

A GALÁXIA DE ANIME

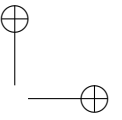
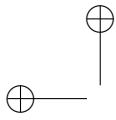
A ANIMAÇÃO JAPONESA COMO NEW MEDIA



Universidade da Beira Interior
Covilhã, Portugal
LabCom
2012

HERLANDER ELIAS



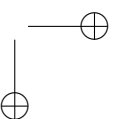
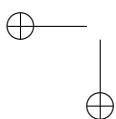


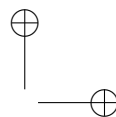
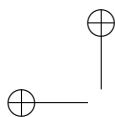
Herlander Elias

A Galáxia de Anime

A Animação Japonesa como New Media

Livros LabCom 2012

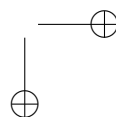
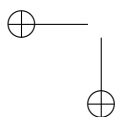




Livros LabCom
www.livroslabcom.ubi.pt
Série: Estudos em Comunicação
Direcção: António Fidalgo
Design da Capa: Herlander Elias
Paginação: Filomena Matos
Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom 2012

ISBN: 978-989-654-088-3

Título: A Galáxia de Anime: A Animação Japonesa como New Media
Autor: Herlander Elias [<http://www.herlanderelias.net>]
Ano: 2012



Índice

RESUMO & PALAVRAS-CHAVE	3
INTRODUÇÃO	5
Objectivos	15
Metodologias de Investigação	17
Materiais	18
As Obras Mais Importantes	19
Hipóteses de Pesquisa	26
Resultados Esperados	26
Enquadramento Teórico	27
Autores e Conceitos	27
Temas	39
Abordagens Comuns	42
1 DO LITERÁRIO AO CINEMÁTICO	45
1.1 A BANDA DESENHADA MANGA	52
1.1.1 A Origem	52
1.1.2 O Estilo Visual	58
1.1.3 O Leitor de Manga	62
1.2 O FILME DE ANIME	66
1.2.1 História da Anime	66
1.2.2 Estética e Técnica	71
1.2.3 Os Espectadores de Anime	77
1.3 MANGA DIGITAL	85
1.3.1 Participação, Subjectividade e Transporte	85

1.3.2	Digital Graphic Novel: A Convergência de Manga e Anime	88
1.4	VIDEOJOGOS DE ANIME	92
1.4.1	O Prolongamento	92
1.4.2	O Público do Controlo	107
1.4.3	A Simbiose Videojogo-Filme	109
1.5	PUBLICIDADE E VIDEOCLIPS	114
1.5.1	Anúncios em Reconfiguração	114
1.5.2	Anime Music Video e MTV Asia	117
2	AS TEMÁTICAS PADRÃO	123
2.1	O GÉNERO MECHA	127
2.1.1	Gigantismo	129
2.1.2	A Fortaleza Voadora	134
2.1.3	Robôs Guerreiros	137
2.1.4	O Robô Pilotado	141
2.1.5	A Ascensão Das Máquinas	146
2.1.6	O Amigo Robótico	149
2.1.7	A Ciborguização Militar	151
2.2	LUGARES EM TRANSFORMAÇÃO	153
2.2.1	Civilizações Pós-Humanas	155
2.2.2	Distopia e Totalitarismo	158
2.2.3	A Catástrofe em Repetição	161
2.2.4	Metatopias	168
2.2.5	O Futuro é Blade-Runnerizado	170
3	O CONTEXTO HISTÓRICO	175
3.1	PRÉ-MODERNIDADE	177
3.1.1	Karakuri – Os Autómatos Antigos	177
3.1.2	A Religião Shinto	181
3.1.3	A Reforma Meiji	183
3.2	MODERNIDADE	186
3.2.1	O Projecto	186
3.2.2	Ocidente Vs Oriente	188
3.2.3	Pós-Guerra: O Choque do Futuro	194
3.3	CONTEMPORANEIDADE	198

3.3.1	A Pós-História	198
3.3.2	O Renascimento Asiático	201
3.3.3	A Japonização	206
4	A GALÁXIA DE ANIME	211
4.1	IMAGENS GLOBAIS	214
4.1.1	A Animação é um Novo Meio	214
4.1.2	Mighty Atom, Astro Boy e a Kokusaika	220
4.1.3	Imagem-Brinquedo: A Transição	224
4.2	AS FIGURAS KAWAII	229
4.2.1	O Ícone Bonito	229
4.2.2	As Mascotes Sinistras e o Vale Inquietante	233
4.2.3	Uma Indústria Cultural Avançada	238
4.3	A ROBOTÓPIA	242
4.3.1	A Imagem do Futuro é Robótica	242
4.3.2	O Robô é Information Media	245
4.3.3	A Interface de Media Subjectiva	249
	CONCLUSÃO	255
	ANEXOS	263
	GLOSSÁRIOS	263
	Japonês	263
	Técnico	267
	Geral	271
	Lista de Acrónimos	273
	ENTREVISTAS	275
	Hiroshi Yoshioka	276
	Takahiro Hayakawa	278
	ANÁLISE DESCRITIVA	279
	Anúncios de Publicidade	279
	Videoclips Amadores – Anime Music Video	288
	BIBLIOGRAFIA	297
	Livros	297
	Capítulos de Livros	308

Revistas / Artigos	314
Banda Desenhada (Comics e Manga)	316
Documentos On-line	318
Sítios Web	322

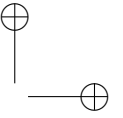
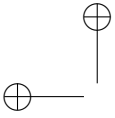
FILMOGRAFIA 329

Cinema de Ficção	329
Animação (Cartoons e Anime)	335
Filme Documentário	342

VIDEOGRAFIA 345

Videojogos	345
Videoclips – Anime Music Video	358
Amadores	358
Profissionais (Singles e Colectâneas)	360
Spots de Publicidade	361
Idents	362

Lista de Agradecimentos 363

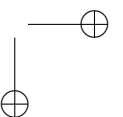
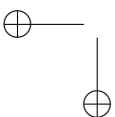


“While robotics and anime have originated in very different ways, as both advance they are forming a unique and multi-faceted symbiosis”.

Matthews (2003-2004)

“The ‘Western’ is no longer our exclusive domain, except in the region of its origins. It now represents a condition of universal aspiration”.

Koolhaas & Mau (1995)





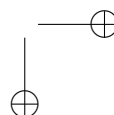
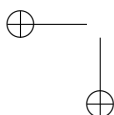


RESUMO & PALAVRAS-CHAVE

O carácter ubíquo das tecnologias digitais teve como consequência a globalização e a partilha de conteúdos movidos pelo interesse comum. Hoje é difícil pensar em Internet sem globalização e um “computador” é já sinónimo de “Rede”. Nas duas décadas passadas não era assim. Neste contexto, culturas gráficas e ciberculturas têm partilhado sinergias. A Internet tornou-se um centro de partilha, participação, utilização e consumo de conteúdos relacionados com os gostos dos seus utilizadores. O mesmo sucede na banda desenhada e na animação japonesas, anteriormente menos acessíveis, e que agora pela Rede se disseminam, contagiando novos públicos. Além disso, o presente quadro tecnológico vem trazer novidades que alteram o modo de produção e consumo das obras de animação em especial, porque grande parte dos consumidores possui telemóvel, computador, acesso “on-line”, conhece pelo menos alguns videojogos e aprimora as suas competências técnicas em software.

A cultura tornou-se, ao nível popular, um ambiente constante de inovação. O país que exporta animações anime é o Japão, uma força industrial inquestionável. Através dos novos meios, como plataformas de media portáteis, os videojogos, o filme digital ou os anúncios disponibilizados “on-line”, o público participa e consome cultura japonesa. As obras de animação levam consumidores a conhecer o seu antecessor ainda bem-sucedido, a banda desenhada. Da publicidade aos “videoclips”, passando por novos formatos em digital, o público depara-se com novas formas de exposição narrativa, que oscilam entre o literário e o cinemático.

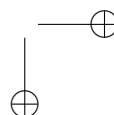
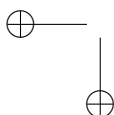
Um conjunto de temas é detectado como padrão nas imagens de anime e no videojogo, sendo este último um formato de prolongamento da animação





e de simbiose com o cinema de efeitos especiais. Os lugares apresentados nas imagens encontram-se sempre em transformação, como o Japão real dos últimos 150 anos. Após a pré-modernidade e o feudalismo, a participação na Segunda Guerra Mundial, a marca do Japão contemporâneo continua a ser a tecnologia. “A Galáxia de Anime” é o retrato explicado da animação enquanto novo meio de comunicação, a “radiografia” de uma imagem global que nos parece acelerada, bonita, sinistra e inquietante. Tudo isto é fruto de uma proficiente indústria cultural constituída por pessoas que acreditam que os robôs dominaram a realidade futura, enquanto extensão lógica do computador inteligente. Por este motivo, brincar aos robôs em fantasia é uma mera preparação para a vindoura “robotopia”.

Keywords: Animation, Anime, New Media, Internet, Digital Culture, Japan, Technology, Communication, Network, Videogame, Cinema, Videoclip, Advertising.





