos próprios, sendo tão indeterminadas e instáveis quanto a linguagem da qual dependem.³⁷²

Além disso, identidade e diferença, nesse contexto, também são relações sociais sujeitas a vetores de força e relações de poder, sendo impostas, muitas vezes envolvidas em disputas pelo acesso privilegiado a outros recursos simbólicos e materiais da sociedade, e também utilizadas para demarcar fronteiras, instituir classificações e normalizações sócio-culturais. Aliás, essa natureza social de força e poder próprios das identidades e diferenças são tão prementes que se pode inclusive dizer que onde existe a diferenciação que esses caracteres propiciam, também se encontra um poder, o

³⁷⁰ Silva (2000).

³⁷¹ Saussure, apud Silva (2000).

³⁷² Silva (2000).

qual pode tanto promover a inclusão quanto sua conseqüente contraparte, a exclusão.³⁷³

Vale destacar que aqui surge um ponto de intersecção entre o que se tem colocado até agora e as exigências e demandas às quais um indivíduo está exposto ao se encontrar em um determinado ambiente social. Reunindo essas colocações e avançando em seus raciocínios, quando o indivíduo se encontrar em um ambiente social incomum para ele, é provável que surja a já citada identidade social virtual, a qual emerge para permitir que um indivíduo participe de um determinado grupo, evitando assim sua exclusão, a qual poderia ocorrer caso o mesmo expressasse a também já referida identidade social real do indivíduo, que é sua própria subjetividade, e que viria à tona, normalmente, em outros contextos sociais.³⁷⁴

Além disso, certos aspectos da psicologia dos grupos, também convergem no mesmo sentido do presente raciocínio, lhe fornecendo uma maior significância. Segundo a teoria psicanalítica freudiana, a mais notável peculiaridade que um grupo apresenta do ponto de vista psicológico é que sejam quem forem os indivíduos que o compõem, o fato de participarem de um grupo os coloca em uma espécie de mente coletiva que pode fazê-los sentir, agir e pensar de uma maneira muito diferente daquela pela qual cada um sentiria, pensaria ou agiria isoladamente, sendo esses os fatos que se conjugam diretamente com os conceitos de identidade social real e virtual, anteriormente apresentados.³⁷⁵

Em suma, até agora foi definido que as diversas Alteridades com as quais um indivíduo pode vir a conviver não só influenciam em seus processos de formação do corpo que será limítrofe de sua individualidade, como também atuam

³⁷³ Silva (2000).

³⁷⁴ Goffman (1978); Silva (2000).

³⁷⁵ Le Bon, apud Freud (1921).

sobre suas dinâmicas de identificação, e nas assunções subjetivas de suas identidades e diferenças. Adicionalmente, as identidades e diferenças tiveram descritas e estabelecidas suas naturezas sociais de força e poder, as quais tanto podem incluir quanto excluir. Considerando tudo isto, surge a necessidade de falarmos sobre os mecanismos sócio-culturais por meio dos quais as identidades e diferenças manifestam e exercem essas suas naturezas.

Para contemplar esse tema, uma vez que já se sabe que as Identidades e as Diferenças estão estreitamente ligadas a sistemas de significação, sendo elas mesmas detentoras de um significado cultural e socialmente atribuído, é possível considerá-las também em estreita associação com sistemas de representação.³⁷⁶

Nesse contexto, o conceito de representação deriva-se da maneira como as teorias pós-estruturalistas dos Estudos Culturais o definem, ou seja, entende-se representação como uma forma de atribuição de sentido, um sistema lingüístico e cultural, arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado às relações de poder existentes em cada sociedade dentro da qual um indivíduo venha a travar contato com outros indivíduos ou com as obras destes. Daí a relação de dependência que existe entre as identidades e as diferenças de um lado, e as representações de outro, já que é por meio das representações que elas passam a existir socialmente, se conectando a relações de poder.³⁷⁷

Um exemplo que ajuda a esclarecer essa colocação é um hipotético encontro entre israelenses e palestinos que tenham vindo muito jovens para o Brasil. Caso nenhum deles esteja portando símbolos que os distingam do resto da população, ambos poderiam se encontrar e conversar tranqüilamente, mas assim que um deles declarasse sua nacionalidade, existe

³⁷⁶ Silva (2000).

³⁷⁷ Idem.

uma chance significativa de que o estado da interação que eles desenvolviam se altere, fato que ocorreria devido não ao que suas respectivas identidades nacionais são em suas essências, mas sim devido ao que elas representam no atual contexto sócio, econômico, cultural, político, religioso, histórico e militar, e ao que essas representações remetem naquilo que concerne às relações de poder dentro das quais elas se inserem.

Outra colocação que colabora para esse tema, a lembrar, as identidades e diferenças que são ativamente produzidas no âmbito das relações sociais e culturais, e acabam, por sua vez, colaborando decisivamente na formação, na definição e no modo como se manifestam as identidades subjetivas dos diversos indivíduos que compõem uma sociedade, é a possibilidade das identidades e diferenças adquirirem a característica que denominada performatividade.³⁷⁸

Sobre tal denominação, de acordo com esse autor, remeter as identidades, diferenças e representações apenas aos processos discursivos, lingüísticos e simbólicos que as produzem faz com que elas se tornem apenas descritivas e, por isso, inverossímeis. É o conceito de performatividade, que impede que isso aconteça, oferecendo a esses termos uma concepção que enfatiza-os como sujeitos ao movimento e à transformação, não os abordando apenas como aquilo que o indivíduo ou o outro são, mas sim como aquilo que o indivíduo e o outro se tornam no decorrer de suas vidas e de suas diversas interações.³⁷⁹

Nesse sentido, a lógica utilizada se assemelha àquela das profecias auto-realizáveis, o que pode ser compreendido a partir do seguinte exemplo: Uma expressão aparentemente descritiva como “Fulano é pouco inteligente”, também pode funcionar como performativa, uma vez que é possível que ela

³⁷⁸ Silva (2000).

³⁷⁹ Austin, apud Silva (2000); Butler, apud Silva (2000).

acabe por produzir o “fato” que ela deveria apenas descrever.³⁸⁰

Entretanto, não é sempre que uma expressão como essa, que incute a um determinado indivíduo identidades e diferenças de natureza descritiva e distintiva, assume uma característica performativa. Para que um ato lingüístico e discursivo como esse tenha a força necessária para assumir um caráter performativo, é necessário que ele não só tenha a possibilidade de ser constantemente repetido, como venha a realmente ser assim repetido. Apenas a partir disso é que será possível que uma expressão descritiva venha a assumir um caráter performativo e, desta forma, influir na definição das identidades, das diferenças e das representações relativas a um indivíduo, influenciando também na formação da identidade subjetiva do mesmo.³⁸¹

Sintetizando então esse pensamento a respeito da natureza das identidades e de suas contrapartes, as diferenças, tem-se que, primeiramente, nenhuma delas é uma essência, dado ou fato, seja da natureza, seja da cultura. Também não são fixas, estáveis, coerentes, unificadas, permanentes, homogêneas, definitivas, acabadas, idênticas ou transcendentais.³⁸²

Por outro lado, ambas são construções sócio-culturais que geram determinados efeitos nas diversas interações possíveis entre indivíduo e sociedade, sendo também processos de produção de sentido lingüístico, discursivo e simbólico, possibilitando a ocorrência de inter-relações e atos performativos. Além disso, são instáveis, contraditórias, fragmentadas, inconsistentes e inacabadas, estando ligadas a

³⁸⁰ Silva (2000).

³⁸¹ Silva (2000); Fiorin (1998).

³⁸² Silva (2000).

estruturas discursivas e narrativas, sistemas de representação e relações de poder.³⁸³

4.6. Identidade, diferença e as Histórias em quadrinhos Mangá.

Levando em consideração tudo que já foi colocado acerca dos processos de formação da identidade subjetiva, dos eventos desse processo que se dão a partir dos indivíduos e a partir dos grupos sócio-culturais aos quais os indivíduos pertencem, dos papéis desempenhados pelos grupos dos quais os indivíduos participam e pelas sociedades onde o indivíduo realiza essa formação identitária, e dos papéis desempenhados pelas estruturas sócio-culturais e lingüísticas nesse ínterim, pode ocorrer o surgimento das seguintes questões:

Primeiramente, cabe responder se é possível considerar que o relacionamento de um indivíduo com as histórias em quadrinhos mangá influencia no estabelecimento de sua identidade subjetiva. A partir disso, vale a pena pensar se os grupos de referência positiva e negativa com os quais o indivíduo mantém contato possuem o potencial para desempenhar um papel significativo em relação à sua maior ou menor predisposição para manifestar efeitos de longo ou de curto prazo, causados pela exposição aos conteúdos veiculados por essa mídia, abordando esses efeitos especificamente em relação à sua possível influência sobre os processos de formação da identidade subjetiva. A tais reflexões se dedica esse tópico.

Inicialmente, em um âmbito teórico, e de acordo com os estudos aqui apresentados, as respostas a essas perguntas são afirmativas, ou seja, não só a relação de um indivíduo

³⁸³ Silva (2000).

com os meios de comunicação de massa, no caso as revistas de histórias em quadrinhos mangá, é capaz de influenciar a formação das identidades subjetivas, como também é possível que através grupos de referência positiva e negativa ocorra um acréscimo ou um decréscimo na predisposição de um indivíduo para manifestar os efeitos mencionados e, dessa forma, ter o processo de formação de sua identidade subjetiva influenciado pelos veículos de comunicação de massa.

Esse fato justifica-se através de uma série de conceitos, alguns já apresentados neste trabalho, outros prestes a serem colocados no seguir da presente discussão. Inicialmente, o primeiro fenômeno que apóia a resposta afirmativa à indagação anterior é aquele chamado de ressonância. A Ressonância pode ser entendida como um fenômeno cognitivo que ocorre quando aquilo que o indivíduo encontra e experimenta em seu relacionamento com o conteúdo veiculado pelo meio de comunicação possui notável correspondência com as experiências que o indivíduo vive em seu cotidiano fora desse relacionamento.³⁸⁴

Nesse sentido, cabe aplicar tal pensamento ao meio de comunicação de massa apresentado anteriormente, as revistas em quadrinhos mangá. Nessas revistas seus personagens estão, o tempo todo, envolvidos em uma vivência sociocultural e ideológica que se desenrola mediada pelos, e através dos valores e do modo de vida que são ideais dentro da cultura nipônica, de um modo que reflete, em grande medida, não só as expectativas que essa população apresenta em relação à sua própria atuação sobre o mundo em que vive, como também, freqüentemente, as experiências diárias de seus indivíduos.³⁸⁵

Além disso, o mangá japonês tem, aparentemente, propagado os valores e o modo de vida nipônico que ele

³⁸⁴ Kasperson (1992); Gerbner e colaboradores (1986).

³⁸⁵ Cavalheiro (2005); Luyten (2000).

carrega intrínseco para os outros países onde recentemente ele se tornou um fenômeno editorial, como é o caso do Brasil, dos Estados Unidos, da Itália e da Coréia do Sul, de tal maneira que um grupo cada vez maior de pessoas nascidas e educadas por meio dos valores e dos modos de vida específicos dessas nações, especialmente adolescentes e jovens adultos, começa a manifestar em seus atos e em seus relacionamentos cotidianos, os valores e o modo de vida veiculados por esse meio de comunicação de massa, configurando, ainda em escala reduzida, vivências que servem como principal elemento para a ocorrência do fenômeno de ressonância.³⁸⁶

Aliás, é como promotor ou detrator desse tipo de manifestação dos efeitos oriundos da exposição do indivíduo ao conteúdo veiculado por um meio de comunicação, que os grupos de referência exercem um papel que pode ser decisivo. Em outras palavras, de acordo com o fenômeno da ressonância³⁸⁷ e com as idéias trazidas por diversos autores em relação à influência dos grupos de referência³⁸⁸, um indivíduo manifestará em maior ou menor grau os valores e o modo de vida propagado pelo mangá, quanto maiores ou menores forem suas participações nos grupos que lhe sirvam de referência naquilo que concerne a esse meio de comunicação e à sociocultura relacionada a seu usufruto. Aliás, cabe ressaltar que aqui se incluem também as atividades sociais que esses grupos promovem.³⁸⁹

³⁸⁶ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³⁸⁷ Kasperson (1992); Gerbner e colaboradores (1986).

³⁸⁸ Kotler (1998); Harrison (1975); Gerbner e colaboradores (1986); Freud (1974).

³⁸⁹ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

Um dos mais evidentes exemplos desse fato é a atividade “*cosplay*”³⁹⁰, que deve seu desenvolvimento, em grande parte, aos grupos e fã-clubes criados por leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangás e pelos espectadores dos desenhos animados chamados de *animês*³⁹¹, os quais acabaram por também se tornar grupos de referência para os entusiastas dessas duas formas de comunicação e entretenimento.³⁹²

Outro fenômeno que justifica as respostas afirmativas às questões colocadas e sobre as quais ora esse trabalho reflete é o chamado “*priming*”, ou pré-ativação, que também já foi descrito em um momento anterior deste trabalho. Relacionando-o aos grupos de referência, é possível dizer que quanto maior ou menor for a participação de um indivíduo em grupos de referência ou a frequência em que o mesmo consulta esses grupos acerca de determinados assuntos, mais ou menos acentuada será sua predisposição a manifestar o efeito causado pela sua exposição ao conteúdo veiculado por um meio de comunicação de massa como as histórias em quadrinhos mangá, uma vez que esse relacionamento com seus grupos de referência poderá servir como regulador em relação à pré-ativação de determinadas ações e reações subjetivas.³⁹³

Um terceiro fenômeno que também apóia uma resposta afirmativa à questão apresentada é o “*framing*”, também já descrito anteriormente. Levando em conta os conceitos relacionados a esse fenômeno e aos grupos de referência,

³⁹⁰ Cosplay, abreviação de “costume play” (costume = roupa / traje / fantasia e play = atuar), é uma atividade que surgiu nos Estados Unidos da América, na década de 1970, em convenções para fãs de histórias em quadrinhos. Nela os participantes se caracterizam como um personagem de algum livro, mangá, videogame ou filme.

³⁹¹ Anime, a abreviação japonesa para a palavra inglesa *animation*, é o nome dado aos desenhos animados no Japão. Para os ocidentais, a palavra Animê é associada apenas aos desenhos animados oriundos do Japão.

³⁹² Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³⁹³ Idem.

temos que um determinado grupo de referência é capaz de selecionar alguns aspectos da realidade para torná-los mais salientes em seus atos de comunicação pessoal, virtual ou em massa, sendo assim também capaz de promover uma determinada definição de um problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral ou uma recomendação de condução para um determinado evento, dessa forma caracterizando por completo uma ação de “*framing*”.³⁹⁴

Além disso, essa ação de “*framing*” também pode ser mais ou menos alinhada com aquilo que é apresentado por um meio de comunicação de massa, configurando assim outro fato capaz de influenciar a predisposição de um indivíduo em manifestar efeitos de longo ou de curto prazo relativos à exposição do mesmo aos conteúdos veiculados pela mídia.³⁹⁵

De forma semelhante, ainda é possível se considerar o fenômeno do “*agenda-setting*” como um influenciador em relação à predisposição sobre a qual discute-se nesse ponto desta reflexão. Considerando o funcionamento desse fenômeno, também apresentado neste estudo quando falamos dos efeitos de curto prazo que os meios de comunicação podem promover, e o que já foi dito aqui sobre o fenômeno de ressonância, torna-se plausível atentar-se para o potencial dos grupos de referência em tornar esse efeito mais ou menos presente no convívio diário de um indivíduo através do direcionamento da atenção e do foco de discussão deste para certos temas e conteúdos, excluindo outros temas, e dando forma às imagens que o mesmo compõe em relação aos grupos, movimentos e eventos convergentes ou divergentes daquilo ou daquele para onde sua atenção está sendo focalizada, dessa forma aumentando ou diminuindo a

³⁹⁴ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³⁹⁵ Idem.

predisposição dele para manifestar esse mesmo efeito oriundo da sua exposição ao conteúdo veiculado pela mídia.³⁹⁶

Nesse sentido também, cabe ressaltar que nos estudos acerca da “*Cultivation Theory*”, também supra-citado, uma das conclusões a que se chegou foi exatamente a respeito da concepção acerca do efeito homogeneizador de longo prazo causado pelo fenômeno “*cultivation*”, o qual se denominou “mainstreaming”, sendo esse efeito diretamente influenciado pela maior ou menor participação dos indivíduos em grupos presenciais de referência, tanto os positivos quanto os negativos, sendo possível, a partir desse fato, inferir que os grupos de referência, sejam eles presenciais ou virtuais, também podem influenciar na predisposição de um indivíduo manifestar os efeitos aqui descritos.³⁹⁷

Finalmente, apoiando as respostas afirmativas indicadas para as indagações e reflexões instigadas no início deste tópico, há algumas dinâmicas apresentadas pela psicologia cognitiva que merecem ser lembradas. A primeira delas afirma que quando uma ou mais pessoas exercem pressão simultânea sobre um indivíduo, via de regra, o indivíduo pressionado fica sujeito às influências do grupo, e conforma-se com as expectativas deste, agindo de um modo que o assemelha aos outros componentes desse grupo, podendo até mesmo negar uma evidência fornecida por seus próprios sentidos.³⁹⁸

Aliás, nesse sentido, tem-se inclusive que esse outrem, essa coletividade coercitiva, não precisa estar presente para afetar o comportamento individual, uma vez que as pessoas em geral comparam continuamente suas próprias convicções, normas, e desempenhos com aqueles apresentados por seus colegas em seus grupos de referência, sendo que, uma vez

³⁹⁶ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

³⁹⁷ Gerbner e colaboradores (1986).

³⁹⁸ Harrison (1975).

que esse indivíduo possua vários grupos de referência, em diversos momentos diferentes determinados grupos assumirão uma posição proeminente.³⁹⁹

Daí pode-se inferir a importância que os grupos de referência virtuais podem vir a adquirir em relação à predisposição, ora discutida, que um indivíduo pode apresentar em relação à manifestação, nos processos de formação de sua identidade subjetiva, de determinados efeitos de longo e de curto prazo advindos da exposição do mesmo ao conteúdo veiculado por um meio de comunicação de massa como as revistas em quadrinhos mangá.

Assim, a despeito da plataforma utilizada por um meio de comunicação, seja ela impressa, televisiva, cinematográfica, digital ou virtual, o que se observa por meio das colocações discutidas e relacionadas acima é que o mais relevante é a utilização que um determinado indivíduo faz do meio de comunicação.⁴⁰⁰

Dessa constatação deriva-se o fato dos efeitos que um meio de comunicação de massa como o mangá japonês podem apresentar sobre uma sociedade estão associados à sua intensa presença em uma população que está em formação, e por isso, absorvendo informação, repetindo assim uma ocorrência já observada na maneira como o cinema dos Estados Unidos da América afetou, dentro e fora de seu país, as sociedades com as quais manteve contato mais próximo e freqüente.⁴⁰¹

Entretanto, as revistas de histórias em quadrinhos mangá, ao contrário do que ocorreu com o cinema norte-americano, vivenciam relações de concorrência e de fortalecimento que decorrem de sua interação com a influência exercida pelos grupos de referência presencial e

³⁹⁹ Harrison (1975).

⁴⁰⁰ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

⁴⁰¹ Idem.

virtual, e pelo seu potencial de promover interações sociais, as quais se dão pela criação de grupos que vão muito além daqueles “ao alcance da vista”, amplificando assim a percepção que os indivíduos têm acerca daquilo que representa para eles seus grupos de filiação, seus grupos primários, seus grupos secundários, seus grupos de aspiração e, claro, seus grupos de referência.

Assim sendo, se torna não apenas possível, mas também plausível, pensar que as relações entre o meio emissor, a mensagem emitida, seus receptores e os efeitos de longo e de curto prazo que elas podem promover, influenciam e são influenciadas pelos grupos com os quais os indivíduos interagem em seus mais diversos níveis e âmbitos de relacionamento, alguns desses muito além do que os estudos anteriores dessas inter-relações previam, podendo essa influência chegar até mesmo a exercer efeito sobre os processos de formação da identidade subjetiva dos quais cada indivíduo, e as sociedades que eles integram, participam no decorrer de sua vida.⁴⁰²

Desse ponto em diante, tendo apresentado todo o arcabouço teórico que orientou o trabalho aqui desenvolvido, esse estudo passará agora a apresentar o conteúdo relativo ao levantamento empírico referido na introdução desta obra, o qual foi elaborado com o intuito de responder as perguntas também colocadas anteriormente.

Relembrando-as: Sabendo que os adolescentes e jovens brasileiros encontram-se em fase de formação de seus referenciais valorativos, de suas representações sobre a sociedade e suas instituições, e conhecendo as relações gerais entre a ampla diversidade de grupos sociais, como os distintos gêneros, etnias, religiões, faixas etárias, profissões, nacionalidades e status sociais, de que modo os valores e o

⁴⁰² Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

modo de vida propagados ideologicamente pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá tem afetado esses fatores e, conseqüentemente, os processos de formação das identidades subjetivas e também as próprias identidades subjetivas ?

Além disso, será essa influência marcante a ponto de seus leitores se diferenciarem da média da população brasileira em relação aos estágios de consciência humana que eles apresentam ? Estas são as questões que, a partir de todo o escopo teórico de presente estudo e do levantamento que se apresenta adiante, esta dissertação visa responder.

5. Levantamento: A influência das revistas mangá em leitores brasileiros.

Muito foi dito neste estudo, assim como em numerosas pesquisas realizadas desde o final do século XIX nas áreas da Psicologia e da Comunicação Social, acerca das possibilidades de um meio de comunicação de massa influenciar os indivíduos, e através deles as sociedades, que mantém com esses veículos um contato mais freqüente e mais intenso. Um número significativo dessas pesquisas conta com levantamentos empíricos que permitiram a seus realizadores encontrar resultados consistentes, em que a empiria refletia as expectativas levantadas pela teoria, demonstrando que muito mais do que um senso comum, tem sido fato que os meios de comunicação de massa influenciam pessoas e, por meio dessas, as sociedades.

Além disso, conforme apresentado anteriormente, as revistas de histórias em quadrinhos mangá são um meio de comunicação de massa abrangente, respeitado, poderoso e eficiente em sua missão de auxiliar na formação e no cultivo do “*seishin*”, o espírito do povo japonês, fato que se dá através da presença dos valores, das representações e das idéias que são apresentadas em suas trilhões de páginas anuais, o que por sua vez proporciona ao povo japonês alento durante as duras batalhas que eles, devido a seu próprio modo de vida, enfrentam no decorrer de seu viver, caracterizado pela busca da manutenção de seus compromissos, do cumprimento dos seus deveres e da pureza que tanto é valorizada culturalmente em sua sociedade.⁴⁰³

Como se não bastasse isso, as revistas mangá se mostraram, de acordo com um grande número de teorias e estudos realizados no âmbito da pesquisa científica no campo

⁴⁰³ Cavalheiro (2005).

da Comunicação Social, os quais participam da bibliografia desse estudo, como uma ferramenta de propaganda ideológica adaptada às particulares necessidades de seu público-alvo, o que lhes permite influenciar atitudes, antecipar reações e adaptar-se às situações cotidianas e aos gostos de seus leitores, sendo estas capacidades alguns dos fatores da maior importância dentro de qualquer processo de comunicação.⁴⁰⁴

Sendo assim, perceber o potencial que as histórias em quadrinhos mangá apresentam como ferramenta de propaganda ideológica acaba não sendo difícil, uma vez que já foi encontrada, na análise histórica acerca desse meio de comunicação de massa, a presença da censura e da apreensão de exemplares, além da utilização dessas revistas como veículo rigidamente controlado e disseminador de estórias que visavam a transmissão não só de valores tradicionais, favoráveis aos militares que comandavam o governo na primeira metade do século XX, como também de alento ao povo japonês, o que se conseguia através do humor e do escapismo. Nesse mesmo sentido, as revistas de histórias em quadrinhos mangá também eram frequentemente utilizadas como ferramenta de contrapropaganda ao fazer referência jocosa aos inimigos militares e políticos do Japão.⁴⁰⁵

Incluindo nesse grupo a restrição imposta pelos norte-americanos em relação à publicação de material ofensivo à ocupação que os mesmos promoveram no Japão após a Segunda Guerra Mundial, encontram-se aqui exemplos claros das ferramentas de elaboração, codificação e controle ideológico, partes essenciais dos processos de produção de propaganda ideológica, e que são nitidamente característicos das revistas mangá, fato que acaba colocando-as na posição de veículo de comunicação de massa que serve como difusor

⁴⁰⁴ Cavalheiro (2005).

⁴⁰⁵ Cavalheiro (2005); MacWilliams (2008).

sistemático de mensagens ideológicas que, por sua vez, são manifestadas e transmitidas através de propaganda ideológica.⁴⁰⁶

Enfim, a partir deste ponto, o presente estudo busca apoio em todas essas pesquisas para a realização de um levantamento empírico que verifica se o meio de comunicação de massa aqui estudado, as revistas de histórias em quadrinhos mangá, têm exercido alguma influência significativa sobre a parcela da população brasileira que mantém contato mais freqüente com esse veículo de tal forma que esse grupo minoritário de pessoas se diferencie dos demais brasileiros.

Aliás, vale relembrar que essa problemática já está expressa nas questões gerais que esta dissertação visa responder, as quais foram colocadas no início deste trabalho, ou seja, sabendo que os adolescentes e jovens brasileiros encontram-se em fase de formação de seus referenciais valorativos, de suas representações sobre a sociedade, suas instituições e sobre as relações gerais entre a ampla diversidade de grupos sociais, como os distintos gêneros, etnias, religiões, faixas etárias, profissões, nacionalidades e status sociais, como a cultura vinculada e propagada pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá tem afetado essas pessoas ? Será essa influência marcante a ponto de seus leitores tupiniquins se diferenciarem da média da população brasileira em relação aos estágios de consciência humana que eles apresentam ?

Agora, visando responder a essas questões em um âmbito não apenas teórico, programa-se a realização do levantamento empírico citado anteriormente, o qual, por sua vez, necessita de um modo de comparar os leitores assíduos das revistas mangá com os demais brasileiros para saber se

⁴⁰⁶ Cavalheiro (2005).

eles se diferenciam conforme prevêm as teorias apresentadas anteriormente no presente estudo.

Assim sendo, para se atender essa necessidade de comparação, torna-se imperativa a definição de um critério comparativo. Nesse sentido, pode-se agir de duas maneiras, ou seja, realiza-se essa comparação ou através de um simples questionário, o qual seria destinado a revelar somente semelhanças ou diferenças, ou então através da utilização de algum instrumento que diferencie os indivíduos frente a uma determinada teoria, a qual permita que esses indivíduos sejam definidos e diferenciados, permitindo relacioná-los a determinados tipos de estágios, estratos ou etapas aos quais eventualmente pertençam.

Considerando isso e também os objetivos desse estudo, apresentados anteriormente, tem-se que a segunda opção colocada no parágrafo anterior facilita a compreensão das diferenças apresentadas pelos indivíduos porque os mesmos acabam sendo estudados e diferenciados em seus particulares desenvolvimentos, fato que, por sua vez, pressupõe que essas pessoas, no decorrer de suas experiências, acabem encontrando-se em momentos qualitativamente diferentes.

Com isso em mente, a opção comparativa escolhida para este trabalho foi encontrada nos estudos dedicados a desenvolver os conceitos relativos aos estágios de consciência, seus processos de formação e mudança, e os fundamentos da Espiral Dinâmica e da Teoria da Emergência Cíclica⁴⁰⁷. Aliás, no que concerne ao termo “estágios de consciência”, cabem aqui algumas ressalvas em relação ao seu uso nos estudos citados nesse parágrafo.

Nesses casos em específico, a utilização desse termo não faz referência à consciência como ela é entendida pelo senso comum, tampouco fazendo referência ao entendimento

⁴⁰⁷ Figueiredo (2007).

que se tem de consciência nas áreas da Filosofia, da Psicologia ou das Neurociências. Nos estudos citados no parágrafo anterior, esse termo refere-se a um determinado sistemas de valores que orienta uma determinada compreensão da realidade e um determinado modo de vida, no qual essa compreensão da realidade vai se tornando progressivamente mais complexa conforme os estágios vão se sucedendo.

Uma vez que abrir uma discussão acerca da qualidade da escolha do termo “estágio de consciência” pelos autores dessas teorias, não é o foco do presente estudo, e que esse mesmo contexto ocorre com a apresentação de uma definição de consciência, esclarece-se que também aqui o entendimento do termo estágio de consciência será o mesmo apresentado pelos estudos que o instituíram, os quais estão descritos no parágrafo anterior.

A propósito, cabe também esclarecer que é exatamente esse modo de definir estágio de consciência que justifica a escolha desse parâmetro de comparação em detrimento de alguns outros, como os parâmetros desenvolvidos através dos estudos de Piaget e Maslow por exemplo, ou seja, considerando que o presente trabalho pretende verificar se está ocorrendo alguma alteração no sistema de valores, na compreensão da realidade e no modo de vida apresentado pelos leitores das revistas em quadrinhos mangá quando comparados aos demais brasileiros, e que aquilo que diferencia os estágios de consciência entre si são exatamente os sistemas de valores que os compõem, as formas de compreensão da realidade e os modos de vida relacionados a eles, temos uma convergência de conteúdos que por si só já poderiam servir para fornecer essa justificativa.

Como se não bastasse isso, o que a teoria aqui apresentada indica como a dinâmica por meio da qual um meio de comunicação de massa pode influenciar uma

população é exatamente aquela relativa aos processos de propagação ideológica, os quais propagam, como conteúdo de uma determinada ideologia, todo um sistema próprio de valores que orienta e traz consigo a indicação e a valorização de uma conduta específica, de um modo de vida ideal, os quais no caso do presente estudo, são os valores japoneses e o modo de vida nipônico, aos quais estão expostos os leitores das revistas em quadrinhos mangá, abordando também os eventuais efeitos desta propagação sobre essa específica parcela da população brasileira.

Assim, tem-se os motivos que justificam a escolha dos estágios de consciência como o sistema de diferenciação e de compreensão das diferenças que existem entre os seres humanos cujas características distintivas melhor se ajustam ao estudo aqui realizado acerca do papel das revistas em quadrinhos mangá enquanto ferramenta para a manutenção e para a propagação do modo de vida japonês através da afirmação dos valores nipônicos.

Enfim, considerando tudo isso, para que o levantamento empírico confirme o que diz a teoria, ou seja, que um meio de comunicação de massa, no caso as revistas mangá, exerce as influências anteriormente relacionadas sobre seu leitor assíduo, deverá se produzir uma diferença significativa entre os estágios de consciência apresentados pelos dois grupos comparados, os leitores assíduos e os demais brasileiros.

5.1. Os estágios de consciência humana.

Inúmeros modelos teóricos e pesquisas afirmam que o desenvolvimento humano se dá em todas as fases da vida, em estágios vinculados ou não a determinadas faixas etárias. Muitos desses modelos pressupõem que, em cada um desses

períodos, as pessoas vivem problemas comuns e, gradativamente, avançam de um estágio para outro.⁴⁰⁸

É possível localizar alguns desses estágios nas habilidades motoras, de pensamento e de linguagem, que surgem de maneira previsível e padronizada na infância. Na fase da adolescência e na vida adulta esse desenvolvimento depende amplamente das experiências específicas do indivíduo e tendem a ser irregulares caso leve-se em conta o desenvolvimento social e da personalidade.⁴⁰⁹

Assim, considera-se que os estágios da vida adulta podem ter uma determinada seqüência e serem similares para todos os membros que vivem em uma época específica inseridos em uma determinada cultura, sendo que uma cultura não deve ser entendida como estática, mas sim como uma estrutura adaptável que pode progredir e regredir, possuindo a capacidade de apresentar novos sistemas de valores e, por conseqüência, novos estágios de consciência quando existirem tais possibilidades.⁴¹⁰

Nesse sentido, tem-se que os sistemas de valores dos seres humanos se desenvolvem em estruturas reconhecíveis à medida que o mundo ao redor se torna mais complexo, de tal forma que a existência humana contém numerosos, provavelmente infinitos, modos de ser, os quais estão enraizados precisamente nas maneiras conforme cada indivíduo enxerga a realidade, e nos imensos potenciais da humanidade⁴¹¹, sendo essa a razão de se estudar e organizar um modelo que se propusesse a descrever a razão das pessoas serem diferentes, o fato de algumas mudarem e outras não, e sobre qual a melhor forma de compreender e conviver com as versões emergentes da existência humana.⁴¹²

⁴⁰⁸ Figueiredo (2007).

⁴⁰⁹ Idem.

⁴¹⁰ Davidoff, apud Figueiredo (2007).

⁴¹¹ Graves, apud Figueiredo (2007).

⁴¹² Figueiredo (2007).

Aprofundando o entendimento acerca do termo “estágio de consciência” conforme utilizado no presente estudo, tem-se que seu significado se refere a um fragmento de uma escala particular de valores, escala essa em que cada um desses fragmentos possui um conteúdo único que apresenta uma natureza moral específica. Além disso, os estágios de consciência relacionam-se também a uma função cognitiva que deve ser capaz de entender e perceber a realidade de uma maneira que corresponda à seu particular sistema de valores.

Em consequência disso, configura-se em função da maior ou menor presença desses estágios na experiência individual, um caráter relativo a determinados valores e modos de expressão que implica numa atuação cotidiana diretamente vinculada às motivações básicas que movem cada um dos indivíduos diferentemente.

Sendo assim, no levantamento que participa desse trabalho, serão exatamente esses aspectos que serão mensurados, ou seja, por meio desse levantamento, pretende-se evidenciar o índice apresentado pelos indivíduos participantes em relação à presença mais ou menos destacada de um ou mais graus particulares e não generalizáveis dessa escala para que, comparando aqueles apresentados pelos leitores das revistas em quadrinhos mangá com aqueles apresentados pelos não-leitores dessas publicações, possamos detectar a presença ou a ausência de diferenças entre membros desses dois grupos, possibilitando que se respondam às perguntas anteriormente colocadas.⁴¹³

Uma vez esclarecido o significado do termo “estágio de consciência” e sua utilização nesse estudo, segue uma apresentação acerca desses estágios. Cabe ressaltar que, embora a pesquisa original com os estágios de consciência os

⁴¹³ Wilber, apud Figueiredo (2007).

divida em um número de oito, e em dois grupos de pensamento⁴¹⁴, para o presente levantamento utilizaremos apenas os seis estágios centrais, desconsiderando os dois extremos devido aos fatos de que, no caso do primeiro estágio, ele seria encontrado apenas em condições patológicas ou grupos primitivos muito especiais, enquanto o último tem uma mínima probabilidade de ser encontrado na população que participará deste estudo. (Para maiores informações acerca desses dois estágios, consultar o trabalho citado na bibliografia do presente estudo.⁴¹⁵)

5.1.1. O Estágio Púrpura.

Quando esse estágio de consciência é predominante, o pensamento individual costuma ser animista, negando a si mesmo para atrair a sorte, extinguir o medo e obter segurança para si e para os grupos aos quais a pessoa pertence, grupos esses aos quais se deve lealdade, o que a leva o indivíduo a viver de forma ritualística, seguindo tradições e velhos hábitos.⁴¹⁶

Dessa forma, a consciência grupal se torna extremamente egocêntrica e etnocêntrica, sendo que a extraordinária capacidade e sensibilidade despertadas por esse estágio de consciência fizeram com que as sociedades coletoras se transformassem em tribos étnicas que, com o tempo, se desenvolveram em sofisticadas culturas dotadas de graça, beleza e refinamento notáveis nas artes, danças, música, esportes e rituais.⁴¹⁷

E apesar de ser o mais antigo e primário dos estágios de consciência aqui apresentados, ainda hoje o sistema de valores relativos a esse estágio pode ser encontrado em

⁴¹⁴ Wilber, apud Figueiredo (2007).