INTRODUÇÃO

A Galáxia de Anime: A Animação Japonesa como New Media é um estudo acerca da *anime*, o filme de animação japonesa que aparece na década de 60. É um facto que nem toda a animação japonesa consiste em *anime*, assim como nem toda ela é popular e comercial. Referimo-nos a *anime* como género no sentido em que não consiste em cinema ou desenhos animados, beneficiando, contudo, destes dois géneros de imagem em movimento. Oficialmente, a *anime* é conhecida por “japanimation” ou “Japanese animation”, isto é, animação japonesa, e afirma-se mais do que um simples género cinematográfico, o da animação. Com a evolução das tecnologias gráficas que acompanham o filme de *anime*, a animação torna-se um novo subproduto de comunicação, sem se desligar das suas origens, as quais remontam à banda desenhada *manga*. Recuperando influências do cinema, a *anime* depressa se torna o mesmo que “cultura asiática” e, particularmente, em “cultura japonesa” (por razões óbvias, uma vez que a *anime* é nipónica). No entanto, o Japão é muito mais que o que consta nas animações.

A *anime* comporta muitos subgéneros diferentes, variando entre a comédia e a ficção científica, o terror [*kaidan*], o policial e a perversão pornográfica [*hentai*] (Poitras, 2001: p.50). Toda a investigação patente neste estudo se baseia naquele que é considerado como o subgénero de *anime* mais tecnológico, quer na forma, quer no conteúdo, o qual se intitula “mecha” (*mecha* em japonês [Poitras, 2001: p.46]) e recorre a narrativas acerca de um mundo cada vez mais tecnológico (robôs, Inteligência Artificial, computadores, novos *media*, entre outros temas). Este género evolui do robô controlado à distância (como *Tetsujin 28-Go*) para o género de robô pilotado (Poitras, 2001: p.19).

Tendo como finalidade esclarecer a relevância da animação enquanto meio de comunicação, toda esta pesquisa se estrutura com o propósito de ser uma

sólida teoria de *media*, na qual os dois objectos de estudo principais são a *anime* e os videojogos. Para que se compreendam muitas das questões correlacionadas, contemplaram-se a banda desenhada, o filme convencional de cinema, a série de televisão, o anúncio publicitário de TV e Web e ainda o “videoclip” (oficial e amador). Nalguns casos, é deveras complexo separar o espaço da animação do do videojogo, dado que a animação instituiu uma linguagem audiovisual que o *ambiente videográfico* do jogo melhora com a adição de interactividade. “Movieness” e “cinemation” são dois conceitos, apresentados por Monet (2007: p.194 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007), que expõem essa hibridez entre cinema e animação. Nos videojogos, esse “elementos cinemáticos” (Poitras, 2001: p.59) são prolongados e enfatizam a estética *anime*. Ambos os *media* – animação e videojogo – usam uma estética similar, sendo ainda dois veículos de exportação de cultura japonesa. Aos olhos dos japoneses, ambos pertencem à mesma esfera: *a Galáxia de Anime*, a qual é ubíqua na sua sociedade, já que, para os pais de crianças e jovens, tudo o que esteja relacionado com a *manga* e a *anime* serve para entreter os mais novos, já que o pai trabalha até tarde e a criança é educada pela mãe presente a tempo inteiro (Sugimoto, 2003: p.168).

A Galáxia de Anime tem começo assinalado com publicação dos primeiros “comics” (livros de banda desenhada) no pós-guerra. A banda desenhada de *manga*, na sua versão definitivamente moderna e próxima do que é publicado hoje em dia, é criada por Osamu Tezuka, em 1947, e intitula-se *New Treasure Island* [*Shin Takarajima*], cujo sucesso se deve à implementação do “sistema pictórico de representação” (Eiji: p.122 in Lunning [Ed.], 2008). Ao fundar os estúdios Mushi Productions, em 1962, Tezuka começa a trabalhar na animação (Poitras, 2001: p.17-18). É nesse período do século XX que a cultura de animação tem início no território japonês, culminando com a exibição de *Astro Boy* na Fuji TV de Tóquio a 1 de Janeiro de 1963. Jonathan Ross afirma, em *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002), que, na década de 60, Tezuka cria a supracitada série, a primeira a ser transmitida no estrangeiro e que revolucionaria a animação. O que está em causa é que esta série leva a *anime* ao limite, o que se torna um propósito, uma convenção (LaMarre, 2009: p.35).

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o Japão mergulha numa crise sem precedentes. Ao sofrer a derrota na guerra, reposiciona-se no contexto internacional e, entre as décadas de 40 e 90, dá-se uma pletora de mudanças. Os

anos 70 marcam a globalização do Japão, os anos 80 o sucesso económico e os anos 90 a recessão (Sugimoto, 2003: p.72). Imediatamente a seguir à guerra, os japoneses vivem o flagelo nuclear e somente nos 50 a banda desenhada *manga* começa a ter aceitação. Até aos anos 80, quando a *anime* é exportada para outros países, a *manga* floresce no Japão. Sabemos ainda que a imagem do cogumelo atómico e o clarão que precede a sua onda de choque fazem parte do imaginário traumático nipónico e aparecem em quase toda a *anime*. Fala-se, aliás, na possibilidade de a *manga* e a *anime* gerarem uma “contra-memória” e uma “contra-história” (LaMarre: p.xiv in Lunning [Ed.], 2009) precisamente por servirem de meios de exposição de histórias alternativas, registos diferentes do que aconteceu realmente ao Japão do século XX. Há, para além disso, um pendor para criar videografia em que as máquinas são tema central, o que não é um fenómeno recente. Uma vez que, no país em questão, os objectos, mecanismos e criaturas da natureza podem ser vistos como tendo vida própria, isto de acordo com a religião *Shinto* (Benedict, 2005), é normal para os japoneses que as máquinas, acima de tudo as antropomórficas, sejam muito adoradas. Existe, aliás, referência a “fantasmas”, espíritos que habitam as máquinas (Orbaugh: p.154 in Lunning [Ed.], 2008). Uma grande parte da *anime* é, de facto, dedicada a robôs antropomórficos superpoderosos. O robô enquanto símbolo tecnológico e a *anime* enquanto veículo de comunicação encontram-se presentes no género de animação “mecha”. As figuras de robôs e exosqueletos protectores já existiam como centro narrativo na banda desenhada *manga*, e é desde esse momento, o qual é protagonizado por Tezuka e pela sua banda desenhada sobre robôs em *manga* “short-story” (formato destacado por Sugimoto, 2003: p.249), que permanece a figura do jovem piloto de “mecha” como imagem ideal e agenciamento (Lunning: p.269 in Lunning [Ed.], 2007). Devido à contribuição de Tezuka, assiste-se à expansão da *Galáxia de Anime*, com as célebres histórias protagonizadas pelo andrógino menino-robô tornado herói. Osamu Tezuka viveu o período da Segunda Guerra Mundial quando era jovem e a devastação das grandes cidades japonesas pelas bombas atómicas fê-lo ter outra perspectiva acerca da tecnologia, pelo que, nas suas histórias e imagens, inseriu a mensagem de que esta pode ajudar o homem no seu progresso e que a tecnociência não tem de provocar cataclismos. É a partir desta circunstância que a animação é vista como sendo muito mais que apenas um texto (LaMarre, 2009: p.ix). Aliás, o que se torna a grande marca da *anime* é que “pensar a tecnologia é indissociável de pensar

através da tecnologia” (*Idem, Ibidem*: p.xxx), o que distingue radicalmente a animação feita no Japão da animação feita pela Walt Disney, embora esta produtora tenha influenciado, em termos estéticos, as criações nipónicas. Muitos dos autores mais destacados da *anime* sabem, aliás, que a forma curvilínea e os olhos grandes das personagens que criam (Poitras, 2001: p.59) são uma importação de *Bambi* e de *Mickey Mouse*. Nasce uma galáxia de obras inspiradas no charme bicolor de *Betty Boop* (Poitras, 2001: p.60), por Max Fleischer (Poitras, 2001: p.58) e no *Mighty Mouse* de Paul Terry. A mais proeminente figura nipónica será *Mighty Atom* [*Tetsuwan Atomu*], de Tezuka, cujo protagonista é um menino-robô esperançoso e moralista, dotado das suas características cinco pestantas e penteado geométrico, assimétrico e plástico. Esta obra é, na verdade, influenciada pelo humor de *Popeye: The Sailor* (Dave Fleischer, 1933) e pelo brincalhão “Rato Mickey” [*Mickey Mouse*] (Disney, 1950). Contudo, a grande distinção entre *Mighty Atom* e as criações americanas prende-se essencialmente à atitude perante a tecnologia. Desde *Mighty Atom* que a indústria de *anime* prolonga a videografia das máquinas, criando-se desta forma uma imagem da cultura japonesa equivalente ao melhor progresso técnico, a qual demonstra, por parte do Japão, a “ultrapassagem da modernidade” [*kindai no chōkoku*] (LaMarre, 2009: p.xxxv). Na *anime*, o hyūmanizumu (Schodt, 2007: p.131), isto é, o humanismo, é esteticamente explorado, algo que já ocorria na manga. Abordam-se as relações humanas, a evolução do homem, a importância da religião e a necessidade de evolução tecnológica. O homem constitui o centro da narrativa, seguindo-se os moldes do humanismo renascentista. Ainda hoje o epicentro narrativo da animação é dedicado aos “novos limites do humano” (Lunning: p.x in Lunning [Ed.], 2008). Quando a *anime* tem por únicos protagonistas os robôs, as narrativas incidem sobre o humanismo, daí poder-se argumentar que a esta é, inexoravelmente, uma face dessa nova *Renascença Gráfica* de tipo asiático. Referia Eugenio Trías que “o Renascimento deitara mão a um conceito excessivamente abstracto e excessivamente concreto de espaço. Abstracto, enquanto espaço inteligível e mental, âmbito das ideias-número” (2005: p.155). Partindo deste âmbito das “ideias-número”, a *Renascença Gráfica* da Ásia tem a sua égide no Japão, o país que exporta culturas gráficas de imagens estáticas, animadas e interactivas. No cerne desta *Renascença Gráfica* encontra-se a *anime* como veículo primário para salientar a importância da humanidade e o “lugar devido” do homem no mundo, o seu papel de intervenção no mundo para tornar a vida algo melhor.