⁴¹⁵ Consultar Figueiredo (2007).

⁴¹⁶ Figueiredo (2007).

⁴¹⁷ Idem.

grupos constituídos de crenças nas superstições mágicas, nos amuletos de sorte, nos rituais de família, nos juramentos de sangue e também em gangues, torcidas organizadas, em adeptos de crenças “*New Age*”, além de astrólogos e tarólogos, e até mesmo em corporações que incentivam o funcionário a misturar seus valores individuais aos da empresa.

5.1.2. O Estágio Vermelho.

Nesse estágio de consciência ocorre a manifestação de uma individualidade que se afirma pelo poder, pela impulsividade e pelo egocentrismo, crescendo e se expressando sem culpa, consideração ou preocupação com os demais, buscando sempre a realização de seus desejos e o prazer imediato, o que o faz ser carismático e heróico, enquanto, em suas formas mais violentas, é considerado hediondo.

O indivíduo nesse estágio de consciência vê o mundo como uma selva, dentro da qual apenas os mais fortes e voluntariosos sobrevivem, subjugando, escravizando, ou liderando os mais fracos, fato que o leva a ter a preocupação em nunca ser humilhado, de tal forma que ele nunca perca o poder que acumulou e a aura de superioridade que adquire, fato que o faz resistir a qualquer outro poder exercido sobre ele, o que por sua vez costuma produzir emoções como raiva, vingança e ódio.

Por outro lado, quando essa energia é canalizada de forma não violenta, permite que através da ação orientada por esse sistema de valores, se rompam atitudes e restrições conservadoras, de tal forma que, embora seja impulsivo e

grosseiro, é também libertador e criativo, tendo a coragem necessária para fazer o que não foi feito antes.⁴¹⁸

5.1.3. O Estágio Azul.

Esse é o estágio da consciência em que os indivíduos buscam significado e propósito, passando por experiências nas quais são levados a escolher entre o certo e o errado, entendendo que se todos obedecerem às regras o mundo terá paz. Nesse mundo uma força superior ao indivíduo determina o lugar das pessoas, um código de conduta formado por princípios absolutos, impondo a lei, a ordem e os princípios para uma vida virtuosa, sendo que a impulsividade é moderada pela culpa.⁴¹⁹

Esse estágio de consciência também é o fundamento das nações milenares que possuem hierarquias sociais rígidas e paternalistas, com organizações estruturadas em prol da lei e da ordem.⁴²⁰ Além disso, à medida que esse estágio de consciência prevalece surgem as privações, os castigos, o auto-sacrifício e a atitude contida, de tal forma que o cumprimento do dever, o orgulho e a submissão dos prazeres mundanos em favorcimento de algo considerado como um bem maior, proporcionam abundante satisfação.⁴²¹ Vale ressaltar que o sistema de valores relativo a esse estágio de consciência coincide em grande medida com os valores sócio-culturais japoneses e com as expectativas que esse povo possui acerca de seu ideal de modo de vida.⁴²²

⁴¹⁸ Figueiredo (2007).

⁴¹⁹ Idem.

⁴²⁰ Ibidem.

⁴²¹ Beck, Cowan; apud Figueiredo (2007).

⁴²² Figueiredo (2007).

5.1.4. O Estágio Laranja.

O indivíduo nesse estágio de consciência se caracteriza por enxergar o mundo racionalmente, como algo controlado por leis naturais que podem ser aprendidas e manipuladas, sendo que a ciência regula a política, a economia e os acontecimentos humanos. Assim, torna-se fundamental libertar-se das limitações produzidas pela fé numa determinada doutrina religiosa e pelas estruturas sociais que impedem que todos interajam em um mesmo nível e desenvolvam seus potenciais.⁴²³

Outras características desse estágio são a promoção do rompimento de antigos limites, o desenvolvimento das competências e dos conhecimentos individuais, fato que termina por elevar a meritocracia ao patamar de instância social básica que fornecerá autoridade aos indivíduos, a procura por uma vida de prazeres subjetivos e riqueza material, a busca pela verdade e pelos diversos saberes em termos individualistas e científicos, e a idéia de que sempre se deve tentar fazer as coisas da melhor maneira possível, sendo essa última característica a razão da alta competitividade apresentada por indivíduos nesse estágio de consciência.⁴²⁴

Por último, vale ressaltar que esse é o estágio de consciência mais encontrado nas nações ocidentais mais desenvolvidas, sendo inclusive esse o sistema de valores que originou aquilo que se compreende como “o sonho americano”, ou seja, a oportunidade de alcançar uma maior prosperidade material, das crianças se desenvolverem e receberem uma educação que lhes possibilite conseguir um emprego após a conclusão dos estudos, e de fazer suas

⁴²³ Figueiredo (2007).

⁴²⁴ Idem.

escolhas individuais, sem constrangimentos de classe, geração, religião, raça, orientação sexual, ou grupo étnico.⁴²⁵

5.1.5. O Estágio Verde.

O estágio de consciência verde se caracteriza pelas verdades relativas, sendo fundamental que todos se expressem pois o que é verdade para um indivíduo não precisa necessariamente ser para outro. Aliás, para um indivíduo nesse estágio de consciência, não existem certezas universais a respeito do conhecimento ou da verdade, sendo que cada um pode encontrar seu caminho e seus próprios valores. Os indivíduos assumem uma postura mais comunitária e preocupam-se em criar vínculos, além de serem mais sensíveis aos problemas ecológicos e dispostos a trabalhar em rede, procurando corrigir os desequilíbrios sociais trabalhando no campo dos direitos civis e da proteção ambiental.⁴²⁶

Os valores relativos a esse estágio de consciência são fortemente igualitários e anti-hierárquicos ressaltando sua predisposição para que todas as verdades encontrem espaço de expressão, voltando-se para a diversidade e para a religiosidade, considerando todas as culturas fascinantes sem acreditar que uma é melhor que a outra. Nesse estágio as únicas afirmações objetivas são críticas às atitudes opressivas e cruéis. Assim sendo, arrisco-me a dizer que esse estágio representa em grande parte o ideal de povo que existe dentro dos contextos sócio-culturais da juventude brasileira.⁴²⁷

⁴²⁵ Figueiredo (2007).

⁴²⁶ Idem.

⁴²⁷ Ibidem.

5.1.6. O Estágio Amarelo.

Quando o indivíduo apresenta esse estágio de consciência como o mais destacado, ele passa a compreender a legitimidade dos demais sistemas de valores, entendendo que todos contribuem para a continuidade da vida. Aqui, flexibilidade, espontaneidade e funcionalidade são prioritárias e tanto o conhecimento quanto a competência devem substituir o poder, o *status* ou a sensibilidade grupal enquanto ideal e objetivo de vida.⁴²⁸

O indivíduo, então, passa a se entender como parte de um sistema vivo, baseando-se em seus próprios valores para sobreviver, e pensando de forma sistêmica, enquanto seu foco se dirige para o impacto que as inevitáveis mudanças podem provocar nele mesmo e em todo o planeta. Assim, ele deixa de sentir necessidade de controlar aquilo que pode influenciar em sua vivência, deixando também de lado as compulsões, o perfeccionismo e a racionalidade exagerada, não tendo mais o sucesso como meta. Enquanto isso, o indivíduo nesse estágio de consciência trabalha para criar sistemas que permitam a coexistência de pessoas que se encontrem nos diversos estágios de consciência, de tal forma que ele possa desfrutar com maior liberdade e prazer daquilo que o mundo tem para lhe oferecer de melhor.⁴²⁹

Agora que todos os estágios de consciência que participam do presente estudo já foram apresentados, na tabela abaixo pode se observar um resumo acerca dos mesmos, descrevendo o tipo de pensamento associado a eles e o sistema de valores dentro do qual o estágio de consciência se faz presente.⁴³⁰

⁴²⁸ Figueiredo (2007).

⁴²⁹ Idem.

⁴³⁰ Ibidem.

Tabela 1- Síntese dos Estágios de Consciência

Estágio de Consciência	Pensamento	Manifestações culturais e expressões pessoais: Sistema de Valores
Púrpura	Animista	Ritos; rituais; tabus; superstições; tribos, afirmação pelo misticismo.
Vermelho	Egocêntrico	Gratificação; conquista; ação; impulsividade; afirmação pela força.
Azul	Autoridade	Disciplina; tradição, moralismo, regras, afirmação pela ordem social e hierarquia;
Laranja	Estratégico	Materialista; consumista; sucesso; imagem; <i>status</i> ; poder científico, afirmação pelo mérito.
Verde	Consensual	Igualitarismo; autenticidade; partilha; comunidade, afirmação pela consenso.
Amarelo	Ecológico	Sistemas naturais; múltiplas realidades; conhecimento, afirmação pelo relativismo.

Definido o modelo de comparação dos dois grupos escolhidos, os leitores e os não-leitores das revistas em quadrinhos mangá, e esclarecidos os parâmetros que serão usados para compará-los, o presente estudo parte agora para a apresentação, a descrição e a discussão do levantamento empírico aqui realizado e dos resultados alcançados por esse estudo através desse levantamento.

5.2. Levantamento Empírico:

O objetivo da pesquisa empírica aqui descrita é apoiar a argumentação desenvolvida nos capítulos anteriores sobre a influência das revistas de histórias em quadrinhos mangá sobre seus leitores. A pesquisa aqui proposta é bem simples e pode ser resumida em levantamento empírico e a avaliação significâncias entre os estratos de sujeitos. O levantamento empírico visa comparar um grupo de leitores e outro de não-

leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá em relação aos estágios de consciência que esses estratos apresentam.

Essa comparação tem por objetivo revelar se existem diferenças entre a distribuição dos estágios de consciência apresentada por esses dois conjuntos. Se diferenças forem encontradas, há necessidade de um segundo passo que é a verificação da significância das eventuais diferenças encontradas nos dados coletados, propiciando se avaliar as conseqüências da prática de leitura dessas revistas.

Através dessas duas análises, pretende-se alcançar uma resposta às questões que norteiam esse trabalho, ou seja, responder como o sistema de valores e o modo de vida, relativos à cultura japonesa, propagados pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá tem afetado os adolescentes e jovens brasileiros que se encontram em fase de formação de seus referenciais valorativos e de suas representações sobre a sociedade e sobre as instituições sociais, buscando responder também se essa influência é marcante a ponto de seus leitores se diferenciarem dos não-leitores em relação aos estágios de consciência humana que eles apresentam.

Diante dessa estratégia, o projeto de pesquisa empírica propõe as seguintes hipóteses a serem testadas:

H(1): Existem diferenças entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá em relação aos estágios de consciência que eles apresentam.

H(2): As diferenças existentes entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá em relação aos estágios de consciência que eles apresentam ocorrem devido à leitura dessas revistas.

H(3): Uma vez que o sistema de valores e o modo de vida propagado pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá se aproximam muito daquele que caracteriza o estágio de consciência Azul, o grupo dos leitores dessas revistas:

- (a) Apresenta predominância percentual desse estágio de consciência entre os membros desse grupo.
- (b) Apresenta maior presença percentual desse estágio de consciência entre seus membros quando comparado com o grupo dos não-leitores.
- (c) Apresenta predominância percentual desse estágio de consciência ao se considerar a presença dos estágios de consciência do grupo como um todo.
- (d) Apresenta maior presença percentual desse estágio de consciência, ao se considerar a presença dos estágios de consciência do grupo como um todo, quando comparado com o grupo dos não-leitores.

H(4): A maior parte dos respondentes apresentará predominância percentual dos estágios de consciência Azul e Verde.

5.2.1. Escolha e concepção da Estratégia do Levantamento Empírico:

Para testar essas hipóteses, buscou-se aqui caracterizar as diferenças que porventura surgissem entre o grupo dos leitores e dos não-leitores das revistas mangá, bem como

compreender a propagação ideológica do sistema de valores e do modo de vida japonês que, conforme apresentado nos segundo e terceiro capítulos dessa dissertação, são encontrados nas narrativas que compõem essas histórias em quadrinhos, verificando se a interação desses valores e desse modo de vida com aqueles que são encontrados na juventude brasileira, tem resultado em alguma mudança.

Nesse sentido, um dos problemas enfrentados durante este estudo foi o fato de que a busca pela compreensão acerca da influência de um meio de comunicação em massa, como é o caso das revistas de histórias em quadrinhos mangá, sobre os indivíduos que desenvolvem com ele uma relação mais freqüente, tem se caracterizado por diversas modalidades de abordagens empíricas que, via de regra, se dedicaram a verificar como um meio de comunicação de massa influencia um determinado comportamento. Alguns dos maiores exemplos desse tipo de abordagem são os estudos descritos no terceiro capítulo deste trabalho que se dedicaram a pesquisar os fenômenos conhecidos como Agenda Setting, Priming e Framing.⁴³¹

Considerando que a eventual interação dos valores e do modo de vida nipônicos propagados pelas revistas mangá não resulta necessariamente em comportamentos claramente observáveis, mas sim em mudanças nos sistemas de valores e nos modos de vida eventualmente adotados pelos leitores dessas revistas, e que essas eventuais mudanças não ocorrem de imediato, mas sim com o passar do tempo de fruição do conteúdo do meio de comunicação de massa por parte dos indivíduos, foi necessário encontrar uma ferramenta que possibilitasse a percepção e a mensuração quantitativa e dos sistemas de valores e dos modos de vida possuídos e

⁴³¹ Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

apresentados pelos leitores e pelos não-leitores desse meio de comunicação de massa.

Os questionários e as entrevistas integram a tradição científica ⁴³² como ferramentas consistentes e confiáveis para a investigação dos sistemas de valores. Depois de analisar diversas possibilidades para a abordagem e estudo dos leitores e não-leitores das revistas mangá, a que se apresentou como a melhor delas foi o questionário de sistemas de valores⁴³³ já testado, validado e utilizado no trabalho sobre os estágios de consciência que serve de base para este estudo.⁴³⁴

Esse questionário anteriormente validado foi acrescido em seu cabeçalho de algumas informações demográficas com o intuito de diferenciar o grau de elementos da cultura japonesa na socialização do sujeito da pesquisa⁴³⁵. Esses sujeitos poderiam ser diferenciados em origem direta (nikkei), e também em relação à convivência com outros elementos culturais de origem japonesa, tendo sido essa coleta programada para que também fosse possível verificar se uma eventual presença do sistema de valores e do modo de vida japonês em um dos respondentes poderia ter uma origem diferente daquela à qual esse estudo se dedica, as revistas de histórias em quadrinhos mangá.

Agindo assim, buscou-se isolar, ao máximo, a variável “leitura de mangá” para minimizar a possibilidade de ocorrência de um resultado que demonstrasse uma diferença nos estágios de consciência entre leitores e não-leitores das revistas mangá cuja manifestação do modo de vida e do sistema de valores oriundos do Japão, possuísse uma origem vinculada a outra fonte propagadora dos mesmos, como as artes marciais, por exemplo.

⁴³² Kerlinger, apud Malvezzi (2003).

⁴³³ Vide Anexo 3.

⁴³⁴ Figueiredo (2007).

⁴³⁵ Vide Anexo 2

5.2.2. Sujeitos e Amostra:

Considerando que o presente trabalho tencionou comparar dois grupos, os leitores e os não-leitores das revistas em quadrinhos mangá, a população desta pesquisa foi selecionada aleatoriamente visando atingir o número mais próximo possível de 60 sujeitos pesquisados, sendo 30 leitores e 30 não-leitores, obedecendo aos seguintes critérios:

- Faixa etária entre 18 e 30 anos de idade, completos.
- Nacionalidade brasileira.
- Estrangeiros residentes e educados no Brasil desde sua alfabetização.

Nesse ínterim, cabe ressaltar que a faixa etária estabelecida buscou contar com maiores de 18 anos para que não fossem enfrentados problemas relativos à falta de maturidade para o preenchimento do questionário de sistema de valores. Da mesma forma, limitou-se os participantes em brasileiros nativos e estrangeiros alfabetizados no Brasil para que os praticantes de quaisquer um dos hábitos culturais nipônicos, os quais são também propagadores do sistema de valores e do modo de vida japoneses, que vieram a ser apresentados por leitores ou não-leitores fossem sempre colocados em contraponto com o sistema de valores e o modo de vida característicos da cultura brasileira.

Assim sendo, tendo adotado unicamente esses critérios, foi possível que este levantamento contasse com pessoas de ambos sexos, as quais poderiam apresentar uma variada gama de idades e também diferentes ascendências, escolaridades, rendas familiares e hábitos de fruição dos elementos culturais de origem japonesa.

5.2.3. Instrumento:

Conforme já apresentado anteriormente, este levantamento fez uso de um questionário de sistema de valores⁴³⁶ que já foi testado, validado e utilizado no trabalho acerca dos estágios de consciência que serve de base para este estudo⁴³⁷.

Esse questionário, do tipo *survey*, utiliza a escala de variável discreta de Thurstone, a qual oferece a possibilidade de um contexto ser pontuado diferentemente, da maneira que mais apetece aos diversos respondentes de um determinado levantamento, sendo que, dessa forma, a opção escolhida pelo sujeito revela aquela que ele elege como a melhor ou mais significativa para si.⁴³⁸

Assim, ao oferecer aos sujeitos de um levantamento, distintas opções de conduta para cada uma de suas variáveis, essa escala pode revelar o sistema de valores mais significativo para eles, ou seja, por meio deste procedimento de determinação de diferentes valores com possibilidades idênticas, torna-se possível identificar a escala de preferências de uma determinada população.⁴³⁹

Neste questionário de sistema de valores⁴⁴⁰, os participantes primeiramente responderam, em seu cabeçalho, uma série de perguntas abertas e fechadas que serviram para a aquisição dos dados que permitiram, ao final do presente trabalho, a realização de distinções demográficas e habituais apresentar outras variáveis potencialmente significativas diferenciação dos dados e conseqüentemente, para a sua interpretação.

⁴³⁶ Vide Anexo 3.

⁴³⁷ Figueiredo (2007).

⁴³⁸ Malvezzi (2003).

⁴³⁹ Kerlinger, apud Malvezzi (2003).

⁴⁴⁰ Vide Anexo 3.

Em seguida os sujeitos deste levantamento responderam a dez questões de múltipla escolha, cada uma com seis opções de resposta, uma para cada um dos estágios de consciência descritos anteriormente. Entre essas seis opções, o respondente distribuiu doze pontos, os quais configuraram uma pontuação que foi somada em cada uma das questões, resultando no total de pontos atribuído para cada estágio de consciência por cada respondente, total esse que permite definir o(s) estágio(s) de consciência em que os mesmos se encontram segundo os conceitos e as discriminações trazidas nos trabalhos anteriormente descritos.⁴⁴¹

5.2.4. Método de Coleta de Dados:

Levando em consideração o fato de que uma das partes da população a ser investigada, os leitores das revistas mangá, ainda não constituem um grupo numeroso, tampouco de fácil acesso ou de fácil identificação, e ainda caracterizam-se por serem dispersos e se reunirem apenas nos eventos sociais que os tem como público alvo, durante a elaboração desse levantamento, foi estabelecido inicialmente que a distribuição dos questionários seria realizada exclusivamente por meio eletrônico, sendo que o respondente preencheria os mesmos à distância e enviaria os questionários preenchidos de volta a este pesquisador também por meio eletrônico.

Outra das motivações que orientaram essa escolha foi a possibilidade da distribuição do questionário para um grande número de pessoas em grupos de discussão pela Internet com custo praticamente zero, podendo, dessa forma, chegar a um número antigamente inimaginável de pessoas.

⁴⁴¹ Beck e Cowan (2000), Graves (2005), e Wilber (2005), apud Figueiredo (2007).

Para se ter uma idéia aproximada dessas possibilidades, segundo dados do IBGE, obtidos em 2005, haviam no Brasil 32 milhões de usuários de Internet, o que totaliza aproximadamente 21% da população. E quando se referem à parcela de brasileiros que atende aos critérios de participação anteriormente colocados, esse número de usuários de Internet chega a 30% dessa população.

Tendo esses fatos em mente, o contato com os respondentes foi iniciado com o envio do questionário a uma lista de aproximadamente 100 endereços eletrônicos de pessoas conhecidas deste pesquisador. Além disso, foi pedido que, entre essas pessoas, aquelas que não se constrangessem, re-enviassem o questionário a alguns de seus conhecidos.

Paralelamente esse pesquisador também entrou em contato com organizações que reúnem leitores das revistas em quadrinhos mangá, sem obter resposta que indicasse a disponibilidade dessas organizações para auxiliar essa pesquisa no contato com possíveis respondentes. Ainda para angariar respondentes, esse pesquisador fez uso do Orkut⁴⁴², ferramenta comunitária da Internet, com sucesso mínimo.

Em vista do baixo retorno adquirido através dos contatos estabelecidos por meio eletrônico, verificou-se a possibilidade de também distribuir os questionários em papel, dentro de um contexto que contava com a presença deste pesquisador. Nesse sentido buscou-se em estudos anteriores, informações acerca de possíveis levantamentos já realizadas utilizando-se questionários remetidos, preenchidos e recebidos por meio eletrônico e em papel, sendo encontrado que não houve

⁴⁴² O Orkut é um espaço social virtual que possibilita relacionamentos e o estabelecimento de laços afetivos. Criado em janeiro de 2004 pelo turco Orkut Buyukkokten, ex-aluno da Universidade de Stanford, e lançado pelo Google, o Orkut é um aplicativo on-line (Website) que reúne perfis de indivíduos e comunidades em uma matriz relacional. Ele tem a seguinte estrutura básica: perfil do usuário com foto principal, álbum de fotos, depoimentos, livro de recados, rede de amigos e comunidades; In. Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

diferenças significativas nas respostas obtidas através de questionários de sistemas de valores que foram preenchidos pessoalmente, em comparação com os mesmos questionários preenchidos pela Internet.⁴⁴³

Tal fato permitiu a obtenção de mais questionários, totalizando 53 aproveitáveis, ou seja, questionários que foram corretamente preenchidos, sendo os demais descartados. Desse total, 23 eram leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, e 30 não-leitores.

5.2.5. Análise dos dados:

Os dados obtidos através do questionário caracterizado anteriormente, possibilitam a realização de correlações que verificam se, e em que medida, as revistas de histórias em quadrinhos mangá apresentam-se como uma influência significativa na manifestação de uma determinada configuração de estágios de consciência nos indivíduos que com esse meio de comunicação em massa possuem contato.

Esses dados foram quantificados por meio de planilhas que possibilitaram a visualização desses dados em gráficos que apresentaram como se distribuía, em números absolutos e percentuais, o somatório das pontuações relativas aos estágios de consciência dos participantes dessa pesquisa, fato que proporcionou uma visão mais precisa acerca dos resultados alcançados e das distinções que surgiram após a compilação desses dados.

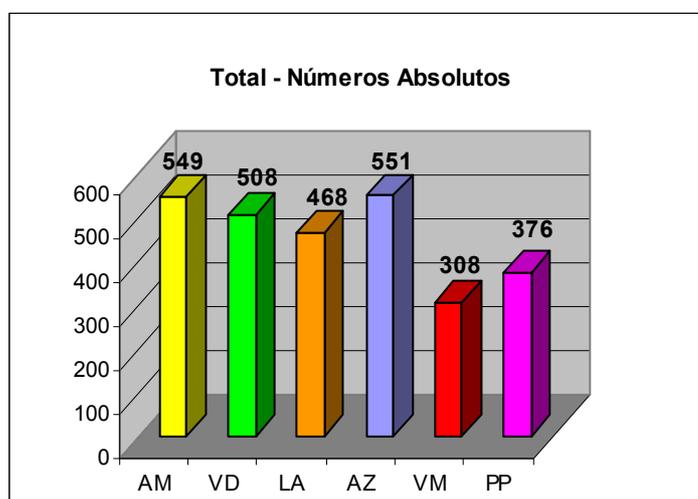
A partir dessa compilação, os dados foram divididos em dois grupos, o primeiro reunindo os leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, e o segundo reunindo os não-leitores. Em seguida acrescentou-se a essas planilhas, divisões relativas aos demais atributos constantes nos

⁴⁴³ Malvezzi (2003).

questionários, os quais distinguem os grupos de indivíduos formadores do público colaborador da presente pesquisa não só nos termos dos estágios de consciência apresentados, mas também nos termos de seus gêneros, ascendências, rendas familiares, escolaridades, e hábitos relativos ao contato com os animês⁴⁴⁴, com as religiões orientais, com a prática de artes marciais e com a presença em eventos culturais japoneses, contemplando também há quanto tempo cada um desses contatos se dá.

Para uma primeira análise univariada dos dados obtidos através da computação dos questionários e para uma primeira caracterização da amostra, este estudo utilizou uma visualização gráfica das freqüências simples, que foram apresentadas em valores numéricos absolutos e percentuais, conforme pode ser visto nos diagramas seguintes.

Gráfico 1- Leitores das Revistas Maná

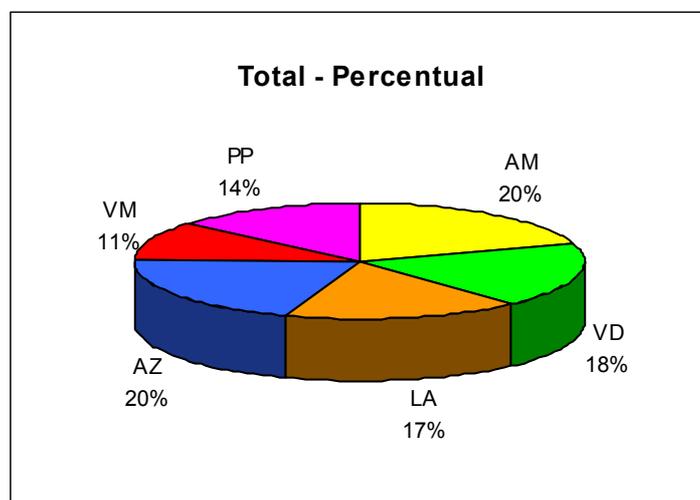


Legenda:

AM – Amarelo; VD – Verde; LA – Laranja; AZ – Azul; VM – Vermelho; PP – Púrpura;

⁴⁴⁴ Relembrando, Animê é o nome dado aos desenhos animados no Japão. Para os ocidentais, a palavra Animê é associada apenas aos desenhos animados oriundos do Japão.

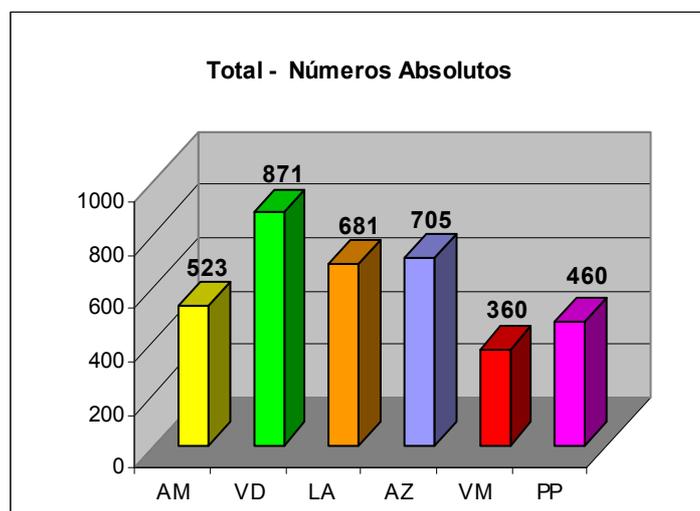
Gráfico 2 - Leitores das Revistas Mandá



Legenda:

AM – Amarelo; VD – Verde; LA – Laranja; AZ – Azul; VM – Vermelho; PP – Púrpura;

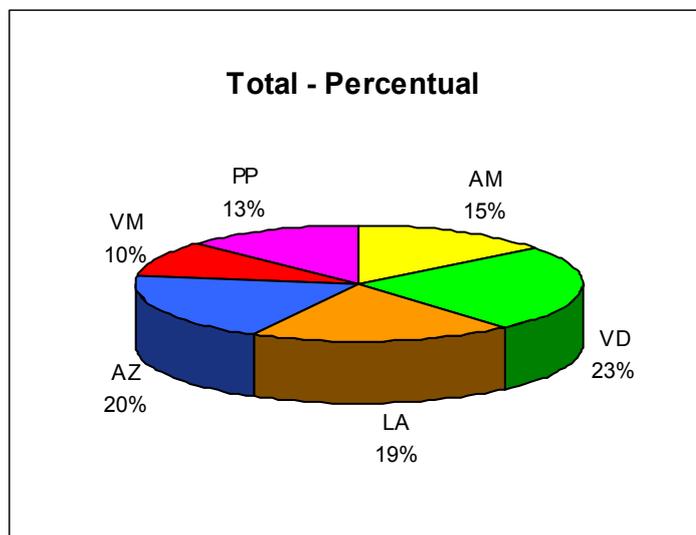
Gráfico 3 - Não-Leitores das Revistas Mandá



Legenda:

AM – Amarelo; VD – Verde; LA – Laranja; AZ – Azul; VM – Vermelho; PP – Púrpura;

Gráfico 4 - Não-Leitores das Revistas Mangá



Legenda:

AM – Amarelo; VD – Verde; LA – Laranja; AZ – Azul; VM – Vermelho; PP – Púrpura;

A partir de então, para proceder à verificação estatística da significância das diferenças encontradas entre as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentadas pelos grupos de leitores e não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, utilizou-se três testes, sendo dois deles paramétricos, os testes de Análise de Variância e o Teste “t” de Student, e um deles não-paramétrico, o Teste “U” de Mann-Whitney, todos com nível de significância de 5% ($\alpha=0,05$).

Vale esclarecer que a motivação que orientou a utilização de dois tipos de testes estatísticos foi o fato de que os testes paramétricos assumem sempre determinada distribuição de probabilidade para as variáveis em análise. Por exemplo, quando se testa a significância estatística de um coeficiente da regressão pelo método dos mínimos quadrados,

é necessário assumir que os termos de perturbação aleatória são normalmente distribuídos.⁴⁴⁵

Entretanto, levando em consideração que a realidade nem sempre satisfaz esse pressuposto, o que termina por transformar esses coeficientes em estimadores estatísticos ineficientes, e que este problema se torna tanto mais significativo quanto mais reduzida for a dimensão da amostra com que se trabalha, este estudo fez uso também de um teste não-paramétrico, o qual permite testar a significância estatística dos resultados dispensando qualquer pressuposto no que concerne à distribuição de probabilidade das variáveis.⁴⁴⁶

Assim foram adquiridos os registros suficientes para estabelecer as diferenças entre os grupos formados pelos públicos convocados a colaborar no levantamento aqui projetado no que concerne à assimilação e expressão dos valores nipônicos, de acordo com o que já foi teorizado anteriormente⁴⁴⁷.

Dessa forma configura-se um fato que permite responder às questões que norteiam o presente estudo, ou seja, quão real e marcante é a influência que as revistas de histórias em quadrinhos mangá exercem sobre seus leitores, diferenciando-os ou não dos não-leitores, em relação aos estágios de consciência humana e, conseqüentemente, aos respectivos sistemas de valores, modos de vida, e às suas respectivas visões acerca da realidade.

⁴⁴⁵ Areal e Armada (1999).

⁴⁴⁶ Idem.

⁴⁴⁷ Cavalheiro (2005).

5.2.6. Análise Descritiva dos Respondentes:

Da amostra com 53 respondentes obtiveram-se as seguintes informações:

1. 81,1% dos questionários foram enviados, respondidos e recebidos utilizando-se apenas meios eletrônicos para tais atividades, e 18,9% foram respondidos em papel.
2. No que concerne aos estágios de consciência apresentados por cada indivíduo respondente, tivemos que 13,2% apresentaram predominância do estágio Amarelo, 34% apresentaram predominância do estágio Verde, 18,9% apresentaram predominância do estágio Laranja, 26,4% apresentaram predominância do estágio Azul, enquanto nenhum respondente apresentou predominância do estágio Vermelho e 1,9% apresentaram predominância do estágio Púrpura. A porcentagem restante, 5,6%, apresentaram igual predominância em dois dos seis estágios de consciência.
3. No que concerne aos estágios de consciência apresentados pelos sujeitos do grupo dos leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, tivemos que 21,7% apresentaram predominância do estágio Amarelo, 21,7% apresentaram predominância do estágio Verde, 17,4% apresentaram predominância do estágio Laranja, 34,8% apresentaram predominância do estágio Azul, enquanto nenhum respondente apresentou predominância dos estágios Vermelho ou Púrpura. A porcentagem restante, 4,4% apresentaram igual predominância nos estágios Amarelo e Azul.

4. Já no que concerne aos estágios de consciência apresentados pelos sujeitos do grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, tivemos que 6,7% apresentaram predominância do estágio Amarelo, 43,3% apresentaram predominância do estágio Verde, 20% apresentaram predominância do estágio Laranja, 20% apresentaram predominância do estágio Azul, enquanto nenhum respondente apresentou predominância do estágio Vermelho e 3,3% apresentaram predominância do estágio Púrpura. A porcentagem restante, 6,7% apresentaram igual predominância nos estágios Amarelo e Laranja, e nos estágios Verde e Laranja.
5. Em relação ao gênero, 52,8% dos respondentes são mulheres enquanto 47,2% são homens. Entre os leitores, 39,1% são mulheres e 60,9% são homens. Já entre os não-leitores, têm-se uma proporção praticamente inversa, com 63,3% de mulheres e 36,7% de homens.
6. 56,5% dos respondentes não lêem as revistas em quadrinhos mangá, enquanto 43,5% lêem essas revistas.
7. Entre os leitores das revistas em quadrinhos mangá, 100% também assistem desenhos animados japoneses, os quais são conhecidos como Animê. Já entre os não-leitores, apenas 20% o fazem.
8. 78,3% dos leitores das revistas em quadrinhos mangá as lêem há 5 anos ou mais, enquanto 21,7% o fazem há menos tempo.
9. 95,6% dos leitores das revistas em quadrinhos mangá assistem Animês há 5 anos ou mais, enquanto apenas 4,4% o fazem há menos tempo.

10. Por outro lado, 100% dos não-leitores das revistas em quadrinhos mangá que assistem Animês o fazem há 5 anos ou mais.
11. Entre os leitores das revistas em quadrinhos mangá, 26,1% já completaram sua graduação no Ensino Superior, enquanto 69,6% ainda o estão cursando e 4,3% completaram apenas o Ensino Médio.
12. Já entre os não-leitores, 23,3% completaram sua graduação no Ensino Superior, 60% ainda o estão cursando, 13,3% completaram apenas o Ensino Médio e 3,4% ainda cursam o Ensino Médio.
13. 4,3% dos leitores das revistas em quadrinhos mangá possuem renda familiar mensal acima dos R\$ 8.000,00, enquanto 13% possuem renda familiar mensal entre os R\$ 5.000,01 e R\$ 8.000,00, 43,5% possuem renda familiar mensal entre os R\$ 3.000,01 e R\$ 5.000,00, 30,4% possuem renda familiar mensal entre os R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00, e 8,8% dos leitores das revistas em quadrinhos mangá possuem renda familiar abaixo dos R\$ 1.000,00 mensais.
14. Por sua vez, entre os não-leitores 16,7 possuem renda familiar mensal acima dos R\$ 8.000,00, enquanto 26,7% possuem renda familiar mensal entre os R\$ 5.000,01 e R\$ 8.000,00, 23,3% possuem renda familiar mensal entre os R\$ 3.000,01 e R\$ 5.000,00, 26,7% possuem renda familiar mensal entre os R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00, e 6,6% dos leitores das revistas em quadrinhos mangá possuem renda familiar abaixo dos R\$ 1.000,00 mensais.