Os grafismos de computador permitiram salientar a evolução do homem e a sua relação com a tecnologia. Afinal, a tecnologia maior é a linguagem das “ideias-número”, sem as quais não teríamos matemática, computadores, redes e videojogos. LaMarre (2009) diz ser “interessante de notar que, à luz das analogias entre camadas de animação e janelas de computador, que a animação em ‘cel-shading’ [desenhos contornados a traço negro de aspecto opaco] surgiu no Japão, onde se tornou dominante praticamente ao mesmo tempo que os discursos sobre sociedade de informação (entre meados da década de 60 a meados da década de 70) e ‘anime’ obtiveram atenção global com o aparecimento das redes de informação nos anos 90” (p.137). Antigamente, as *dōga* (Schodt, 2007: p.62), as clássicas imagens em movimento, já tinham impacto junto do público, mas a *anime* vai ampliar isso e permanecer dotada de *man-nerizumu*, (Schodt, 2007: p.60), ou seja, de “maneirismos” (Winge: p.57 in Lunning [Ed.], 2008) diversos, patentes nas personagens de *anime* ao exibir cultura japonesa, as suas formas de agir e falar, pensar e comportar-se em público, sem descurar a importância da imagem do homem e das máquinas.

A segunda metade do século XX é marcada pela expansão da *Animēshon*, a indústria da *anime* (in Schodt, 2002), que evidencia as animações como mercadorias produzidas em massa (LaMarre, 2009: p.xxviii). À primeira vista, a *anime* parece infantil e desprovida de significado, quando na realidade se destina mais a adultos, ainda que os jovens a consumam. Além disso, a sua narrativa central não se cinge somente à violência ou às disputas de alunos praticadas entre *raibaru* (rivals). Ao contrário do estereótipo, não são retratados apenas lutas e gritos de crianças nos desenhos animados japoneses. Se assim fosse, a *anime* não se basearia em *manga* de ficção científica (“science manga”). Há uma parte da *anime* que se destina às crianças e tem narrativas simples, mas a *anime* como indústria exporta o género “mecha” como a sua gama alta de filme de animação. O país que vive fascinado com computadores e electrónica, conhecido pela sua gastronomia e pelas figuras históricas dos *samurais*, *shoguns* e *ninjas*, é também o país que comunica a cultura como se ainda se tratasse de um império, mas de um império diferente – um *império dos gráficos*. Utilizamos esta expressão para sublinhar que a cultura da *anime* continua a designar a exportação dos seus ícones culturais como algo extremamente importante. O Japão é um país que precisa de mostrar ao mundo aquilo que faz, como se encontra explicado na obra de Ruth Benedict (2005). Deste modo, o *império dos gráficos* refere-se à necessidade dos japoneses em comu-

nicar ao mundo a sua proliferante indústria gráfica. Até mesmo nas imagens de *manga* a cultura nipónica se expõe com vigor, como se ainda não tivesse tido a oportunidade de se discernir da transformação industrial. Está bastante presente na *anime* a personificação desta transformação, que encontramos em obras como *Mobile Suit Gundam Wing Double Pack Vol. 1 [Kido Senshi Gandamu]* (2006) e *Transformers* (Nelson Shin, 1986), existindo o mesmo estilo em videojogos como *Macross Ace Frontier* (2008) e até nos brinquedos coleccionáveis de *Zoids*.

Ver a *anime* como um fenómeno cultural requer que se compreenda a história do Japão. Depois da derrota na Segunda Guerra Mundial, os japoneses mudaram a sua atitude. O facto de um país inimigo do Ocidente se tornar repentinamente amigável teve reflexos na criação de indústria de máquinas, bens de consumo, *media* e entretenimento, o qual se faz alterar pela banda desenhada, passando as histórias publicadas a ser de carácter mais pacífico. No entanto, a presença de figuras da tecnologia nas histórias foi aumentando até que, já na era do Japão fortemente industrializado dos anos 80, a *anime* passa a ser distribuída como um novo produto, um fenómeno cultural difícil de conter aquém das fronteiras do Japão. A animação torna-se a lógica dominante (LaMarre, 2009: p.36), pelo que, entre os anos 80 e 90, emancipa-se do cinema, sendo os anos 90 o momento de distribuição global massiva (*Idem*, *Ibidem* p.xxi). Este fenómeno encontra-se tão imbuído numa lógica comercial e industrial como numa lógica multimédia. As suas imagens transitam de suporte em suporte de *media* e migram de plataformas, cruzam géneros e veiculam mensagens múltiplas sempre com uma linguagem audiovisual que lhes é característica; desde que surgiu a sociedade de informação que as imagens de *anime* parecem acoplar-se facilmente ao digital. Queremos com isto sublinhar que as imagens de *anime* continuam a inovar e a assumir-se como produto de comunicação digno de análise no contexto das Ciências da Comunicação. No entanto, o carácter profético das narrativas nipónicas em revelar o nascimento de novos seres, enfim, toda uma *demografia imaginária*, o que LaMarre apelida de “espéciesismo” (in Bolton: p.xiii in Lunning [Ed.], 2008), parece ainda não ter mudado. No mundo real, a *anime* tem impacto mesmo nas outras indústrias, uma vez que os consumidores esperam que os bens japoneses sejam mais sofisticados do que todos os outros. No Japão, as máquinas futuristas estão presentes no filme de animação devido a uma existência prévia em quase todo o entretenimento. As indústrias real – a qual se faz representar

por companhias como a Sociotech da Mitsubishi, a Humanication da Hitachi ou a Human Electronics da Matsushita – e de ficção partilham do mesmo gosto pelas novas criaturas robóticas. O Japão promove-se de um modo agressivamente moderno nas imagens de *anime*, porque estas o preconizam como futuro do Ocidente e paradigma das tecnoculturas vigentes.

O Japão do pós-guerra reagiu ao mundo desenvolvendo-se económica e tecnologicamente. O Ocidente estranhou ser possível que um país inimigo durante a Segunda Guerra Mundial se tivesse, de repente, tornado dócil e até mesmo amigável (Benedict, 2005: p.x), já que o fracasso da guerra havia tornado expectáveis circunstâncias inversas. O Japão não foi respeitado enquanto potência militar, sendo visto, pelo contrário, como um país humilhado. Neste sentido, “teria de reconquistar o seu respeito no seio da comunidade de nações através de uma atitude singularmente pacifista” (Benedict, 2005: p.xi, tradução nossa). Uma vez que a constituição do Japão derrotado, concebida por juristas americanos, tornava o uso da guerra ilícito, a solução a adoptar teria obrigatoriamente de ser de cariz amarcial e respeitável, à semelhança do que ocorrera aquando da reforma *Meiji*, no séc. XIX. Contudo, sempre fora um país competitivo e a isso não conseguiria furtar-se. A transformação cultural que enfrentou no pós-guerra implicou a aposta na “competição meritocrática orientada por objectivos” (Sugimoto, 2003: p.125) para ser um país evoluído.

Note-se que a competitividade inerente à cultura nipónica não é pertença exclusiva da era da exportação de veículos e electrónica de consumo, remontando esse fenómeno às disputas com o Ocidente que viram o seu início no séc. XVII. Na verdade, a construção identitária do Japão passa exactamente por essa atitude competitiva.

É necessário compreender um pouco da “*psychê* japonesa” (Benzon: p. 284 in Lunning [Ed.], 2007) para se entender as escolhas que o Japão tem feito, enquanto nação, no contexto internacional desde o século XVII até aos nossos dias. Em primeiro lugar, não houve a noção única de se ser “japonês” até ao século XVIII (Marilyn Ivy in Miyao: p.89 in Lunning [Ed.], 2007) e, em segundo lugar, os japoneses são educados na base da ordem e do respeito. No seio da sociedade japonesa, acredita-se que cada pessoa deve respeitar o lugar que lhe é próprio; que existe um “lugar devido”, uma “posição própria” que Benedict apelida de “proper place” (2005: p. 56). Do ponto de vista nacional, mesmo durante a Segunda Guerra Mundial, o Japão continua a pensar que todas as nações deviam posicionar-se abaixo de si num contexto hierár-

quico internacional. Supõe-se assim que também cada país se deverá colocar no seu lugar. Ao Japão, cabe-lhe a devida posição, o lugar supremo. É assim que os japoneses pensam. Mesmo em termos de família, as reivindicações familiares são prioritárias face às do indivíduo (Benedict, 2005: p. 55). A mentalidade do japonês é obcecada com a autodisciplina, usualmente apelidada de *shuyo* (Benedict, 2005: p.233). Num contexto em que a família, a hierarquia, a “posição devida” e a auto-disciplina são incontornáveis, não existe muita liberdade. A família japonesa precisa de filhos para que os jovens honrem a tradição familiar e prestem homenagem aos pais após a morte destes. Os laços de hierarquia e deveres estendem-se para fora do lar, em direcção à sociedade. Porque o Japão foi durante muito tempo uma sociedade feudal, de castas, a lealdade era devida, não somente em relação ao núcleo familiar, mas em relação ao senhor feudal. Perante a sociedade, “o devido lugar” variava na hierarquia social consoante o indivíduo fosse homem ou mulher, dado que a mulher detinha um estatuto inferior em relação ao homem. Todos estes elementos da *psychê* japonesa aparecem retratados nas histórias de *anime*, em imperiosas imagens portadoras de uma tensão entre o antigo império feudal e o pós-moderno oásis tecnológico. Ainda hoje prevalece a noção de que a identidade japonesa respeita impreterivelmente a “posição própria” de cada coisa e pessoa. Benedict afirma que “o lema do Japão é: tudo no seu lugar” (2005: p. 87, tradução nossa) e, de facto, o “Eu” japonês respeita os lugares e posições, prioridades e regras, porque mesmo antes da guerra os japoneses agiam constantemente como se “o mundo estivesse de olhos postos neles”. Se é possível falar-se de uma “personalidade” ou “identidade nacional”, então poder-se-á apontar que a *psychê* japonesa lida duplamente com a “espada” e com o “crisântemo”, os quais fazem parte da mesma “cena” (Benedict, 2005: p. 2). A autora invoca esta metáfora para salientar a ambiguidade da cultura japonesa, as suas preocupações relacionadas com o estético e o rígido, o natural e a máquina, o masculino e o feminino, o antigo e o moderno. Para Benedict, a grande diferença entre o Japão e o Ocidente é que os navios e as armas da Segunda Guerra Mundial não eram mais do que símbolos do espírito inesgotável e competitivo japonês. Esses seriam símbolos tal como, para o *samurai*, a espada simbolizava a (sua) virtude.

Sobre as cinzas da desatomização metropolitana do século XX, ergue-se hoje um Japão irreverente, criador de neoculturas, onde a banda desenhada é um meio de comunicação privilegiado (Jonathan Ross in Peter Boyd Ma-

cLean, 2002). No âmbito da comunicação, a *anime* substitui cada vez mais as estáticas páginas de *manga* bicolor que os novos *media* insistem em animar. Faz parte das histórias de *anime* que o “gigantismo” esteja presente juntamente com outros temas, tais como o da “fortaleza voadora” ou o do “robô guerreiro”, entre outros. Do ponto de vista cenográfico, as narrativas de *anime* acerca de máquinas focam de forma extensiva “distopias” (Hans Bertens, 2005: p.11) e “civilizações pós-humanas”. Todavia, as máquinas não são um tema novo, nem na videografia contemporânea, porque os rituais antigos do Japão já consagram os *karakuri* – os conhecidos autómatos antigos.

Note-se que os arquétipos culturais do Japão não são antropomórficos ou humanistas, pois o Japão é um país politeísta, que importou o Budismo entre outras culturas religiosas, como o Cristianismo. A religião *Shinto* é no Japão a razão pela qual se encaram robôs, ou quaisquer objectos, como portadores de vida. Para os japoneses, prevalece a ideia de que tudo se torna *kami*, espírito. Esta forma de encarar a existência como se tudo tivesse vida própria é importante para entendermos por que motivo existirão “fantasmas” (Orbaugh: p.154 in Lunning [Ed.], 2008), espíritos nas máquinas, como o título da *anime* “Ghost in The Shell” sugere. O animismo domina culturalmente o Japão, o país onde as espadas e os crisântemos possuem também um espírito próprio. É Schodt quem nos elucida acerca deste arquétipo cultural do Animismo, dizendo ser “a crença de que tudo no mundo natural – não somente as coisas vivas – pode ter vida consciente e alma. Isso existe no Budismo, mas é especialmente forte na ‘Shinto’, (...) uma forma de adoração da natureza e um credo onde os objectos inanimados podem ser sagrados” (1988: p.196). A possível sacralização do objecto inanimado conduz-nos a outro panorama, o da cultura *kawaii*, a qua consiste no “ícone bonito”, constituído por figuras “queridas” e infantis”. Qualquer obra de *anime* promove essa cultura, a qual, porém, devido à sua relação lógica com a tradição *Shinto*, precedeu naturalmente a *manga* e a *anime*. Sempre que as massas ritualizam a sua devoção perante o supracitado ícone, é a cultura *kawaii* que se fortalece. O que mudou com o aparecimento das *anime* foi que essa cultura lhes passou a estar associada. Instituiu-se o “animético” porque as figuras populares à venda nas lojas, em formato gráfico ou escultural, têm algo de *anime* (LaMarre, 2009: p.36). Assim, as figuras de colecção, decoração, escultura e *design*, procuradas pelo grande público, passaram a estar coniventes com as personagens animais, robóticas e humanas dos filmes de animação.

Por terem apostado fortemente no seu “determinismo tecnológico” (La-Marre, 2009: p.49), possivelmente justificado pelos padrões socioculturais que já identificámos, os japoneses (re)construíram uma nação para a produção de tecnologia. Enfrentam-se agora as consequências sociais dessas opções. Sugimoto (2003) afirma que o perfil de idade da população japonesa está rapidamente a mudar devido ao declínio da taxa de natalidade e ao aumento da esperança de vida. As diferenças nos grupos etários provocaram crises no mercado de trabalho e no sector de segurança social (p.80). Os japoneses enfrentam, muito provavelmente, a maior ameaça a nível social, neste envelhecimento de uma sociedade acelerada, que outrora migrou das zonas rurais para as zonas urbanas sobrepovoadas. Há uma sociedade envelhecida no Japão que deposita nos jovens a capacidade de criar robôs para responder ao “aging society problem” [*kōreika-shakai no mondai* (Schodt 2002)]. É com robôs de assistência social, que marcas como Honda, Nissan e Mitsubishi estão a construir, que a maior parte da população activa aguarda ser libertada para tarefas da sociedade de informação. Além disso, os japoneses são uma sociedade com 99% de perfeição étnica, tendo contribuído a não interferência de etnias exteriores para o envelhecimento da população original. A baixa taxa de natalidade dos casais nipónicos não fomenta a renovação social. Singer (2009) constata que o Japão optou pela via técnica, tornando os robôs capazes de exercer enfermagem e assistir os idosos (p.242-243). Apesar de os robôs figurarem nas *anime* como heróis protectores, muitas das vezes como armas ou armaduras que envolvem os seus pilotos, na visão japonesa, o robô imediatamente real é o robô social, sendo este o que urge e faz sentido criar. Criadores de robótica do Japão acreditam em máquinas para tratar dos idosos (“elder care”). Na “terra do Sol nascente”, as máquinas antropomórficas deverão suprimir carências de recursos humanos e substituir a população envelhecida. Kitano Mazayuki, no artigo “Japão Volta-se Para os Robôs Para Apoiar a População Mais Idosa” (2007: p.5.) aborda justamente esta problemática, relatando que os japoneses envelhecem a um ritmo não acompanhado pela taxa de natalidade, descurando a imigração como resposta. Novamente, a solução é proporcionada pela técnica. Tal como nos explica Hornyak, a situação no Japão de hoje é assim:

“(...) os robôs para uso doméstico estão também a ser activados num surpreendente campo de teste: os idosos. A sociedade que

envelhece rápido no Japão enfrenta uma grande crise. A baixa taxa de natalidade, a longevidade inultrapassável e a aversão há muito existente relativamente à imigração significam que se espera que a população seja reduzida em 20% em 2050; cerca de um terço consistirá em pessoas com mais de 65 anos” (2006: p.90).

É de salientar que, ocorrendo esta migração de recursos, os japoneses mais velhos serão assistidos por máquinas construídas pelos mais novos, dado que a taxa de nascimentos no Japão tem sido insuficiente para colmatar o envelhecimento e os óbitos. Kenji Kamiyama, em *Ghost in The Shell: Solid State Society* (2007), fez uma *anime* sobre o tema, onde as personagens centrais da história são os “aged” (os “idosos” [*kefu*]), que vivem ligados a máquinas e sofrem um ataque de um “hacker”. Bem no final do filme, as suas consciências geram algo maior por estarem todas interligadas a um servidor hospitalar. Ainda que se trate de *anime* de ficção científica, o filme de Kamiyama mostra os perigos de uma “sociedade neo-mecatrónica”, como Shinji Aramaki o fez em *Appleseed* (2004). Para o Ministro da Economia, Comércio e Indústria japonês, o Japão está prestes a tornar-se numa “(...) ‘Neo Mechatronics Society’ dentro de uma década, com robôs completamente integrados em tudo desde tratamento de lixo até gestão florestal” (in Hornyak, 2006: p.10-11). Da presente realidade nipónica chegam-nos imagens de robótica doméstica que se tornaram agentes físicos tangentes. As figuras robóticas atravessaram a fronteira para o real. O que o Japão mostra de robôs não pertence já, de um modo exclusivo, à animação e aos videojogos. Já dizia Debord (1991) que, “à medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho torna-se necessário” (p.16). Ter robôs que os ajudem e protejam é uma necessidade social dos japoneses. A *anime* é esse sonho necessário, reflectindo e moldando a identidade cultural japonesa.