5.2.7. Análise dos Resultados do Levantamento:

O presente tópico tem a finalidade de analisar os dados empíricos coletados e avaliar numérica e estatisticamente as diferenças encontradas entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá. Através dessa análise, são testadas as hipóteses e, por meio desses resultados, apresentam-se respostas acerca tanto da possibilidade da influência dessas revistas sobre seus leitores, quanto da medida em que ela ocorre, analisando se ela realmente diferencia os leitores das revistas mangá dos não-leitores em relação aos estágios de consciência humana, e de seus respectivos sistemas de valores e modos de vida, verificando também o quão estatisticamente significativa é essa diferenciação caso ela se confirme.

Assim sendo, de acordo com uma primeira análise, conduzida a partir dos dados elencados na análise descritiva realizada no tópico anterior e dos gráficos apresentados anteriormente, pode-se inferir pelos índices de significância e pelas porcentagens apresentadas, que existem diferenças significativas entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá.

Para alcançar esse entendimento, a análise dos dados trazidos pelos questionários constituiu-se por meio da observação das diferenças das pontuações numéricas e percentuais expressas nos dois gráficos anteriormente apresentados. De acordo com aqueles diagramas, torna-se evidente a existência de diferenças entre os valores apresentados por esses dois conjuntos de pessoas em relação aos estágios de consciência Verde e Amarelo, cujas diferenças encontradas chegam aos 5%.

Aliás, um aspecto que chama a atenção em relação a essas diferenças é o modo como as mesmas se encontram

distribuídas, o que ocorre de uma tal maneira que os leitores das revistas mangá tem 5% a mais de pontuação no estágio de consciência Amarelo e 5% a menos de pontuação no estágio de consciência Verde em relação aos não-leitores, sendo que, no que concerne aos demais estágios de consciência, não há outras diferenças numéricas ou percentuais significativas entre esses dois grupos.

A propósito, cabe ressaltar que esse fato comprova a hipótese H(1), que afirma existirem diferenças entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá em relação aos estágios de consciência que esses conjuntos apresentam quando considerados em sua totalidade, permitindo que essa primeira hipótese seja aceita.

Já no que concerne às hipóteses H(3)(a) e H(3)(b), segundo as quais, uma vez que o sistema de valores e o modo de vida propagado pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá se aproximam muito daquele que caracteriza o estágio de consciência Azul, existiam as expectativas de que os leitores dessas revistas deveriam não só apresentar predominância percentual desse estágio de consciência entre si, como também deveriam apresentar maior presença percentual desse estágio de consciência em comparação com o grupo dos não-leitores, tem-se que tais expectativas coincidem com o que se pode observar no terceiro e no quarto itens da análise descritiva anteriormente apresentada, configurando uma comparação cujo resultado permite que, assim como ocorreu com a H(1), essas hipóteses sejam aceitas.

Por outro lado, no que concerne às hipóteses H(3)(c) e H(3)(d), que expressam expectativas de que o grupo dos leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá apresentem predominância percentual do estágio de consciência Azul e também maior presença percentual desse

estágio de consciência, quando considerada a presença dos estágios de consciência do grupo como um todo, em comparação com o grupo dos não-leitores, ocorreram algumas disparidades. Essas disparidades decorrem de estarem evidentes dois fatos nos diagramas gráficos anteriormente apresentados sendo que cada um deles contraria as expectativas de uma das hipóteses citadas neste parágrafo.

O primeiro deles, relativo à hipótese H(3)(c), mostra que considerando os valores totais dos questionários respondidos pelo grupo dos leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, houve empate entre os valores percentuais apresentados pelos estágios de consciência Amarelo e Azul, contrariando o esperado por essa hipótese.

Já o segundo deles, que se opõe ao que afirma a hipótese H(3)(d), mostra que os valores totais dos questionários respondidos pelo grupo dos leitores e pelo grupo dos não-leitores das revistas mangá, apresentam a mesma porcentagem relativa ao estágio de consciência Azul. Assim sendo, inexistem coincidências entre os dados aqui analisados e as expectativas registradas nas hipóteses H(3)(c) e H(3)(d) de tal maneira que elas não estão aceitas.

A hipótese H(4) que diz que a maioria dos respondentes apresentaria predominância dos estágios de consciência Azul e Verde também pode ser testada pelos dados.

Seguindo o ponto de vista da teoria proposta pela Dinâmica da Espiral, e repetindo os resultados alcançados em pesquisas anteriores⁴⁴⁸, conforme mostra o segundo item da análise descritiva, realmente houve menor retorno por parte de indivíduos cujos questionários mostrassem predominância dos estágios de consciência Púrpura, Vermelho, Laranja e Amarelo, enquanto se obteve um número mais expressivo de respondentes com predominância dos estágios Azul e Verde.

⁴⁴⁸ Figueiredo (2007).

Assim, pode-se dizer que a expectativa expressa na H(4), coincidindo com o observado no segundo item da análise descritiva anteriormente apresentada, estabelece uma relação que permite que essa hipótese também seja aceita.

Finalmente, resta analisar a hipótese H(2), a qual afirma que as diferenças existentes entre o grupo dos leitores e o dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá em relação aos estágios de consciência que esses grupos apresentam ocorrem devido à leitura dessas revistas.

Para tal o presente estudo procede à verificação estatística prevista na estratégia dessa pesquisa, a qual se destina a descobrir quão significantes são as diferenças entre as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentadas pelos grupos de leitores e não-leitores das revistas mangá, encontradas nas análises descritivas e nos diagramas gráficos anteriormente apresentados. Nesse sentido, contudo, algumas ressalvas se fazem necessárias.

Para realizar tais verificações estatísticas, foi feita uma análise prévia sobre os dados coletados visando verificar quais dos itens constantes do cabeçalho demográfico e habitual⁴⁴⁹, que faz parte do questionário de sistema de valores, se apresentaram como variáveis válidas para as avaliações estatísticas programadas. Após essa análise concluiu-se que as únicas variáveis que cumpriram o requisito básico de variabilidade foram “leitura de mangá”, “gênero”, “assiste animê” e “há quanto tempo assiste animê”.

Isto posto, conforme já descrito, utilizou-se para as verificações estatísticas referentes à hipótese H(2), três testes estatísticos, sendo dois deles paramétricos, os testes de Análise de Variância e o Teste “t” de Student, e um não-paramétrico, o Teste “U” de Mann-Whitney, todos com nível de significância de 5% ($\alpha=0,05$).

⁴⁴⁹ Vide Anexo 2

O primeiro teste apresentado é uma Análise de Variância utilizando “leitura de mangá” como variável independente.

Tabela 1 - ANÁLISE DE VARIÂNCIA ($\alpha=0,05$)						
		Soma dos Quadrados	Graus de Liberdade	Média dos Quadrados	F	Sig.
AM	Entre Grupos	539,308	1	539,308	6,738	,012
	Intra Grupos	4081,975	51	80,039		
	Total	4621,283	52			
VD	Entre Grupos	628,188	1	628,188	4,953	,030
	Intra Grupos	6468,793	51	126,839		
	Total	7096,981	52			
LA	Entre Grupos	72,030	1	72,030	1,090	,301
	Intra Grupos	3369,517	51	66,069		
	Total	3441,547	52			
AZ	Entre Grupos	2,713	1	2,713	,046	,831
	Intra Grupos	2992,457	51	58,676		
	Total	2995,170	52			
VM	Entre Grupos	25,201	1	25,201	,632	,430
	Intra Grupos	2033,478	51	39,872		
	Total	2058,679	52			
PP	Entre Grupos	13,399	1	13,399	,395	,532
	Intra Grupos	1727,884	51	33,880		
	Total	1741,283	52			
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

A análise deste teste evidencia que “leitura de mangá” é uma variável que altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência Amarelo e Verde apresentados pelos respondentes desta pesquisa.

O segundo teste apresentado é uma Análise de Variância utilizando “gênero” como variável independente.

ANÁLISE DE VARIÂNCIA ($\alpha=0,05$)						
		Soma dos Quadrados	Graus de Liberdade	Média dos Quadrados	F	Sig.
AM	Entre Grupos	,009	1	,009	,000	,992
	Intra Grupos	4621,274	51	90,613		
	Total	4621,283	52			
VD	Entre Grupos	61,377	1	61,377	,445	,508
	Intra Grupos	7035,604	51	137,953		
	Total	7096,981	52			
LA	Entre Grupos	21,833	1	21,833	,326	,571
	Intra Grupos	3419,714	51	67,053		
	Total	3441,547	52			
AZ	Entre Grupos	8,273	1	8,273	,141	,709
	Intra Grupos	2986,897	51	58,567		
	Total	2995,170	52			
VM	Entre Grupos	103,125	1	103,125	2,689	,107
	Intra Grupos	1955,554	51	38,344		
	Total	2058,679	52			
PP	Entre Grupos	26,364	1	26,364	,784	,380
	Intra Grupos	1714,919	51	33,626		
	Total	1741,283	52			
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

Já este segundo teste, quando analisado, mostra que “gênero” não é uma variável que altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentados pelos respondentes desta pesquisa.

O terceiro teste apresentado é uma Análise de Variância utilizando “assiste animê” como variável independente.

ANÁLISE DE VARIÂNCIA ($\alpha=0,05$)						
		Soma dos Quadrados	Graus de Liberdade	Média dos Quadrados	F	Sig.
AM	Entre Grupos	326,042	1	326,042	3,871	,055
	Intra Grupos	4295,241	51	84,220		
	Total	4621,283	52			
VD	Entre Grupos	119,096	1	119,096	,870	,355
	Intra Grupos	6977,885	51	136,821		
	Total	7096,981	52			
LA	Entre Grupos	54,278	1	54,278	,817	,370
	Intra Grupos	3387,269	51	66,417		
	Total	3441,547	52			
AZ	Entre Grupos	,234	1	,234	,004	,950
	Intra Grupos	2994,935	51	58,724		
	Total	2995,170	52			
VM	Entre Grupos	,928	1	,928	,023	,880
	Intra Grupos	2057,751	51	40,348		
	Total	2058,679	52			
PP	Entre Grupos	1,497	1	1,497	,044	,835
	Intra Grupos	1739,786	51	34,113		
	Total	1741,283	52			
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

Esta análise mostra que a variável “assiste animê” não altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentados pelos respondentes desta pesquisa, embora apresente uma significância marginal em relação ao estágio Amarelo.

No quarto teste apresenta-se uma Análise de Variância utilizando “há quanto tempo assiste animê” como variável independente.

ANÁLISE DE VARIÂNCIA ($\alpha=0,05$)						
		Soma dos Quadrados	Graus de Liberdade	Média dos Quadrados	F	Sig.
AM	Entre Grupos	1234,938	14	88,210	,990	,482
	Intra Grupos	3386,345	38	89,114		
	Total	4621,283	52			
VD	Entre Grupos	2404,481	14	171,749	1,391	,205
	Intra Grupos	4692,500	38	123,487		
	Total	7096,981	52			
LA	Entre Grupos	1170,625	14	83,616	1,399	,201
	Intra Grupos	2270,923	38	59,761		
	Total	3441,547	52			
AZ	Entre Grupos	908,366	14	64,883	1,182	,328
	Intra Grupos	2086,804	38	54,916		
	Total	2995,170	52			
VM	Entre Grupos	745,447	14	53,246	1,541	,143
	Intra Grupos	1313,232	38	34,559		
	Total	2058,679	52			
PP	Entre Grupos	208,444	14	14,889	,369	,976
	Intra Grupos	1532,839	38	40,338		
	Total	1741,283	52			
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

Neste teste a análise mostra que a variável “há quanto tempo assiste animê” não altera as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentados pelos respondentes desta pesquisa de forma significativa.

Já o quinto teste apresenta o teste do “t” de Student, voltando a utilizar “leitura” como variável independente.

Teste “t” de Student para Variáveis Independentes – ($\alpha=0,05$)						
		t	Graus de Liberdade	Significância (bidirecional)	Diferença de Mediana	Diferença de Desvio Padrão
AM	Assumindo Variâncias Iguais	-2,596	51	,012	-6,436	2,479
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-2,634	49,702	,011	-6,436	2,443
VD	Assumindo Variâncias Iguais	2,225	51	,030	6,946	3,121
	Não Assumindo Variâncias Iguais	2,392	46,822	,021	6,946	2,904
LA	Assumindo Variâncias Iguais	1,044	51	,301	2,352	2,253
	Não Assumindo Variâncias Iguais	1,001	38,507	,323	2,352	2,350
AZ	Assumindo Variâncias Iguais	-,215	51	,831	-,457	2,123
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,218	49,463	,828	-,457	2,096
VM	Assumindo Variâncias Iguais	-,795	51	,430	-1,391	1,750
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,790	46,333	,433	-1,391	1,761
PP	Assumindo Variâncias Iguais	-,629	51	,532	-1,014	1,613
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,637	49,473	,527	-1,014	1,593
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

A análise deste teste evidencia que, mais uma vez, “leitura de mangá” é uma variável que altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência Amarelo e Verde apresentados pelos respondentes desta pesquisa.

Já o sexto teste apresenta o teste do “t” de Student, voltando a utilizar “gênero” como variável independente.

Teste “t” de Student para Variáveis Independentes – ($\alpha=0,05$)						
		t	Graus de Liberdade	Significância (bidirecional)	Diferença de Mediana	Diferença de Desvio Padrão
AM	Assumindo Variâncias Iguais	-,010	51	,992	-,026	2,619
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,010	49,211	,992	-,026	2,574
VD	Assumindo Variâncias Iguais	,667	51	,508	2,156	3,232
	Não Assumindo Variâncias Iguais	,691	40,216	,494	2,156	3,120
LA	Assumindo Variâncias Iguais	,571	51	,571	1,286	2,253
	Não Assumindo Variâncias Iguais	,569	49,630	,572	1,286	2,260
AZ	Assumindo Variâncias Iguais	,376	51	,709	,791	2,106
	Não Assumindo Variâncias Iguais	,383	48,511	,703	,791	2,065
VM	Assumindo Variâncias Iguais	-1,640	51	,107	-2,794	1,704
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-1,642	50,507	,107	-2,794	1,702
PP	Assumindo Variâncias Iguais	-,885	51	,380	-1,413	1,596
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,912	43,631	,367	-1,413	1,549
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

Já este teste, quando analisado, mostra que, novamente, “gênero” não é uma variável que altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentados pelos respondentes desta pesquisa.

O sétimo teste, por sua vez, apresenta o teste do “t” de Student, voltando a utilizar “assiste animê” como variável independente.

Teste “t” de Student para Variáveis Independentes – ($\alpha=0,05$)						
		t	Graus de Liberdade	Significância (bidirecional)	Diferença de Mediana	Diferença de Desvio Padrão
AM	Assumindo Variâncias Iguais	-1,968	51	,055	-4,983	2,532
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-1,919	42,491	,062	-4,983	2,597
VD	Assumindo Variâncias Iguais	,933	51	,355	3,011	3,228
	Não Assumindo Variâncias Iguais	,967	49,155	,338	3,011	3,114
LA	Assumindo Variâncias Iguais	,904	51	,370	2,033	2,249
	Não Assumindo Variâncias Iguais	,932	50,160	,356	2,033	2,182
AZ	Assumindo Variâncias Iguais	-,063	51	,950	-,134	2,115
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,063	47,735	,950	-,134	2,129
VM	Assumindo Variâncias Iguais	-,152	51	,880	-,266	1,753
	Não Assumindo Variâncias Iguais	-,152	49,199	,880	-,266	1,753
PP	Assumindo Variâncias Iguais	,209	51	,835	,338	1,612
	Não Assumindo Variâncias Iguais	,207	46,322	,837	,338	1,631

Legenda:

AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura

A análise deste teste mostra que a variável “assiste animê”, assim como ocorreu no teste de Análise de Variância, não altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentados pelos respondentes desta pesquisa, embora apresente uma significância marginal em relação ao estágio Amarelo.

Agora que estão finalizados os testes estatísticos paramétricos, que são aqueles que assumem sempre uma determinada distribuição de probabilidade para as variáveis em análise, e considerando apenas os resultados relativos à realização dos mesmos é possível compreender os resultados da H(2), a qual afirma que as diferenças existentes entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, em relação aos estágios de consciência que esses grupos apresentam, decorrem da leitura dessas revistas.

Assim sendo, numa primeira inferência, que leva em consideração apenas os testes estatísticos paramétricos, configura-se um resultado que permite assumir a hipótese H(2) como aceita, sendo que tal afirmação justifica-se pelo fato de que, entre todas as variáveis testadas pelo Teste de Análise de Variância e pelo Teste “t” de Student, a citar, “leitura de mangá”, “gênero”, “assiste animê” e “há quanto tempo assiste animê”, a única delas que apresentou-se como estatisticamente significativa considerando-se o nível de significância de 5% ($\alpha=0,05$), adotado para esses testes, foi exatamente a “leitura de mangá”.

Agora, seguem os testes estatísticos não-paramétricos, os quais permitem testar-se a significância estatística dos resultados dispensando qualquer pressuposto no que concerne à distribuição de probabilidade das variáveis.

Neste sentido, este oitavo teste, o primeiro não-paramétrico, fará uso da ferramenta estatística conhecida como Teste do “U” de Mann-Whitney durante o qual “leitura de mangá” desempenhará o papel de variável independente.

Teste “U” de Mann-Whitney – ($\alpha=0,05$)						
	AM	VD	LA	AZ	VM	PP
U de Mann-Whitney	186,500	231,500	275,500	338,500	296,500	299,500
W de Wilcoxon	651,500	507,500	551,500	803,500	761,500	764,500
Z	-2,847	-2,040	-1,249	-,117	-,872	-,819
Significância Assintomática. (bidirecional)	,004	,041	,212	,907	,383	,413
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

A análise deste teste evidencia que, também neste caso não-paramétrico, “leitura de mangá” é uma variável que altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência Amarelo e Verde apresentados pelos respondentes desta pesquisa.

Por sua vez, o nono teste, o segundo entre os não-paramétricos, contará com “gênero” atuando como variável independente.

Teste “U” de Mann-Whitney – ($\alpha=0,05$)						
	AM	VD	LA	AZ	VM	PP
U de Mann-Whitney	330,000	332,500	309,500	348,500	278,500	319,000
W de Wilcoxon	736,000	738,500	634,500	673,500	684,500	725,000
Z	-,357	-,312	-,723	-,027	-1,276	-,554
Significância Assintomática. (bidirecional)	,721	,755	,470	,979	,202	,580
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

Para este teste, a análise não-paramétrica da variável “gênero” aponta que ela, assim como nos casos paramétricos, não altera significativamente as pontuações relativas aos estágios de consciência apresentados pelos respondentes desta pesquisa.

Finalmente, procede-se o décimo e último teste, o terceiro dos não-paramétricos, cuja variável independente é “assiste animê”.

Teste “U” de Mann-Whitney – ($\alpha=0,05$)						
	AM	VD	LA	AZ	VM	PP
U de Mann-Whitney	219,500	260,500	285,500	323,000	328,000	341,500
W de Wilcoxon	519,500	695,500	720,500	623,000	628,000	776,500
Z	-2,299	-1,566	-1,118	-,448	-,358	-,116
Significância Assintomática. (bidirecional)	,022	,117	,263	,654	,720	,907
Legenda:						
AM – Amarelo VD – Verde LA – Laranja AZ – Azul VM – Vermelho PP – Púrpura						

Neste último teste, a análise dos seus resultados traz uma informação distinta daquela adquirida através dos testes estatísticos paramétricos, isto é, no caso deste teste não-paramétrico do “U” de Mann-Whitney, a variável “assiste animê” apresenta um nível de significância que indica que essa variável provoca uma alteração na pontuação que os respondentes desta pesquisa apresentaram em relação ao estágio de consciência Amarelo, embora não tenha essa mesma influência significativa sobre o escore referente ao estágio de consciência Verde.

Diante de todo o conjunto de resultados é possível afirmar que a hipótese H(2) foi confirmada. As diferenças existentes entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, em

relação aos estágios de consciência que esses grupos apresentam, decorrem da leitura desse meio de comunicação de massa.

Nesse sentido, ao se considerar todas as variáveis testadas pelo Teste de Análise de Variância, pelo Teste “t” de Student, e também pelo Teste do “U” de Mann-Whitney, a citar, “leitura de mangá”, “gênero”, “assiste animê” e “há quanto tempo assiste animê”, e também atentando ao nível de significância de 5% ($\alpha=0,05$) adotado para esses testes, tem-se um resultado que chamou a atenção.

Diferentemente do que ocorreu nos testes paramétricos, a variável “assiste animê”, que naqueles primeiros testes possuía apenas uma significância marginal, demonstrou possuir uma significância real e uniu-se à variável “leitura de mangá” enquanto estatisticamente significativa no que concerne à pontuação que os respondentes desta pesquisa apresentaram em relação ao estágio de consciência Amarelo.

Enfim, com esse evento em mente, a despeito da variável “assiste animê” não possuir essa mesma influência estatisticamente significativa sobre o escore referente ao estágio de consciência Verde, como ocorre com a variável “leitura de mangá”, que exerce influência sobre a pontuação tanto do estágio Amarelo quanto do Verde, torna-se inegável o seguinte fato:

Reunindo tanto os resultados relativos aos testes paramétricos quanto aqueles referentes aos testes não-paramétricos, tem-se a configuração de um resultado que permite assumir a hipótese H(2) como aceita, embora se deva também considerar a revelação de que as diferenças existentes entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá, em relação aos estágios de consciência que esses grupos apresentam, não decorrem exclusivamente da leitura desse meio de comunicação de massa, também decorrendo

marginalmente do ato de assistir os animês, os quais em sua grande maioria, podem alcançar os jovens brasileiros por meio de sua transmissão tanto pela televisão aberta, quanto pela televisão por assinatura, quanto por sua exibição em cinemas e cineclubes quanto pela aquisição, aluguel ou exibição de exemplares em vídeo digital (DVD).

Assim, em resumo, tem-se que após todas as análises conduzidas neste estudo, a hipótese H(1), que afirma existirem diferenças entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá em relação aos estágios de consciência que esses conjuntos apresentam quando considerados em sua totalidade, está aceita.

Outras hipóteses aceitas são a H(3)(a) e a H(3)(b), segundo as quais, uma vez que o sistema de valores e o modo de vida propagado pelas revistas mangá se aproximam muito daquele que caracteriza o estágio de consciência Azul, os leitores dessas revistas deveriam apresentar predominância percentual desse estágio de consciência entre si, e também maior presença percentual do mesmo em comparação com o grupo dos não-leitores, e também a hipótese H(4), que estabelece que a maioria dos respondentes apresentaria predominância dos estágios de consciência Azul e Verde.

Já no que diz respeito à hipótese H(2), que apresenta as diferenças entre o grupo dos leitores e o grupo dos não-leitores das revistas mangá em relação aos estágios de consciência que esses grupos apresentam como resultado da leitura desse meio de comunicação de massa, tem-se que ela está aceita, mas que se deve atentar ao fato dos testes realizados apresentarem que as diferenças entre esses grupos, em relação aos estágios de consciência apresentados, mostram uma decorrência que não é somente oriunda da leitura dessas revistas, mas também, em menor medida, do ato de assistir os animês.

Finalmente, em relação às hipóteses H(3)(c) e H(3)(d), que expressam expectativas de que o grupo dos leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá apresentem predominância percentual do estágio de consciência Azul e também maior presença percentual desse estágio de consciência, quando considerada a presença dos estágios de consciência do grupo como um todo, em comparação com o grupo dos não-leitores, tem-se que, como os dados aqui analisados e as expectativas registradas nas hipóteses H(3)(c) e H(3)(d) apresentam-se divergentes, elas não estão aceitas.

6. Considerações Finais:

A finalidade deste capítulo é discutir os resultados da pesquisa empírica em confronto com a análise teórica apresentada nos primeiros capítulos e responder, a partir deste estudo, qual é a influência que a leitura regular das revistas mangá exerce sobre seu leitor ? Como essa influência impacta no desenvolvimento dos estágios de consciência humana? Em outras palavras o objetivo desta reflexão é entender o impacto da leitura do mangá nos sistemas de valores, modos de vida, e visões acerca da realidade de seus leitores.

Com esse intuito em mente, este estudo buscou avançar no esclarecimento sobre o quanto e o como esse meio de comunicação de massa está afetando a parcela da juventude brasileira que se dedica regularmente à sua leitura e levantar possibilidades de estudos futuros.

6.1. Enfim, Respostas:

No que concerne à primeira das perguntas que nortearam este estudo, refletindo o que a hipótese H(1) afirmou, obtendo aceitação após a análise relatada no capítulo anterior, tem-se que a resposta alcançada é afirmativa, isto é, a leitura das revistas de histórias em quadrinhos mangá realmente exerce influência distintiva sobre os indivíduos que a lêem, diferenciando-os daqueles que não o fazem.

Nesse sentido, algo que vale ressaltar a respeito dessa resposta é o fato de que ela é uma confirmação do que diz uma numerosa parte das teorias apresentadas neste estudo. Um primeiro exemplo disso é que essa resposta reflete, em grande medida, o que apregoa o conteúdo apresentado acerca da *Cultivation Theory*.

O conteúdo dessa teoria aborda a capacidade de um meio de comunicação de massa influenciar sensivelmente o entendimento que uma pessoa desenvolve em relação àquilo que ela concebe como sendo a realidade, configurando um processo homogeneizador chamado de *mainstreaming*, o qual ocorre quando os diferentes valores, crenças, modo de vida e entendimento da realidade objetiva apresentados pelos indivíduos convergem em direção àquilo que os meios de comunicação de massa veiculam, apregoam e retratam.⁴⁵⁰

Da mesma forma acontece com o conteúdo das teorias que falam sobre os processos de propagação ideológica⁴⁵¹, quando versam sobre as características que um meio de comunicação de massa deve apresentar para ser considerado um instrumento propagador de ideologias, características essas que as revistas de história em quadrinhos mangá apresentam, senão explicitamente, de forma implícita, ou ainda na forma de potenciais já explorados durante determinados períodos da história do Japão, como ocorreu durante os anos que antecederam e sucederam o período da Segunda Guerra Mundial.

Um outro arcabouço teórico que também se alinha com o que está expresso na resposta a essa primeira questão é aquele relativo às teorias psicológicas⁴⁵² quando elas se referem ao papel que as instâncias externas ao indivíduo, como são os casos da família, dos amigos, dos grupos aos quais ele pertence, dos meios de comunicação de massa que ele usufrui e mesmo dos contextos de interação coletiva em que ele se encontra. Todas essas instâncias podem influenciar os mecanismos de formação da identidade dos indivíduos.

⁴⁵⁰ Gerbner e colaboradores (1986), Batista, Cavalheiro, Leite (2008).

⁴⁵¹ Fiorin (1998), Garcia (1984), Eagleton (1991).

⁴⁵² Le Bon, apud Freud (1921), Freud (1921), Goffman (1978), Batista, Cavalheiro, Leite (2008), Harrison (1975), Austin, apud Silva (2000), Butler, apud Silva (2000), Silva (2000).

Também não se pode esquecer do que diz a teoria que apresenta as revistas de histórias em quadrinhos mangá como transmissoras, por excelência, dos saberes narrativos referentes à cultura japonesa, sendo que as narrativas constituintes das revistas mangá acabam por determinar critérios de competência e ilustrar as aplicações desses padrões, definindo o direito de dizer e fazer na cultura japonesa, legitimando-se pelo simples fato de fazer parte dela enquanto transmissora dos mais diversos tipos de saberes. Um exemplo das revistas mangá exercendo esses papéis, conforme anteriormente apresentado, são os casos das narrativas que, em seu contexto ficcional, ensinam processos que vão desde a produção e a degustação de vinho e comidas típicas japonesas, até manuais de produção de equipamentos eletrônicos e de aplicação no mercado de ações.⁴⁵³

Agora que já foi dada uma resposta à primeira pergunta, emerge a segunda questão norteadora deste trabalho. Quão real e marcante é essa influência exercida pelas revistas mangá sobre seus leitores, distinguindo-os dos não-leitores, quando esses grupos são comparados em relação aos estágios de consciência humana e, conseqüentemente, aos respectivos sistemas de valores, modos de vida, e visões acerca da realidade que esses dois conjuntos apresentam ?

Para essa questão, a resposta a ser alcançada não é tão simples e direta como no caso da primeira pergunta, embora ela tenha sido evidenciada nas análises descritas no capítulo anterior. Neste caso da influência das revistas mangá sobre os estágios de consciência que os grupos dos leitores e dos não leitores apresentaram, algumas reflexões se fazem necessárias.

Inicialmente, conforme está explícito nas hipóteses H(3)(a), H(3)(b), H(3)(c) e H(3)(d), haviam expectativas de

⁴⁵³ Lyotard (1989).

que o grupo dos leitores das revistas mangá apresentasse uma predominância destacadamente maior do estágio de consciência Azul em todos os níveis de medida. Essa compreensão se justifica pelo fato de que o sistema de valores e o modo de vida japoneses, propagado pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá, a citar, o Pertencer, a Empatia, a Dependência, o Ocupar a Posição Devida e a Reciprocidade⁴⁵⁴, se aproximam muito daquele que caracteriza o estágio de consciência Azul, a citar, a Disciplina, a Tradição, o Moralismo, a Regulamentação, a Afirmação pela Ordem Social e a Hierarquia. E como se não bastasse isso, o estágio de consciência Azul, ainda é considerado aquele que motivou e serviu de fundamento para a constituição das nações milenares, como é o caso do Japão.⁴⁵⁵

Assim, devido a essas semelhanças entre os valores japoneses e aqueles relativos ao estágio de consciência Azul, se esperava que os membros desse grupo que apresentassem predominância desse estágio de consciência fossem maioria, o que realmente aconteceu. Além disso, também era esperado que os leitores dessas revistas apresentassem um maior número de membros com predominância do estágio de consciência Azul quando comparados com os não-leitores, fato que também ocorreu.

Entretanto, alguns outros resultados tornaram a busca dessa resposta mais complexa. O primeiro desses resultados foi o fato de que, diferentemente à expectativa, o grupo dos leitores não demonstrou predominância desse estágio de consciência ao se considerar a presença dos estágios de consciência do grupo como um todo, tendo ocorrido um empate entre os estágios de consciência Amarelo e Azul como os mais destacados desse grupo.

⁴⁵⁴ Lebra (1976, 1986).

⁴⁵⁵ Idem.

O segundo desses resultados surgiu quando ficou claro que o grupo dos leitores não expressou maior presença do estágio de consciência Azul, considerando a presença dos estágios de consciência deste conjunto como um todo, ao ser comparado com o conjunto dos não-leitores, sendo que o que se viu foi que tanto o grupo dos leitores quanto o dos não-leitores apresentaram igualdade de valores percentuais no que diz respeito à presença desse estágio de consciência sendo que o grupo dos não-leitores ainda demonstrou uma destacada predominância do estágio de consciência Verde.

Aliás, conforme dito anteriormente, ficou evidente que as diferenças significativas existentes entre esses dois grupos mostravam uma disparidade inesperada, onde os leitores das revistas mangá possuem 5% a mais de pontuação no estágio de consciência Amarelo e 5% a menos de pontuação no estágio de consciência Verde em relação aos não-leitores, não havendo outras diferenças numéricas ou percentuais significativas entre esses dois grupos no que concerne aos demais estágios de consciência.

Além disso, um outro evento evidenciado nas análises realizadas no capítulo anterior foi o fato de que, conforme pode ser visto nas análises que orientaram os resultados relativos à hipótese H(2), a leitura das revistas de histórias em quadrinhos mangá não foi o único hábito de fruição de um meio de comunicação de massa que influenciou o aparecimento das diferenças encontradas entre o grupo dos leitores e dos não-leitores dessas revistas em relação aos estágios de consciência que eles apresentaram.

Sobre esse resultado também foi detectada uma influência menor do hábito de se assistir animês, os desenhos animados de origem nipônica. Entretanto, vale destacar que, enquanto todas as análises realizadas mostraram que a leitura das revistas mangá afetava a pontuação referente aos

estágios de consciência Amarelo e Verde, o hábito de assistir animês afetava apenas o estágio de consciência Amarelo.

Desse modo, configuram-se uma série de acontecimentos que perfazem uma resposta afirmativa para a segunda das perguntas que nortearam este estudo, ou seja, a influência exercida pelas revistas mangá sobre seus leitores, distinguindo-os dos não-leitores, é sim tão real e marcante que esses grupos diferem significativamente quando são comparados em relação aos estágios de consciência humana e, conseqüentemente, aos respectivos sistemas de valores, modos de vida, e visões acerca da realidade que esses dois conjuntos apresentam, apenas sendo necessário também atentar ao fato de que embora em menor medida, o hábito de assistir animês, desenhos animados japoneses, também exerce influencia nessa diferença apresentada por esses grupos.

6.2. A partir das Respostas, novas Questões:

Agora, uma vez esclarecidas essas duas questões, durante o processo que gerou essas respostas, uma outra dúvida surgiu: Qual o motivo que levou os leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá a se diferenciarem dos não-leitores dessas revistas não em relação à predominância distinta do estágio de consciência Azul, que se esperava ser o mais destacado entre os leitores das revistas mangá, mas sim em relação à diferença encontrada nos estágios de consciência Amarelo, um dos predominantes entre os leitores das revistas mangá, e Verde, o único que se destacou entre os não-leitores ?

Mais uma vez, dada a complexidade da questão, faz-se necessário empreender reflexões que abordem não apenas as naturezas e as características de tais estágios de consciência, com seus sistemas de valores, modos de vida e

entendimentos do que se considera como realidade, como também o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento daquilo que se apresenta como real, oriundos do Japão e propagados ideologicamente pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá, buscando entender a maneira como esses distintos arcabouços ideológicos interagem.

O estágio de consciência Verde se caracteriza pelas verdades relativas, sendo assim fundamental que todos se expressem, uma vez que não existem certezas universais, e que cada um pode encontrar seu caminho e seus próprios valores. A propósito, o sistema de valores característico desse estágio de consciência conjuga o Igualitarismo, a Autenticidade, a Partilha, o Espírito Comunitário e a Afirmação pelo Consenso. No estágio Verde, os indivíduos assumem uma postura mais comunitária e preocupam-se em criar vínculos, sendo mais sensíveis aos problemas ecológicos e dispostos a trabalhar em rede.⁴⁵⁶

Aliás, sobre esse estágio, vale ressaltar que é devido às suas características comunitárias e sinérgicas que os indivíduos com predominância desse estágio de consciência foram os mais numerosos entre os participantes do levantamento empírico realizado neste estudo, fato que, inclusive foi decisivo na confirmação da hipótese H(4), a qual apontava que a maior parte dos respondentes apresentaria predominância percentual dos estágios de consciência Azul e Verde.

Assim sendo, não se configurou nesse estudo uma surpresa ao se revelar a predominância do estágio de consciência Verde entre os não-leitores. Por outro lado, o que acabou causando surpresa durante o levantamento empírico realizado, conforme dito anteriormente, foi que o estágio predominante entre os leitores não foi o Azul, mas sim os

⁴⁵⁶ Figueiredo (2007).

estágios de consciência Amarelo e Azul igualmente. E uma vez que nesse capítulo já se encontram caracterizados os estágios Verde e Azul, para seguir na busca do melhor entendimento para responder a última questão colocada, resta caracterizar o estágio Amarelo.