Objectivos

A Galáxia de Anime: A Animação Japonesa Como New Media é um estudo baseado em argumentos teóricos e dados empíricos (obtidos através de visionamento e experimentação) sobre *anime*, cuja investigação requereu que reflectíssemos sobre algumas questões, tais como, por exemplo: “será a *anime* apenas um ‘género’ cinematográfico?”; “Terá de alguma forma uma relação

directa com os novos *media*?” e “qual a relação existente entre animação, robôs e meios de comunicação?” Estas são apenas as questões principais às quais os argumentos da presente tese visam atribuir resposta. A tecnologia é o elemento comum na animação, quer no conteúdo (narrativa), quer na forma (produção). O problema que, nesta monografia, se pretende resolver é se a *anime* é realmente característica da evolução dos novos *media*, e se, sendo assim, apresenta características, formatos, códigos e linguagens novos que sejam pertinentes o suficiente para suscitar investigação, bem como argumentos teóricos relevantes no âmbito das Ciências da Comunicação. A evolução assinalável da *anime* no seio da cultura popular tem acontecido a um ritmo idêntico ao das tecnologias, as quais são cada vez mais mediáticas e meios de comunicação cada vez mais técnicos. De facto, é complicado separar as tecnologias da *anime* e da comunicação porque a *anime* absorve e beneficia das linguagens dos novos *media* e das novas tecnologias, nomeadamente as gráficas. É incontornável estudar a *anime* na actual moldura de novos *media* que a contemporaneidade conhece. Trata-se de um género de imagem em movimento que a Academia não deve deixar por investigar. Urge uma compreensão deste tipo de videografia, cujo produtor é, essencialmente, o Japão (que já não é, porém, o único). Constitui, portanto, objectivo de investigação explicar o que este formato de animação japonesa representa no contexto das Ciências da Comunicação.

Ao abordarmos a *anime* enquanto objecto de estudo, verificamos que é necessário referir a importância da robótica neste género de videografia japonesa, pois os robôs, sejam estes pilotados por humanos ou autónomos, aparecem na *anime* com um propósito que se explicará em instâncias ulteriores. Outro ponto importante desde o início da pesquisa nesta tese é a compreensão de que o Japão utiliza as imagens de *anime*, tal como já tinha feito com as de *manga* (a banda desenhada bicolor original), para exportar a sua cultura de massas. Interessa saber como o Japão usa a *anime* para cumprir esse objectivo de internacionalizar a sua cultura ao fomentar a sua indústria cultural avançada. Em última análise, se tivermos em conta que o Japão disponibiliza as imagens de *anime*, sabendo que estas são mais do que um género de imagem por serem, acima de tudo, um formato de *media* (LaMarre, 2009), então as tecnologias que invoca e utiliza para a realização das *anime* não são fruto de uma escolha casual, mas sim um critério premente na produção das *anime*. É por isso que apelidamos esta videografia, a de *anime*, de ser uma videogra-



fia das máquinas, daí o subtítulo da tese ser “a animação japonesa como *new media*”.

Metodologias de Investigação

Devido à grande componente audiovisual dos materiais necessários para análise nesta tese, foi imperativo, durante a sua execução, que fossem reunidos o máximo de elementos no sentido de se conseguir detectar padrões de temas, estilos gráficos e linguagens comuns na *anime*. Sendo assim, a investigação que origina esta tese implicou um visionamento integral de cada filme convencional (com duração média de 2 horas), desenho-animado de *anime* (média de 2 horas) e série de *anime* (20 horas). Além do visionamento das obras directamente relacionadas com *anime*, foi preciso assistir também a outros tipos de videografia, tais como cinema documental (entre 40 minutos e 2 horas), “spots” TV de publicidade e “spots” Web de publicidade (aproximadamente de 15 a 30 segundos). Todos estes materiais constituem elementos de videografia passiva, isto é, implicam análise, estudo, formulação de hipóteses, mas não são interactivos; exigem-nos apenas o papel de espectadores. Além deste tipo de videografia, foi ainda necessário, para o bom curso desta investigação, que se experimentassem obras de videografia interactiva (em que a média de experimentação foi de 15 a 30 horas em cada videojogo). Este foi um dos pontos mais exaustivos na recolha de elementos para formular as teorias que aqui se apresentam, visto que os videojogos implicam que o “jogador” participe exaustivamente no tipo de experiência que lhe é proporcionado. Sem este tipo de experimentação, que é muito demorada, algumas das ideias patentes nesta tese não seriam desenvolvidas ou compreensíveis, pois a *anime* está a ser prolongada nos videojogos. O argumento de Takahiro Hayakawa (2008) sugere isto mesmo.

A reunião de elementos de pesquisa tais como ensaios, obras de ficção em formato livro (romance, banda desenhada), em formato audiovisual (filmografia e videografia) e também em formato interactivo / multimédia obrigou à utilização de 70% desse mesmo material de estudo de uma só vez. Os restantes 30% dos elementos ensaísticos e obras videográficas passivas e interactivas foram reservados para publicações mais recentes e videografia continuamente disponibilizada e actualizada. Uma das dificuldades encontradas na fase de



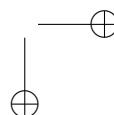
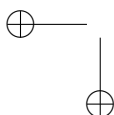


pesquisa desta tese foi precisamente o tempo, porque a todo o momento estão a ser editados novos filmes, séries de TV, *anime* e livros, o que nos dificultou a actualização como espectador e leitor. Apresentar esta investigação sobre *anime* implicou um grande esforço de acompanhamento do tema, e porque os videojogos são necessários à compreensão da *anime*, o material de análise usado nesta tese foi sempre vastíssimo. Por outro lado, os argumentos que constam nesta tese referem-se a uma videografia muito actualizada.

A metodologia de visionamento das obras foi de cariz sequencial. Obra após obra, formularam-se hipóteses e detectaram-se padrões, tanto no que concerne às obras de cariz cinematográfico ou televisivo, como às de cariz interactivo, embora estas últimas tenham exigido um tempo superior de análise. E, em simultâneo com a experimentação de videografia, optou-se por relacionar os elementos identificados nas imagens com os argumentos dos autores de ensaios, artigos jornalísticos e de cinema documental. O cruzamento de informação beneficiou a pesquisa dos materiais e os argumentos aqui patentes. Temos, portanto, a leitura de textos de autor, o visionamento de videografia de realizador e a experimentação de videojogos de *designer* como o triângulo de materiais necessários a esta investigação sobre *anime* enquanto *media*. Devido à enorme quantidade de videografia editada, quer passiva, quer interactiva, foi necessário, desde o início da investigação, estabelecer como critério o visionamento privilegiado de obras de realizadores conceituados e a experimentação de videojogos importantes neste tipo de indústria. A complementar esta metodologia, seguiu-se a pesquisa e reunião constante de “spots” de publicidade, exibidos na TV e na Web, cuja linguagem audiovisual se coaduna à do universo de ficção da *anime*.

Materiais

Os materiais utilizados nesta investigação, à parte da bibliografia convencional de artigos e ensaios, são maioritariamente de natureza gráfica. Significa isto que as edições de banda desenhada, os filmes e séries de *anime*, ao que se acrescentam os videojogos, são objecto de estudo que assumem importância pela estética e técnica visual, ainda que o elemento sonoro tenha um privilegiado destaque. A constante experimentação e visionamento de imagem-vídeo levou a que se pudessem entender e identificar as temáticas padrão das *anime*,



assim como delinear os temas correlacionados. Conceitos e argumentos de autor foram escolhidos para esta bibliografia, tendo ainda sido nosso objectivo desenvolvê-los para ajudar a compreender melhor o universo *anime*. Mais recentemente, a banda desenhada digital e interactiva tornou-se também um elemento-matriz da cultura gráfica das *anime*, pelo que optámos por analisá-la e experimentá-la como material de estudo. No sentido de englobar todas as manifestações da *anime*, assumimos a preocupação de analisar telediscos originais e “home-made”, ou seja, feitos em casa por amadores, os AMVs (“Anime Music Videos”). Posto isto, os materiais de investigação consistiram em banda desenhada (incluindo “comics” ocidentais e *manga* japonesa), filmes de *anime*, videojogos, cinema convencional (“live action”) e séries de animação para TV. Contemplou-se ainda como material de estudo as séries de *anime*, usualmente designadas por “OVAs” (“Original Video Animations”) [Poitras, 2001: p. 14]), os documentários sobre a cultura japonesa (como *Tokyo-Ga* [Wim Wenders, 1985]) e os anúncios publicitários.

As Obras Mais Importantes

Ao ser transmitida na televisão, a primeira grande animação, *Astro Boy* (1963), fez nos anos 80 admiradores em todo o mundo. Esta obra, baseada na *manga* de Osamu Tezuka (2002-2004), é considerada um dos grandes marcos da *anime* pré-digital. Na mesma época, a do período “pós-moderno” [*kindai no chōkoku*] (LaMarre, 2009: p. xxxv), Hayao Miyazaki tornou-se célebre fora do Japão com a série de *anime* para TV *Future Boy Conan* (1978), uma ficção situada num mundo “pós-holocausto” (Kevin Williams, 2003: p. 2). A partir dos anos 90, obras como *Zone of The Enders* (Tetsuya Watanabe, 2001) tiveram um papel importante ao reafirmar a *anime* no contexto internacional, invocando de novo a robótica como centro narrativo. O mesmo havia já acontecido com a série de TV convencional de *Power Rangers* (2005), dentro e fora do Japão. *Neon Genesis Evangelion* (Hideaki Anno, 1995) incide inclusive sobre o mesmo tema, mas expõe os vilões “Angels” como criaturas biomecânicas.