O estágio de consciência Amarelo compreende a legitimidade dos demais sistemas de valores, entendendo que todos contribuem para a continuidade da vida. Assim, seu sistema de valores inclui a Flexibilidade, a Espontaneidade, a Funcionalidade, o Conhecimento, a o Relativismo e a Competência, criando um contexto em que esses valores representam seu ideal e seu objetivo de vida. O indivíduo nesse estágio trabalha para criar sistemas que permitam a coexistência de pessoas que se encontrem nos diversos estágios de consciência, de tal forma que ele possa desfrutar com maior liberdade e prazer do melhor que o mundo tem para lhe oferecer.⁴⁵⁷

Ainda com relação aos estágios de consciência Amarelo e Verde, algo que também vale destacar é o fato de que, segundo os fundamentos da Espiral Dinâmica e da Teoria da Emergência Cíclica⁴⁵⁸, que classifica os estágios de consciência em uma escala ascendente de evolução que os apresenta ordenados de acordo com seu nível de complexidade, o estágio Amarelo é posterior ao Verde.

Isso significa que o Amarelo é um estágio de consciência mais avançado que o Verde, sendo que, conforme se pode ver pela definição apresentada nos parágrafos anteriores, esse estágio admite lidar com um maior nível de complexidade, o que, por sua vez, agrega a ele também uma maior capacidade de entendimento e interação com as diferenças expressas

⁴⁵⁷ Figueiredo (2007).

⁴⁵⁸ Beck e Cowan (2000); Graves (2005); Wilber (2005); Figueiredo (2007).

pelos seres humanos e com as mais variadas situações às quais um indivíduo pode ser exposto na atualidade.

Portanto, considerando tudo isso, pode-se dizer que, de acordo com o que apregoam os fundamentos da Espiral Dinâmica e a Teoria da Emergência Cíclica⁴⁵⁹, hábito de leitura das revistas de histórias em quadrinhos mangá em grande medida e, em um menor grau, o hábito de assistir animês, os desenhos animados japoneses, resultam em um processo onde esses meios de comunicação de massa terminam por servir de catalisador para o avanço de um indivíduo na escala dos estágios de consciência que tais teorias apresentam.

Mas como os hábitos de ler as revistas mangá e de assistir os animês resultam em um processo catalisador para a mudança de um estágio de consciência ? E por que essa mudança resulta num avanço e não num retrocesso ?

Para responder a essa nova questão, a qual contém em seu esclarecimento uma parte da resposta à pergunta anterior, ou seja, qual o motivo que levou os leitores das revistas mangá a se distinguirem dos não-leitores não em relação à predominância do estágio de consciência Azul, que se esperava ser o mais destacado nesse primeiro grupo, mas sim em relação à diferença encontrada nos estágios de consciência Amarelo, um dos predominantes entre esse os leitores, e Verde, o único que se destacou entre os não-leitores, se faz necessário compreender quais condições estão envolvidas na mudança de um estágio de consciência para outro.

Conforme estabelecem os fundamentos da Espiral Dinâmica e a Teoria da Emergência Cíclica⁴⁶⁰, são seis as condições para alteração dos estágios de consciência.

⁴⁵⁹ Beck e Cowan (2000); Graves (2005); Wilber (2005); Figueiredo (2007).

⁴⁶⁰ Idem.

Primeiro é necessário que exista no cérebro do indivíduo um determinado potencial neuropsicológico, o qual será ativado para lidar com os novos problemas existenciais que esse indivíduo apresente. Após isso, a pessoa deve resolver os problemas existenciais do estágio em que ela se encontra para que seja liberada a capacidade de lidar com as dinâmicas e as demandas de um novo sistema de valores.⁴⁶¹

Em seguida, deve ser gerada, no universo interno ou externo ao indivíduo, uma dissonância resultante ou dos novos problemas existenciais enfrentados por ele, ou de uma eventual singularidade neuropsicológica, ou de ambas eventualidades. Surgida essa dissonância, deve ocorrer algum tipo de epifania, uma descoberta que lhe revele como ele deve se comportar para lidar com seus novos problemas existenciais.⁴⁶²

Além disso, para que o potencial de alteração avance em seu caminho para se realizar é necessário que eventuais barreiras existentes nos universos interior e exterior ao indivíduo sejam superadas para que as descobertas geradas pela referida epifania possam ser implementadas e, finalmente, deve haver a consolidação dessas condições, de tal forma que o indivíduo possa continuar a sobreviver sob os novos sistema de valores, modo de vida e entendimento da realidade.⁴⁶³

Em outras palavras, primeiramente o indivíduo adquire a capacidade de perceber as eventuais insatisfações e ambições que possui, modificando seu sistema de valores e, em consequência disso, seu entendimento da realidade. A partir desse fato, o indivíduo configura seu modo de vida para avançar no sentido de resolver suas insatisfações. Ao resolvê-las descobre que, diferentemente do que ele

⁴⁶¹ Beck e Cowan (2000); Graves (2005); Wilber (2005); Figueiredo (2007).

⁴⁶² Idem.

⁴⁶³ Ibidem.

esperava, ainda se encontra insatisfeito, pois percebe com maior clareza que possui uma série de ambições em cuja realização poderá, agora que suas demais insatisfações estão resolvidas, investir toda sua capacidade.

Como resultado dessa investidura, o indivíduo descobre o que deve ser feito para realizar suas ambições e passa a tomar o curso de ação que ele acredita que lhe permitirá conquistar seus objetivos, o que o faz novamente configurar seu modo de vida para tal. Uma vez nesse caminho, começa a enfrentar e a superar os obstáculos existentes até que o indivíduo alcance seus objetivos, se refestele neles e, novamente adquira a capacidade de perceber eventuais insatisfações e novas ambições, as quais reiniciam o ciclo.

Considerando esses conceitos, no que concerne à última pergunta colocada, acerca dos motivos que resultam no fato dos hábitos de ler as revistas mangá e de assistir os animês atuarem como catalisadores para a mudança de um estágio de consciência, parece mais provável que o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade propagados por esses meios de comunicação de massa estejam atuando da seguinte forma:

Inicialmente, ao tomar contato com um sistema de valores, um modo de vida e um entendimento da realidade oriundo de um país tão distante do Brasil, quanto é o Japão, os quais são propagados ideologicamente pelas revistas mangá e pelos desenhos animê, existe a possibilidade tanto de se ocorrer a percepção de que o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade que se encontram no Brasil não é mais satisfatório, quanto de se perceber que esses aspectos oriundos da cultura japonesa são preferíveis, quanto ainda que essas ambas percepções se estabeleçam.

Também é possível que um indivíduo que já tenha percebido suas insatisfações e ambições, no sentido de

resolver as primeiras e realizar as segundas, estabeleça o entendimento de que se ele reproduzir o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade apresentado nessas narrativas, imitando a atuação social e individual, e repetindo o curso das ações desenvolvidas pelos heróis dessas narrativas, ele obtenha, ao avançar em seu próprio caminho na busca de seus objetivos e ao enfrentar os obstáculos que porventura surjam nessa caminhada, o mesmo sucesso que, via de regra, alcançam essas personagens na perseguição dos objetivos estabelecidos para elas pelo autor da estória.

A propósito, vale ressaltar que os próprios protagonistas das narrativas apresentadas nesses meios de comunicação de massa favorecem o desenvolvimento dessa percepção por parte dos indivíduos que tem o hábito de ler as revistas mangá e/ou assistir os desenhos animês, uma vez que, conforme foi dito anteriormente, os protagonistas das narrativas apresentadas nessas revistas e nesses desenhos são os heróis de histórias em quadrinhos que mais se aproximam do ser humano comum.

Aliás, essa semelhança com a maior parte das pessoas fica ainda mais evidente quando essas personagens são comparadas àquelas que se notabilizaram nas histórias em quadrinhos e nos desenhos animados ocidentais, sendo inclusive que muitas vezes a única coisa que diferencia o protagonista da estória de uma revista mangá, ou de um desenho animê, da grande maioria dos seres humanos é a manifestação de uma força de vontade ou de um senso de propósito muito elevados.

Assim, tem-se duas possíveis respostas para explicar a primeira das últimas perguntas colocadas, ou seja, como os hábitos de ler as revistas mangá e de assistir os animês resultam em um processo catalisador para a mudança de um estágio de consciência. Agora, com relação à segunda

pergunta colocada, isto é, por que essa mudança resulta num avanço e não num retrocesso, a resposta é a seguinte:

Uma vez que, os fundamentos da Espiral Dinâmica e a Teoria da Emergência Cíclica⁴⁶⁴, estabeleceram as seis condições explicitadas anteriormente como requisitos para a alteração dos estágios de consciência, para que ocorra um retrocesso é necessário ou que sua condição neuropsicológica sofra algum tipo de trauma que faça o indivíduo regredir em seu entendimento da realidade, ou que as condições ambientais mudem drasticamente, de tal forma que um indivíduo deixe de contar com a satisfação determinadas demandas em seu modo de vida, ou que as conquistas que ele obteve no decorrer de sua vida lhe sejam retiradas ou destruídas, de tal forma que seu modo de vida se altere em consequência disso, ou que eventos tão, ou mais, drásticos do que esses lhe aconteçam ao mesmo tempo, de tal forma que todo seu sistema de valores seja posto em contraponto à sua necessidade de sobrevivência.

Assim sendo, e levando em consideração que tanto o hábito de leitura das revistas de histórias em quadrinhos mangá, quanto o hábito de assistir os desenhos animados, exceto em casos patológicos, não se caracterizam por possuir o potencial de gerar eventos de tamanha capacidade destrutiva no que concerne à vida de um indivíduo, pode-se dizer que, são mínimas as possibilidades desses hábitos gerarem retrocesso entre os estágios de consciência, fato que responde à segunda das últimas perguntas colocadas.

Esclarecido então o modo como os hábitos de ler as revistas mangá e de assistir os animados podem resultar em um processo catalisador que leva à mudança do estágio de consciência apresentado por seus leitores e espectadores, no que concerne à última pergunta que permanece sem uma

⁴⁶⁴ Beck e Cowan (2000); Graves (2005); Wilber (2005); Figueiredo (2007).

resposta estruturada, ou seja, qual o motivo que levou os leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá a se diferenciarem dos não-leitores dessas revistas não em relação à predominância distinta do estágio de consciência Azul, que se esperava ser o mais destacado entre os leitores das revistas mangá, mas sim em relação à diferença encontrada entre os estágios de consciência Amarelo, um dos predominantes entre os leitores das revistas mangá, e Verde, o único que se destacou entre os não-leitores, pode se dizer o seguinte:

De acordo com os fundamentos da Espiral Dinâmica e a Teoria da Emergência Cíclica⁴⁶⁵, tem-se que o motivo que levou os leitores das revistas de histórias em quadrinhos mangá a se diferenciarem dos não-leitores foram exatamente as interações ocorridas entre o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade apresentado pela maioria dos respondentes, ou seja, aqueles característicos dos estágios de consciência Verde e Azul, com o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade que são propagados por meio das revistas de histórias em quadrinhos mangá e pelos desenhos animês, os quais se assemelham muito àqueles que identificam o estágio de consciência Azul.

Assim, se apresenta aqui o fato de que, ao que tudo que este trabalho se dedicou a estudar indica, são essas interações as responsáveis por disparar nos leitores das revistas mangá os processos que resultam na mudança do estágio de consciência que predomina nos membros desse grupo, o que termina por ocasionar a ascensão desses indivíduos na escala da Dinâmica da Espiral, avançando do estágio de consciência Verde para o Amarelo.

⁴⁶⁵ Beck e Cowan (2000); Graves (2005); Wilber (2005); Figueiredo (2007).

6.3. Estudos Futuros:

Não é possível, a partir unicamente do trabalho aqui realizado, se apresentar neste momento uma resposta categórica acerca de como ocorrem as interações entre o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade apresentado pela maioria dos respondentes, com o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade que são propagados por meio das revistas de histórias em quadrinhos mangá e pelos desenhos animês, abordando-as a partir das unidades elementares que formam os sistemas de valores, os modos de vida e os entendimentos da realidade que participam desse processo e, por conseqüência, do resultado distintivo do mesmo em relação aos leitores das revistas mangá e seus não-leitores no que concerne aos estágios de consciência apresentados por eles.

Da mesma forma, esse estudo também não foi programado para responder se o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento acerca da realidade característicos da cultura japonesa, e que são propagados pelas revistas de histórias em quadrinhos mangá e os desenhos animados animês são recebidos, percebidos, apreendidos, assimilados e reproduzidos pelos leitores brasileiros das revistas mangá com uma compreensão similar àquela que eles possuem em seu arcabouço sócio-cultural original.

Assim, apenas a partir dessas duas limitações, já surgem, pelo menos, mais duas oportunidades de estudo, uma que dê conta de responder acerca das interações entre as unidades elementares do arcabouço ideológico propagado pelas revistas mangá e pelos desenhos animê em relação ao arcabouço ideológico característicos dos estágios de consciência, e outra que se dedique a verificar e entender quais as maneiras como o sistema de valores, o modo de vida e o entendimento da realidade que as revistas mangá

propagam são recebidos, percebidos, apreendidos, assimilados e reproduzidos pelos leitores brasileiros.

Aliás, vale ressaltar que essa abordagem pode ainda ser expandida para esclarecer também de que formas o arcabouço ideológico propagado por essas revistas atua sobre os leitores cuja origem remonta às mais diversas culturas com as quais esse meio de comunicação de massa se envolveu e mantém contato, expondo inclusive se ocorrem diferenças na forma como esses eventos se dão nesses variados contextos sócio-culturais.

Outra oportunidade de pesquisa que se abre a partir desse trabalho é a realização desse mesmo estudo utilizando para tal não apenas amostras mais amplas e mais diversificadas da população brasileira, mas também um controle mais elaborado e diferenciado não somente em relação à frequência de leitura e há quanto tempo o indivíduo possui o hábito de ler as revistas de histórias em quadrinhos mangá, quanto no que concerne aos aspectos e aos hábitos de fruição da cultura japonesa que eventualmente os elementos dessas amostras possuam.

Além disso, assim como aconteceu com um dos trabalhos que serviu de base a este estudo⁴⁶⁶, essa pesquisa pode abrir alguns caminhos teóricos e metodológicos para que se desenvolvam estudos que busquem responder questões semelhantes às colocadas nessa pesquisa, utilizando como objeto de estudo outras formas de entretenimento presentes em nosso cotidiano que possuam um arcabouço ideológico semelhante ao das revistas mangá.

Algumas possibilidades desse tipo são a realização de pesquisas que estudem as influências exercidas pelos já citados animês, e também pelos videogames, veículos de comunicação de massa que possuem um imenso, e ainda não

⁴⁶⁶ Cavalheiro (2005).

estudado, potencial de propagação ideológica, o qual decorre do fato da interação entre o emissor e o receptor do conteúdo ideológico tornar possível a colocação dos indivíduos para vivenciarem o papel dos heróis de suas narrativas, e manifestarem os arcaísmos ideológicos dessas personagens em seus comportamentos, suas falas e suas atitudes.

Aliás, sobre esse fato, vale ressaltar que um estudo acerca desse meio de comunicação poderia levar a esclarecimentos sobre a forma como veículos interativos de comunicação podem exercer influência sobre aqueles que com eles travam contato, abordando também capacidade comunicativa e difusora de ideologias que os mesmos podem adquirir em um futuro cada vez mais próximo.

6.4. Comentário Final:

Conforme dito na introdução deste estudo, seu objetivo era responder empiricamente se, conforme numerosas teorias acerca dos efeitos dos meios de comunicação de massa afirmam ser possível, as revistas de histórias em quadrinhos mangá exercem alguma influência sobre seus leitores de tal forma que eles se diferenciem daqueles que não as lêem.

Sendo essa resposta positiva, essa pesquisa se propôs a estudar como esses grupos se diferenciam, e também a maneira como essa influência acontece, levando em consideração que esse meio de comunicação de massa propaga ideologicamente todo um sistema de valores, um modo de vida e um entendimento da realidade que são originários e característicos da cultura japonesa. Além disso, buscou-se também entender qual a dinâmica envolvida no fato dessa influência acabar diferenciando os leitores e os não-leitores das revistas mangá.

A partir dessas propostas, esse estudo pode responder que sim, as revistas de histórias em quadrinhos mangá são

um meio de comunicação de massa que afeta seus leitores, exercendo sobre eles influências que os distinguem dos não-leitores. Também pode descrever as diferenças que se manifestam na comparação desses grupos e esclarecer em que elas resultam, sendo capaz de relacionar uma série de explicações possíveis para descrever a dinâmica processual por meio da qual a influência das revistas mangá ocorre.

Atuando dessa maneira, esse trabalho evidencia os seguintes fatos: Uma vez que esses meios de comunicação de massa possuem a capacidade de influenciar todo o arcabouço ideológico formado pelas instâncias individuais que os fundamentos da Espiral Dinâmica e a Teoria da Emergência Cíclica denominam estágios de consciência, os quais são conjuntos específicos de sistemas de valores, modos de vida e entendimentos da realidade, e que cada vez mais pessoas desenvolvem um contato mais frequente e intenso com esses veículos, ganha vital importância avançar na compreensão das naturezas e das dinâmicas envolvidas nesses processos influenciadores pois, afetando indivíduos, eles também alteram a forma como se organiza a vida nos mais diversos contextos sócio-culturais, podendo inclusive mediar as interações que os diferentes povos que formam a humanidade desenvolvem.

Enfim, para este pesquisador, o que ficou realmente claro a partir desse estudo foi que a pesquisa acerca da influência das revistas em quadrinhos mangá sobre seus leitores não termina aqui, uma vez que a partir das respostas alcançadas por esse estudo, muitas outras questões podem emergir.

Assim sendo, caberá aos trabalhos que seguirem o caminho aberto por este estudo, revelá-las e respondê-las, permitindo que, assim como ocorrem com os movimentos ascendentes preconizados pela Dinâmica da Espiral e pela Teoria da Emergência Cíclica, novos ciclos se iniciem, permitindo também que, a partir de cada um deles, também se eleve o nível de esclarecimento e de complexidade dos entendimentos apresentados pelos estudos acerca dos efeitos dos meios de comunicação de massa sobre os indivíduos.