Pokémon: The First Movie (Kunihiko Yuyama, 1998) é uma animação que fez furor ao destacar os “pocket monsters” (“monstros de bolso”), usados como trunfo nas lutas dos protagonistas. Tal como *Pokémon*, a série *Ghost*

in *The Shell* (Kenji Kamiyama, 2002) teve uma versão televisiva. No entanto, as obras *Ghost in The Shell* (1996) e *Ghost in The Shell 2: Innocence* (2004), ambas de Mamoru Oshii, elevaram o patamar de qualidade da *anime*. A *anime* como hoje é conhecida deve a sua volátil linguagem visual às bandas-desenhadas *Ghost in The Shell* (Masamune Shirow, 1995) e *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988). Os filmes icónicos da *anime* baseados nestas duas *manga* homónimas tornaram-se ainda mais importantes pela sua “estética ciberpunk” (Napier, 2001: p. 11) de ficção científica. Outras obras como *Spirited Away* [“Viagem de Chihiro”] (2003) e *Howl’s Moving Castle* [“O Castelo Andante”] (2004), de Hayao Miyazaki, tiveram mais público adulto no Ocidente do que infantil ou juvenil, o que não é hábito (Miyazaki in *Japanorama* [Peter Boyd MacLean, 2002]). No Japão, a *anime* tem como público principal os jovens adultos e as crianças, porque os adultos estão em segundo lugar (Poitras, 2001: p. 8), mas são já uma grande parte do público. Histórias fantásticas sobre amor, mortes trágicas, a beleza da natureza, máquinas inquietantes ou o respeito pelos idosos são alguns dos temas que Miyazaki foca nas suas obras.

Em jeito de transição entre a *anime* clássica e a que é feita em 3D no computador, obras como a notável *Voices of a Distant Star* [*Hoshi No Koe*] (Makoto Shinkai, 2002) deixaram o público estupefacto pela narrativa acerca de nostalgia e as suas imagens oníricas, românticas e de ficção científica. *Wonderful Days* (Sunmin Park & Kim Mun-Saeng, 2003), conhecida ainda por *Sky Blue*, é considerada uma animação bem recebida pelo público norte-americano, a qual não só aprofunda o mesmo estilo de “poema visual” que *Voices of a Distant Star*, como também recorre à mistura entre elementos bi e tridimensionais. Apela ainda à consciência ecológica, fazendo o espectador recordar o holocausto cada vez que pensa em vida extra-terrestre. Na mesma estética, aparece *Metropolis* (2001), a fabulosa obra em que Rintaro refaz o clássico filme de Fritz Lang com a linguagem da *anime*.

O filme de animação mais esperado pelo público da animação é *Astro Boy* (David Bowers, 2009). O voador menino-robô inventado por Tezuka é um ícone no Japão, um andrógino super-rapaz que cruza os céus como um avião, um projétil. *Cockpit: Kamikaze Stories* (Osamu Dezaki, 1993) marcou a animação de aviadores sobre as guerras mundiais do século XX ao mostrar o piloto como herói. *The Sky Crawlers* (Sony, 2009) sofisticou esse ambiente, introduzindo aviões antigos alterados como naves espaciais. O elemento tecnológico, de objectos a veículos, é predominante neste tipo de animação, a

qual mostra o dia-a-dia de vários pilotos de aeronaves que se assemelham a aviões antigos. Os combates aéreos são registados como se as batalhas fossem a última. Mesmo em videogames como *The Sky Crawlers – Innocent Aces* (2010), o jogador é incumbido dessa missão de voar e ser o melhor piloto de caça de sempre. Por exemplo, *The Place Promised in Our Early Days* (Makoto Shinkai, 2004) apresenta um universo futurista e nostálgico onde o piloto-herói apaixonado faz a sua última e dramática viagem a bordo de uma aeronave experimental juntamente com a sua namorada na carlinga. Ruth Benedict (2005) referiu no seu estudo no pós-guerra que o “hero-pilot” (p. 25), isto é, o “piloto-herói”, era relevante na própria cultura japonesa. Longe dos céus, o piloto de corridas *Speed Racer [Mach Go Go Go]* (Tatsuo Yoshida, 1967) manifesta a mesma energia galvanizante (Poitras, 2001: p. 46). Mas são obras como *Macross 7* (1994) que concedem espaço ao piloto e à aeronave como uma entidade híbrida. Voar pelos céus num comboio em vez de ser numa aeronave é o que encontramos no argumento de *The Galaxy Express 999* [Ginga Tetsudo] (Rintaro, 1982) e na sequência *Adieu Galaxy Express 999* (Rintaro, 1981). Elementos nostálgicos são igualmente encontrados em *Barefoot Gen*, de Masaru Mori (1983), e em *Grave of The Fireflies* (Isaho Takahata, 1988). Na animação de Mori, a devastação nuclear extingue a anterior sociedade japonesa, que é recordada com saudade. O mesmo se passa na animação de Takahata. O tempo dos pirilampos é já uma miragem na era “pós-nuclear” (Kevin Williams, 2003). O grande senhor da animação japonesa, Hayao Miyazaki, proprietário do famoso Studio Ghibli, diz realizar “manga films” [*manga eiga*] (LaMarre, 2009: p. 35) e não *anime*. Todavia, Miyazaki, que é um realizador proeminente no universo de *anime*, consegue de modo extraordinário explorar a nostalgia na animação, e ainda a fantasia, em *Ponyo on The Cliff by The Sea* (2008). A animação japonesa compreende dois pontos essenciais: a tecnologia (futurista, moderna) e o drama (passado, holocausto). Monstruosidades estranhas aparecem em animações da geração de *Vexille* (Fumihiko Sori, 2007). Apesar da qualidade destas animações em 3D e de tudo o que é possível representar no filme de animação, obras mais simples como *Bleach The Movie – Memories of Nobody* (2006, Manga Ent.) continuam a ter público interessado em ver combates de espada entre jovens. As surpresas advêm de animações como *Batman: Gotham Knight* (Yoshiaki Kawajiri *et al.*, 2008), do tipo de interpretação que os criadores de *anime* fazem do universo de um super-herói acarinhado pelos ocidentais. O

processo inverso acontece também: *The Chronicles of Riddick: Dark Fury* (Peter Chung, 2004) e *Dead Space: Downfall* (Chuck Patton, 2008) são editados como histórias complementares de *anime* para narrativas já existentes (reportando-se respectivamente de filme e videogame).

Apesar da quantidade infindável de videografia disponível, e apenas perceptível porque existem já muitas edições legendadas em inglês, as obras mais importantes de *anime* são ainda uma parte relativamente pequena quando comparada ao universo dos videogames, onde os jogos importantes continuam a ter sequelas. As animações mais importantes exibem um estilo similar ao da banda desenhada *manga* de *Dark Minds* (Pat Lee, 1998), cuja estética deve muito aos novos meios e ao “software” Photoshop. *Dark Minds* é uma história de crime, graficamente estilizada com brilhos ofuscantes, algo somente possível com ferramentas digitais. Um grande avanço caracteriza a banda desenhada japonesa. Neste aspecto, se recordarmos que esta começou a preto-e-branco, como veremos na primeira parte desta tese, onde se acompanha a transição entre a fase literária e a fase cinematográfica. O que é um facto é que, actualmente, as imagens hipercoloridas de *anime*, que partilham similaridades com os videogames de *anime*, nada parecem ter em comum com a *manga* inicial. A animação absorve, desenvolve e melhora as convenções das edições de *manga*.

Após a transição 2D-3D, as obras que se seguiram a *Appleseed* (Shinji Aramaki, 2004) foram importantes para a consolidação do novo aspecto da *anime* (Poitras, 2001: p. 29). Afastando-se da imagem bidimensional, o novo tipo de imagem na *anime* apresenta imagens 3D mais fantásticas, exuberantes e detalhadas que a geração de animação anterior. Nestas imagens, mesmo que o espectador consiga ver o “lado de cá” da imagem, o computador é responsável por gerar a imagem em três dimensões em toda a sua amplitude. O resultado é uma imagem perfeita, independentemente da posição que objectos, cenários ou personagens assumam durante os seus movimentos. Aramaki revolucionou a *anime* com esta versão de *Appleseed*, pois já existia uma anterior em 2D, a de Katayama (1998). De novo, a robótica torna-se tema central, sobretudo a partir deste momento em que os mecanismos se tornam possíveis de representar no ecrã assemelhando-se a algo real: “manga-anime-realism” [*manga-animeteki rearizumu*] (Azuma Hiroki: in Walker: p. 10 in Lunning [Ed.], 2009). Daqui em diante, obras como *Macross Plus: The Movie* (Noboru Ishiguro & Shôji Kawamori, 1994) deixam de fazer sentido por apresentarem

desenhos de mecanismos em vez de imagens 3D dos mesmos. Há que referir que *Final Fantasy: The Spirits Sitio* (2001) foi muito importante na renovação do “gênero” de *anime*, embora pareça mais uma versão virtual de um filme convencional. Neste *Final Fantasy*, todos os mecanismos, armas, veículos, naves e aparelhos são representados com uma qualidade ímpar. A mesma tecnologia foi empregue pelos produtores da *anime* inspirada em *Matrix* (1999-2004), a célebre *The Animatrix* (Mahiro Maeda, *et al.*, 2003).

É preciso não esquecer ainda que filmes de desenhos animados, amplamente apreciados pelo público, como *Iron Giant* (Brad Bird, 1999) e *Transformers* (Nelson Shin, 1986), serviram para expandir o universo das máquinas antes de as tecnologias gráficas se encontrarem mais desenvolvidas, ou seja, antes de 2004.

Em termos de cinematografia convencional, há um conjunto de filmes que impulsiona a evolução gráfica das *anime*, antecipando de certa forma o que vemos em *Appleseed* de Aramaki. No universo de *Terminator 2 – Judgment Day* (James Cameron, 1991), o detalhe das máquinas que vêm do futuro é grande, e o seu argumento relacionado com o holocausto nuclear é largamente conciliável com as temáticas padrão da *anime*. O episódio mais recente desta série, *Terminator (4) – Salvation* (McG, 2009), prossegue de novo com o mesmo tipo de temas mas dispondo de representações gráficas melhoradas. As duas obras de Michael Bay, *Transformers* (2007) e *Transformers – Revenge of The Fallen* (2009), surgem no momento em que praticamente tudo pode ser representado no ecrã, inclusive as transformações quase impossíveis dos “transformers” entre robô e veículo.

Ainda como referência da “imagem do futuro” (Polak, 1973), temos *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), considerado o melhor filme de ficção científica do século XX, cujas imagens funcionam como base de trabalho para grande parte da *anime* dos anos 90. As paisagens metropolitanas do filme de Scott são continuadas em *Ghost in The Shell* e *Akira*. Dentro da moldura de filmes mais importantes, o que não se esperava era que uma obra de cinematografia se tornasse trilogia, e muito menos que ampliasse o estilo da *anime* em cinema convencional, como aconteceu com *Matrix* (1999-2004). Inspirados nos desenhos animados de *anime* *Ghost in The Shell* (Poitras, 2001: p. 70; Jenkins, 2006; Eiji (p. 118 in Lunning [Ed.], 2008), os irmãos Wachovsky criaram um universo de ficção que se assemelha a um filme fotorrealista de *anime* (Bolton *et al.*, 2007: p. ix in Bolton *et al.* [Ed.], 2007), pois recorreram ao mesmo es-

tilo de edição de imagem, som e realização. Depois de *Matrix*, muitos filmes tentaram clonar a estética, mas sem estabelecer uma ligação à *anime*. Esse não é, todavia, o caso de *The Returner* (Takashi Yamazaki, 2002), um romance de ficção científica que recorre à linguagem de *anime* para atribuir destaque às personagens. No final deste filme, uma figura “transformer” aparece aos protagonistas, preparando os espectadores para obras como as de Michael Bay. A linguagem visual que *Matrix* empregou foi prolongada em *The Returner*, mas a estética dos combates velozes e as imagens explosivas tiveram um ponto de passagem relevante, a clássica e não menos violenta *anime* de *Dragonball* (1990). Na versão de James Wong, *Dragonball Evolution* (2009), misturam-se elementos de cinematografia convencional com os de *anime*, falhando, porém, a exploração do potencial da animação. Foi precisamente isso que *Matrix* fez, sobretudo a partir do segundo episódio da trilogia, e de forma ainda mais directa, em jeito de homenagem, em *The Animatrix*. Devemos também salientar que, na era pós-*Matrix*, o filme *anime* musical *Interstella 5555: The Story of The 5 Secret Star System* (Kasuhisa Takenouchi, 2003) serviu para mostrar ao mundo que até música pode ligar com a *anime*, no género da cultura popular, uma tarefa que não tem que implicar só ficção científica.

Por outro lado, é um facto que a ficção científica tem encontrado nas imagens de nova geração um território que há muito desejava, como é o caso dos videojogos, e ao qual a cinematografia tem respondido com limitações, embora com imagens de topo. Outro ponto importante é que alguns dos maiores *designers* de videojogos pensam, escrevem e realizam as suas obras como se de um filme (diga-se, interactivo) se tratassem. Um desses realizadores, considerado um grande visionário, é Hideo Kojima, da Konami, uma indústria de videojogos de renome a nível mundial. Os videojogos produzidos por Kojima não são muitos, mas dentro de uma série específica, a de *Metal Gear Solid* (1987-2008), já têm uma dimensão bastante considerável. As duas obras que foram mais centrais enquanto objectos de estudo para esta investigação foram *Metal Gear Solid 4: Guns of Patriots* (2008) e *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* (2006). O primeiro videojogo resolve alguns enigmas narrativos que se encontravam sem resposta ao longo dos últimos quatro episódios da série, ao passo que o segundo videojogo reapresenta o universo de ficção do videojogo num novo formato de comunicação: a banda desenhada digital interactiva. Enquanto *Metal Gear Solid 4: Guns of Patriots* muda o panorama dos videojogos ao disponibilizar um denso universo de ficção sobre robótica

(Singer, 2009: p. 89), geopolítica e uma complexa encenação com situações de jogo cativantes, *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* significa uma interessante abordagem de *new media*, pois transforma a banda desenhada estática em interactiva e audiovisual. E, em ambas as obras, permanece a mensagem base da “Japanimation” (Matthews, 2004), a de que a robótica tem uma relação simbiótica com as imagens geradas por computador.

As propostas da empresa Team Ico, como *Ico* (2002) e *Shadow of The Colossus* (2005) acrescentaram muitas novidades no domínio dos videojogos de *anime*. Em *Ico*, toda a paisagem é uma fortaleza onde o silêncio pesa e uma catástrofe parece ter ocorrido. Já em *Shadow of The Colossus*, o protagonista pode vaguear por infindáveis extensões de terreno e cavalgar de espada na mão, procurando gigantes [*kaiju*] adormecidos cuja energia vital deverá ser absorvida após a sua derrota. Além dos aspectos narrativos destes dois videojogos, que são memoráveis, a escala do cenário e dos adversários encontrados no decorrer da acção é pioneira no mundo dos videojogos. Elementos como o gigantismo, os mecanismos e as fortalezas são temáticas padrão importadas da *anime* que, nestes videojogos, experimentaram uma ampliação.

Longe do aspecto mais poético das imagens dos videojogos da Team Ico, temos *Armored Core 2* (2002), obras mais convencionais que pretendem colocar o jogador no comando de robôs “mech”. No meio de cenários de devastação, as lutas de robôs que apaixonam os jovens têm em *Armored Core* uma das expressões estilísticas mais conhecidas em sintonia directa com a robótica e a *anime*. Abordagens diferentes como *Enter The Matrix* (2003), neste caso continuando o mundo do filme *Matrix*, adicionaram algo de novo ao mundo dos videojogos: jogar um jogo sobre um filme que é sobre *anime*. Mais ainda, *Enter The Matrix* permite que se jogue parte da história da trilogia *Matrix* que não se encontra patente nos filmes, constituindo uma outra história (Henry Jenkins, 2006). Tradicionalmente, jogos de tiros como *Ikaruga* (2002) eram conhecidos por permitirem jogar no meio de batalhas aéreas ao comando de uma nave, mas este tipo de jogos tinha os seus limites quanto à representação de robôs animados. Apenas um ano antes de *Ikaruga*, surgiu o videojogo *Final Fantasy X* (2001), da Square Soft e, desde então, os videojogos de estilo *anime* tornaram-se uma continuação interactiva das convenções da *anime*, um facto que, óbvio em *Final Fantasy X* (2010), permanece até aos nossos dias. Regista-se ainda as imagens coloridas, como arte visual japonesa antiga, no videojogo *Okami* (2008), onde o protagonista é um cão. É, por tudo isto,



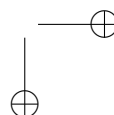
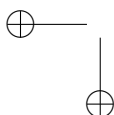
um facto que os videojogos prolongam o universo da animação japonesa, empregando códigos e formatos dos *media* anteriores (livro, banda desenhada, animação e filme convencional).

Hipóteses de Pesquisa

Investigar a *anime* e os videojogos em consonância pode à partida parecer inconciliável, mas a verdade é que *ambos* partilham muita coisa em conteúdo e forma. A questão que se coloca é: “porquê estudar a *anime*?”, respondendo-se, consequentemente: “porque a *anime* é o mais avançado género de animação, o único que se relaciona directamente com a robótica e os novos *media*”. Como se demonstrará ao longo desta tese, a robótica e a animação, assim como os novos *media* e as culturas gráficas populares, têm pontos de sintonia que os autores investigados também verificam. Dois pontos fulcrais para que se compreenda a *Galáxia de Anime* são o facto de se entender o robô como futuro do computador, e a forma como a imagem digital é vista como égide da cultura gráfica popular. Neste sentido, estudar a *anime* como tecnologia, enquanto meio de comunicação, é importante para que nela se reconheça uma nova fórmula de comunicação que prossegue dos formatos gráfico-literário e do vídeo-cinemático.

Resultados Esperados

Com esta investigação, proponho explicar que a animação japonesa é um meio de comunicação, refira-se, novo e global. Exibem-se imagens conotadas com a noção de futurismo robótico e novos *media* no universo gráfico de *anime*. A cultura *kawaii* e as suas figuras globalmente populares, os videojogos como entidades universalmente reconhecíveis e as bandas desenhadas digitais têm potenciado toda uma cultura em rede, participativa para os fãs (Aquila: p. 35 in Lunning [Ed.], 2007), personalizada e *desmassificada*. Utilizar os novos meios de comunicação é aderir a um mundo de informação e entretenimento, gerindo conteúdos mediante *interfaces de media subjectivas*. Partem da *anime* os paradigmas que influenciam a interacção do utilizador-informação. Quanto mais sofisticado são os *media* mostrados na animação, mais popular ela será.