➤ **BIBLIOGRAFIA**

- BENEDICT, R. *O crisântemo e a espada*. São Paulo, Perspectiva, 1972.
- BRYANT, J., ZILLMANN, D. *Perspectives on media effects*. Hillsdale, N.J.. L. Erlbaum Associates, 1986.
- CATANIA, A.C. *Aprendizagem: Comportamento, Linguagem e Cognição*. Artmed, 1998.
- CAVALHEIRO, R.F. *Propaganda Ideológica em Mangá – Uma Ferramenta para a Manutenção do Modo de vida Japonês Através da Afirmação dos Valores da sociedade Nipônica*. Trabalho de Conclusão de Curso, ECA-USP, São Paulo, 2005.
- COHN, G.. *Sociologia da comunicação. Teoria e ideologia*. São Paulo, Pioneira, 1973.
- EAGLETON, T. *Ideologia*. São Paulo, Boitempo, 1991.
- EAGLY, A.H., CHAIKEN, S.. *The Psychology of Attitudes*. HBJ, 1993.
- ESCOSTEGUY A.C. e JACKS, N.. *Comunicação e Recepção*. São Paulo, Hacker Editores, 2005.
- FIGUEIREDO, M.A.C. *Dinâmica da espiral (Graves, Cowan e Beck): Estudo exploratório em uma amostra de profissionais brasileiros adultos*. Dissertação de Mestrado, IP-USP, São Paulo, 2007.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo, Ática, 1998.
- GARCIA, N.J. *O que é Propaganda Ideológica*. São Paulo, Brasiliense, 1994
- GARCIA, N.J. *Estado Novo. Ideologia e propaganda política*. São Paulo, Loyola, 1982.
- GOFFMAN, E. *Estigma*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 1978.
- HARRISON, A.A. *Psicologia como Ciência Social*. Cultrix, 1975.
- HENDRIE, J. *Understanding Japanese Society*. Londres/Nova York, Routledge, 1992.

- KOTLER, P.. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo, Atlas, 1998.
- KOYRÉ, A. *Estudos de História do Pensamento Científico*. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1982.
- LEBRA, T.S.. *Japanese Patterns of Behavior*. Honolulu, University Press of Hawaii, 1976.
- LEBRA, T.S.. *Japanese Culture and Behavior : Selected Readings*. Honolulu, University Press of Hawaii, 1986
- LÉVY, P. O que é o virtual ? Rio de Janeiro, 34, 1996
- LOWERY, S., DEFLEUR, M.L. *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. Longman Publishing Group, 1983.
- LUYTEN, S.M.B. *Mangá: O poder dos quadrinhos japoneses*. São Paulo, Hedra, 2000.
- LYOTARD, J.F.. *A Condição Pós-Moderna*. Lisboa, Gradiva, 1989.
- MOURA, A.S.. *Utopias e Formações Sociais*. Pernambuco, Massangana, 1994.
- MOYA, A. *História das Histórias em Quadrinhos*. São Paulo, Brasiliense, 1994.
- NEOTTI, C.. *Comunicação e ideologia*. São Paulo, Loyola, 1980.
- RODRIGUES, A. *Psicologia Social*. Editora Vozes, 1975.
- SATO, C.A.. *JAPOPOP: O Poder da Cultura Pop Japonesa*. São Paulo, NSP-Hakkosha, 2007.
- SCHODT, F.L.. *Mangá! Mangá! The world of japanese comics*. Tóquio/Nova York, Kodansha Intern., 1983.
- SCHODT, F. L.. *Dreamland Japan: Writings on modern manga*, Berkeley, Stone Bridge Press, 1996.
- SMITH, R.J.. *Japanese Society: tradition, self and the social order*. Cambridge, Cambridge University Press, 1983.
- STERNBERG, R. *Psicologia Cognitiva*. Artmed, 2000.

TASSARA, E.T.O. *Conhecimento e Poder: A Criação Científica à Luz de Relações Entre Lógica, Linguagem e Pensamento*. São Paulo, 2003.

WOLF, M. *Los Efectos Sociales de Los Media*. Barcelona, Ediciones Pideas, 1994

- Artigos de Livros e Periódicos

- ALLEN K., INGULSRUD, J.E.. Manga literacy: Popular culture and the reading habits of Japanese college students. In *Journal of Adolescent and Adult Literacy*, V 46(8), Maio, 2003.
- ALVES, José Moysés. "Histórias em Quadrinhos e Educação Infantil". In *Psicologia, Ciência e Profissão*, 2001.
- AREAL, N.M.P.B.C.; ARMADA, M.J.R.. Testes Paramétricos e Não-Paramétricos de Reversão para a Média da Rendibilidade de Índices do Mercado Accionista. In. *Revista de Administração Contemporânea*, Vol.3 (2), 1999.
- BATISTA, L.L.; CAVALHEIRO, R.F.; LEITE, F.; Mídia e Referências: Um Estudo sobre Interações e Efeitos. In. *Ciências & Cognição*, Vol 13 (3), 2008.
- BOUISSOU, J.M.. Pourquoi lê manga est-il devenu un produit culturel global ?. In. *Esprit*, Julho, 2008.
- COSTA C.F.; Definindo consciência. In. *Revista Princípios*, vol. 13, (19-20), 2006.
- ENTMAN, R.. Framing: Towards clarification of a fractured Paradigm. *Journal of Communication*, vol 43, 51-58, 1993.
- FREUD S. "Além do Principio do Prazer, Psicologia de Grupo e Outros Trabalhos. In.: *Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. Vol XXI. Rio de Janeiro, Imago, 1974.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M., & SIGNORELLI, N., Living with television: The dynamics of the cultivation process. In BRYANT J. & ZILLMANN D. *Perspectives on media effects*. Mahwah, Erlbaum, 1986.
- HOORN, J. F., KONIJIN, E. A. Perceiving and experiencing fictional characters: An integrative account. In *Japanese Psychological Research*, v 45(4), 2003.
- HUESMANN, L.R., MOISE-TITUS, J., PODOLSKI, C., ERON, L.D.. Longitudinal Relations Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behavior in

Young Adulthood: 1977–1992. In. *Developmental Psychology*, Vol. 39, No. 2, 2003.

KEHL M. R. “As Máquinas Falantes”. In NOVAES, A. (org.). *O Homem Máquina. A Ciência Manipula o Corpo*. São Paulo, Companhia das Letras, 2003.

KASPERSON, R.E.. The social amplification of risk: progress in developing an integrative framework. in: KRIMSKY S. & GOLDING D., *Social theories of risk*.. Westport, Praga, 1992.

LACAN, J. O estágio do espelho como constitutivo da função do eu. In *Escritos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1998.

MANDEL, N., JOHNSON, E.J.. When Web pages influence choice: Effects of visual prime on experts and novices. In. *Journal of Consumer Research*, v. 29, 2002.

MCCOMBS, M.E., SHAW, D.L.. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36 No. 2, 1972

MCLEOD, J. M., SHAH, D. V., YOON, S. H. Communication, Context and Community – An Exploration of Print, Broadcast and Internet Influences. In *Communication Research*, v. 21(4), Ago. 2001.

“Ninja das Rolhas”. In. *O Estado de São Paulo*, 30 de Outubro de 2008.

ROUNER, D., SLATTER, M. D. Entertainment-Education and Elaboration Likelihood: Understanding The Processing of Narrative Persuasion. In. *Communication Theory*, v 12(2), 2002.

SAITO, S. Television and the Cultivation of Gender-Role Attitudes in Japan: Does Television Contribute to the Maintenance of the Status Quo ? In. *Journal of Communication*. v. 57, 2007.

SCHRUM, L.J. The Implications of Survey Method for Measuring Cultivation Effects. In. *Human Communication Research*. v. 33, 2007

SHERRY, J. L. Media Saturation and Entertainment-Education. In *Communication Theory*, v 12(2), 2002.

SILVA, T. T. "A Produção Social da Identidade e da Diferença". In: *Identidade e Diferença. A Perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis, Vozes, 2000.

VALKENBURG, P., SEMETKO, H & DE VREESE, C.. The Effects of News Frames on Readers Thoughts and Recall. In. *Communication Research*, vol. 26, No. 5, 1999.

WOJCIESZAK, M.. "Mainstream Critique, Critical Mainstream, and New Media: Reconciliation of "Administrative" and "Critical" Approaches of Media Effects Studies"; Artigo apresentado no encontro anual da Associação Internacional da Comunicação, Dresden, 2006.

ANEXO 1

Instituto de Psicologia – USP

Pesquisa de Levantamento de Dados

Caros(as) participantes,

Eu, Renato de Faria Cavalheiro, mestrando em Psicologia Social pelo Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, estou realizando uma pesquisa que envolve informações a respeito de valores pessoais e níveis de consciência humana.

O trabalho que ora se realiza busca conhecer a escala de valores na qual um determinado grupo de pessoas atua em seu dia a dia.

Está garantido todo o direito à confidencialidade, de tal forma que todas as suas respostas são mantidas em absoluto sigilo e que os resultados são apresentados de uma tal maneira que as pessoas que responderam aos questionários não sejam identificadas. A análise final deste levantamento será utilizada em tese e publicada assim que a mesma for concluída. Caso você tenha interesse em conhecê-la, será um prazer lhe deixar a par dos resultados completos desse estudo.

Pedimos que leia atentamente cada questão e procure respondê-la da forma mais precisa possível. Muito obrigado por sua cooperação.

De acordo (rubrica) _____

Data ____/____/____

➤ ANEXO 2

Cabeçalho sócio-demográfico e o psicossocial.

Responda as questões abaixo. Nas questões de múltipla escolha, **sublinhe** apenas o código de uma das alternativas para cada questão.

1- Data de Nascimento: _____

2 - Gênero:

2.1 - Masculino

2.2 - Feminino

3- Japonês ou Descendente de Japoneses (Nikkei):

3.1 - Sim, issei.

3.2 - Sim, nissei.

3.3 - Sim, sansei.

3.4 - Sim, yonsei.

3.5 - Sim, outro.

3.6 - Não

4- Você lê *Mangás* (Revistas em Quadrinhos de origem japonesa):

4.1 - Sim

4.2 - Não

5- Se você lê *Mangás*, desde quando você lê ? _____

6- Quantos *Mangás* você lê por Semana ? _____

7- Você assiste *Animês* (Desenhos Animados de origem japonesa):

7.1 - Sim

7.2 - Não

8- Se você assiste *Animês*, desde quando você assiste ? _____

9- Quantos *Animês* você assiste por Semana ? _____

10- Você pratica Artes Marciais:

10.1 - Sim

10.2 - Não

11- Se você pratica Artes Marciais, desde quando você pratica ? _____

12- Quantos treinos de Artes Marciais você frequenta por Semana ? _____

13 - Você frequenta alguma religião oriental (Budismo, Xintoísmo Taoísmo) ?

13.1 - Sim

13.2 - Não

14- Se você frequenta de religiões orientais, desde quando você frequenta ? _____

15- Quantos eventos dessas religiões você frequenta por Semana ? _____

16- Você possui algum outro envolvimento com a cultura japonesa:

16.1 - Sim

16.2 - Não

17- Se você possui, desde quando você possui ? _____

18- Quantos eventos culturais japoneses você frequenta por Semana ? _____

19 - Estado Civil:

19.1 - Solteiro(a)

19.2 - Casado (a)

19.3 - Vive com companheiro(a)

19.4 - Separado(a) ou divorciado(a)

19.5 - Outros

20 - Escolaridade:

20.1 - Até 2° Grau Incompleto

20.2 - 2° Grau Completo

20.3 - 3° Grau Incompleto

20.4 - 3° Grau Completo

21 - Profissão (especifique):

22 - Renda Familiar Mensal:

22.1 - Até RS 1.000,00

22.2 - De RS 1.001,00 a R\$ 3.000,00

22.3 - De RS 3.001,00 a RS 5.000,00

22.4 - De RS 5.001,00 a RS 8.000,00

22.5 - mais de RS 8.000,00

➤ ANEXO 3

Questionário

Responda as questões abaixo, de modo que cada uma totalize 12 pontos.

Para este fim, você pode distribuir entre as seis alternativas de opção, de 0 a 12 pontos, conforme seu sistema de valoração (o que considera mais ou menos significativo; mais ou menos importante).

1. As pessoas que me conhecem melhor, diriam que sou uma pessoa:

- () autônoma e que segue freqüentemente minhas próprias regras;
- () responsável e estável e que tem convicções, crenças e princípios sólidos;
- () cuidadosa, preocupada com a segurança, muito leal à família, grupo, partilha;
- () rebelde, que gosta de pensar por conta própria;
- () ambiciosa, interessada em progredir e que possui iniciativa, coragem e metas bem definidas.
- () aberta, autêntica, sensível e orientada para os outros.

2. Gostaria de ter um emprego, trabalho, carreira que ofereça:

- () muita segurança e na qual possa trabalhar com pessoas parecidas comigo;
- () muita ação, além de oportunidades de ganhar bastante dinheiro rapidamente;
- () grande estabilidade, tarefas bem organizadas e recompensas por lealdade e confiança;
- () muitas oportunidades de progresso e no qual as recompensas estejam baseadas no desempenho e mérito;
- () muita atenção para as necessidades das pessoas e os relacionamentos que elas mantêm entre si;
- () liberdade para que possa fazer aquilo que me interessa usando meus próprios padrões;

3. Sou mais facilmente liderado quando:

- () tenho controle sobre as minhas atividades, bem como desafios que me estimulem a dar o melhor de mim;
- () estou num sistema de liderança que tenha regras bem estabelecidas, justas e consistentes;
- () tenho um líder que saiba mostrar autoridade, bem como demonstrar interesse pessoal por mim;
- () estou numa atmosfera de trabalho que tente responder às necessidades e aos sentimentos dos participantes;
- () tenho acesso às informações que preciso e liberdade para fazer as coisas a minha maneira;
- () tenho um líder autoritário, mas que não perturbe e nem fique me monitorando.

4. Prefiro trabalhar numa instituição que:

- () seja organizada, consistente e aprecie lealdade e dedicação;
- () respeite, mostre e aceite particularidades individuais;
- () pague bem, ofereça ação e aventura e me deixe em paz;
- () considere as necessidades, sentimentos e bem estar tanto dos funcionários como dos clientes;
- () crie um ambiente de trabalho seguro e protetor;
- () Proporcione caminhos e incentivos para progredir na escala hierárquica.

5. O Brasil funciona melhor quando nós, os brasileiros:

- () procuramos estar a par das necessidades de todos os habitantes do país e colocamos o bem estar deles a frente de qualquer outra prioridade;
- () desenvolvemos nossos potenciais como nação enfrentando os nossos problemas de frente e reforçando nossas vantagens competitivas;
- () somos protegidos por líderes fortes que saibam dar esperanças e cuidar das nossas necessidades durante tempos difíceis;
- () sabemos defender nossos direitos e sabemos que vamos conseguir o que nós queremos e quando quisermos;
- () sabemos defender os nossos princípios básicos e procuramos viver de uma forma decente, justa, dentro da lei e da ordem;
- () entendermos o nosso lugar dentro da comunidade global.

6. Leis, regras e regulamentos são:

- () Necessários, mas só se pode progredir se não os levamos muito a sério.
- () Absolutamente essenciais que sejam mantidas a estabilidade, a disciplina e a ordem.
- () Instrumentos para proteger os interesses de pessoas e grupos.
- () Roteiros funcionais que deveriam encorajar a responsabilidade pessoal.
- () Instrumentos para proteger pessoas com problemas, além de indicar o que é esperado de nós.
- () Úteis, se beneficiarem igualmente a todos e forem executadas com humanidade.

7. A melhor maneira de enfrentar as dificuldades da vida é:

- () Procurar unir-me a pessoas e/ou grupos que possam cuidar de mim;
- () Ser forte o bastante para saber cuidar de mim próprio(a) e, então, conseguir o que quero;
- () Procurar seguir/fazer aquilo que eu acredito e que eu considero correto;
- () Aprender a lidar com o mundo para aproveitar o que a vida tem de melhor;
- () Procurar a paz interior tanto para mim, quanto para as outras pessoas;
- () Tentar evitar seguir compulsivamente regras e regulamentos muito rígidos.

8. As pessoas encaram a vida de diferentes formas. Eu acho que a vida é...

- () Uma experiência interessante através da qual uma pessoa tenta compreender o que significa ser um “ser humano” e interessa-se pelas condições das outras pessoas;
- () Algo misterioso e ameaçador, mas que pode ser agradável;
- () Uma totalidade na qual o ser humano, a natureza e aquilo que acontece com o “ser humano” e a “natureza” estão relacionados;
- () Uma selva onde quem sobrevive e quem manda é sempre o mais forte;
- () Repleta de oportunidades para aqueles que sabem aproveitá-las para progredir e viver com mais qualidade;
- () Controlada por um conjunto de forças básicas e de leis que indicam qual a melhor maneira de agir.

9. Para mim, o dinheiro é importante porque...

- () Serve para pagar as necessidades básicas, tais como alimentação e moradia;
- () Permite que eu possa comprar uma série de coisas e isso faz com que eu me sinta melhor;
- () Pode me proporcionar tanto um padrão de vida decente hoje, quanto maior segurança no futuro;
- () Pode me proporcionar a liberdade para ser o que eu quiser, para ser e fazer o que eu achar interessante;
- () E um meio através do qual eu posso suprir as minhas necessidades pessoais bem como das pessoas que são importantes para mim;
- () Demonstra para mim mesmo, que sou uma pessoa bem-sucedida.

10. Tomo decisões com base...

- () No impacto que estas decisões poderão ter no bem-estar coletivo da sociedade;
- () Naquilo que considero correto e que seja consistente com o os padrões das pessoas e grupos que são importantes para mim;
- () Nos resultados que posso obter a curto prazo, sem dar oportunidades para que outras pessoas possam obter vantagens e tomar essas decisões antes de mim;
- () Nos resultados que poderiam obter em termos de ganhos materiais ou reconhecimento pessoal;
- () Nos sinais e nos avisos que recebo;
- () Nos efeitos que estas decisões podem ter sobre o planeta como um todo e sobre o direito de todos os seres vivos continuarem vivos.