O objectivo desta pesquisa é ainda, conforme referimos já, provar a existência de uma relação simbiótica entre a *anime* e os videojogos. De acordo com a investigação efectuada, é de enorme importância mostrar que da animação japonesa resultam outros subprodutos como a *manga* digital, a publicidade e os telediscos. Aplica-se inclusivamente o enquadramento teórico e invoca-se o registo histórico do Japão para se ter elementos que permitam a fácil compreensão do fenómeno *anime*. Por isso um conjunto de autores, temas e questões pertinentes foi reunido e actualizado para elucidar o leitor acerca dos temas investigados. Outra premissa impreterível alicerça-se na *anime* como um meio de comunicação novo e não apenas um “género” de desenho-animado, ao contrário do que se possa pensar à partida. Autores como LaMarre falam em “animações” (2009: p. xiv) para evocar pluralidade e não referem a animação enquanto conceito unívoco. Posto isto, espera-se com base na pesquisa apresentar o universo de correlações entre a *anime* e a constelação de meios derivados. Os *media* mais recentes pautam-se por características de “mobilidade”, “personalização”, “participação”, “jogo”, “rede” e “subjectividade”. Novos meios, como os videojogos e a *manga* digital manifestam estas características. Mesmo nas animações, as máquinas e os *media* que são objecto narrativo exigem controlo, pilotagem e interacção. Facto é que o público se tem habituado a gerir ficheiros de *media* e a arquivar dados de formatos e autores diversos, sejam eles oficiais ou amadores, pertencendo a toda esta cultura pública do futuro, assente na partilha, no visionamento grátis e na publicação “on-line”. Situando a problemática da animação no contexto das Ciências da Comunicação, espera-se que as várias dimensões da *Galáxia de Anime* – estética e técnica, indústria e história, narrativa e *media* – sejam analisadas; que as questões conheçam resposta e demonstrem pertinência académica.

Enquadramento Teórico

Autores e Conceitos

Nesta secção, expõem-se os vários grupos de autores e ideias que se desenvolverão ao longo de toda a tese. Os argumentos principais envolvem temáticas de banda desenhada, animação (*media*), indústria, robótica (tecnologia), história, sociedade e ficção científica. O enquadramento teórico desta tese

Livros LabCom



consolida-se desde logo com as referências à banda desenhada, por ser este o ponto de partida para as *anime*. Argumentos de teóricos das Ciências da Comunicação, história e filosofia, assim como da antropologia e de áreas mais técnicas da imagem são fulcrais para se organizar o discurso aqui presente. Antes de se enveredar por falar da *anime*, da sua história, estética, técnica e dos respectivos públicos, é bom salientar que todo o universo *anime* é originado pela banda desenhada *manga*. O começo encontra-se assinalado por Osamu Tezuka, pois quando este autor cria *Mighty Atom* [*Tetsuwan Atomu*] e publica as suas histórias pela primeira vez em 1951, a *manga* passa a ter um grande leque de seguidores e activa a subsequente *Galáxia de Anime*. Cerca de 193 episódios a preto-e-branco de *Mighty Atom* foram criados por Tezuka com o objectivo de serem exibidos na Fuji Television. Esta emissão terminou em 1966 mas, em 1980, uma nova versão de *Astro Boy*, desta feita em modo colorido, passou na televisão japonesa. Para esta, foram propositadamente criados cinquenta episódios. Esta era a primeira *anime* exportada para o resto do mundo, o que, para a altura, era um feito inédito. Enquadrando a banda desenhada nos argumentos introdutórios desta tese permite-nos ter uma ideia acerca do legado de Tezuka na cultura gráfica de *manga*. Osamu Tezuka ficou conhecido não apenas por *Astro Boy*, mas por inúmeras criações, como *Buddha* (2006) e *Phoenix* (2003-2007). Estas obras representam o auge da *manga*, algo que Tezuka desenhava até à sua morte, em 1989 (Poitras, 2001: p. 25).

Os trabalhos dedicados à *manga* que revelam pesquisa mais profunda são poucos mas muito populares. Um texto muito conhecido, *A History of Manga, Part 1*, de Matt Thorn (2005), apresenta uma breve história da banda desenhada japonesa de um ponto de vista académico. Luyten (1991), por sua vez, analisa a *manga* de forma exaustiva e histórica mas menos precisa que Frederik L. Schodt (2002), um dos autores de maior renome em ensaios sobre *manga* e *anime*, para quem a banda desenhada sintetiza arte tradicional japonesa num formato físico importado do ocidente (p. 21). Na famosa obra *Manga! Manga! – The World of Japanese Comics*, Frederik Schodt descreve o Japão como a primeira nação a legitimar o livro de *manga* e a testar o seu potencial em grande escala (1983: p. 32). Jonathan Ross afirma, no programa de TV *Asian Invasion* (Rod Edge, 2006 [1-3]), que os japoneses elegem o formato de *manga* como principal meio de comunicação. Com os livros de Scott McCloud, ficamos a saber que a banda desenhada é *media*. Este é um

dos autores que defende que o sucesso da *manga* é consequente da sua tecnologia em “Understanding Manga” (1996: p. 45). De acordo com o autor, a base da *manga* é a técnica narrativa capaz de estimular o envolvimento. Adicionalmente, a *manga* tem como grande característica a representação gráfica do movimento de veículos e personagens verdadeiramente originais, acreditando McCloud que estas imagens “tornam o leitor em participante” (1996: p. 45). Todavia, se a *manga* do nosso tempo deve muito ao conteúdo e à forma de contar histórias inventada por Tezuka, também é um facto que Katsuhiro Otomo (2000), ao publicar *Akira* em fascículos e Masamune Shirow (1995), ao lançar *Ghost in The Shell*, ambos na editora japonesa Kodansha, deram um grande contributo à renovação da cultura gráfica de *manga*. Se Otomo responde com imagens de holocausto e mutação, Shirow fá-lo com a cibernética, o futurismo e os ciborgues. Do ponto de vista editorial, a crescente aceitação e popularidade da *manga* é um indicador de que esta representa “o futuro modelo de negócio para música, filmes e ‘media’ de todo o tipo” (Daniel H. Pink, §9: 2007).

Quanto à dimensão estética e técnica da animação, há obras que ficaram conotadas com a “época de ouro”, entre as quais estão *Candy Candy* (Shunichi Yukimuro, 1979) e *The Adventures of Tom Sawyer* (1980). Embora estas obras não abram caminho para temáticas como a robótica, veiculam o traço de desenho instituído por Tezuka. Daqui em diante, segundo Poitras, uma subcultura floresceu em redor da *anime* e seus subprodutos de entretenimento (2001: p. 7). Neste momento, o elemento mais predominante na animação, e que é transversal aos videojogos, é o “elemento cinemático” (Hideo Kojima cit. in Hanson, 2004: p. 59). Ao passar da animação para o regime dos videojogos, este elemento permite-nos apontar que se assiste a algo novo na animação. Ora na *anime* é possível reconhecer algumas estruturas e convenções justamente porque há uma operação repetitiva. A análise que Susan Napier (2001) tece sobre *anime* leva-a a concluir que o fã deste tipo de animação é um novo tipo de espectador (p. 242). Em *Asian Invasion* (Rod Edge, 2006 [1 de 3]), Jonathan Ross assume que, no Japão, é preciso reparar na animação por ser uma das mais importantes áreas da cultura japonesa. Esta é uma discussão que Napier (2006) prolonga em *The World of Anime Fandom* (p. 47-63 in Lunning [Ed.] [2006]). Antonia Levi (1996) afirma que a *anime* é um “escapismo” elevado a uma arte de estatuto superior.

Para que fique claro, a imagem da *anime* é uma “imagem em camadas”

[em “layers”] (LaMarre, 2009: p. 17), usualmente chamada “imagem multiplana” (*Idem, Ibidem*: p. 129). A multiplicidade faz parte da forma da animação, do mesmo modo que a “metamorfose” (Paul Wells cit. in Napier 2001, p. 36). Quando se fala em “temáticas padrão”, fala-se exactamente nas estruturas repetitivas, isto é, não no que cada animação refere, mas no que todas as animações exibem no seu conjunto. Barthes (1982) sustentava que “um signo é o que se repete. Sem repetição não há signo, porque não se poderia reconhecê-lo e o ‘reconhecimento’ é o que fundamenta o signo” (p. 255). No que diz respeito às temáticas mais comuns nas obras de animação analisadas nesta investigação, é possível definir o subgénero “mecha” [*mecha*] (Poitras, 2001: p. 35) e o dos lugares em transformação como os principais pólos. Não obstante, é o género “mecha” que mais investimento sofre da parte dos criadores e dos ensaístas (Napier, 2001: p. 11; Levi, 1996: p. 161; Hornyak, 2005: p. 58; Singer, 2009: p. 89). Fica a nota que qualquer electrodoméstico ou robô é considerado “mecha”. Contudo, são os robôs os protagonistas das narrativas de ficção científica de *anime*. Embora Schodt aponte que os robôs gigantes são uma imagem projectada do inconsciente colectivo japonês (cit. in Luyten, 1991: p. 188), o seu significado é muito mais vasto, já que representam uma nova forma de interacção homem-máquina, homem-veículo ou homem-*media*. Os robôs de “mecha” representam um novo tipo de “mobilização”, simultaneamente veicular e militar e são o futuro dos veículos “dirigíveis” (Schodt, 2002: p. 245) ou “transformadores” (Matthews, 2004: p. 12).

Na base do ímpeto para a criação de mecanismos e espaços futuristas dos japoneses, há uma imagem de catástrofe indelével. Se quisermos compreender de imediato a questão do holocausto, há que nos munir dos argumentos do filósofo Søren Kierkegaard, pois refere este autor que “a ‘repetição’ é uma expressão decisiva para o que ‘recordação’ era para os Gregos. Tal como estes ensinavam que todo o conhecimento é recordação, também a filosofia moderna ensinará que toda a vida é uma repetição” (1964: p. 33, tradução nossa). Desta mesma noção de repetição não se dissocia a animação japonesa, cujo formato se encontra profundamente interligado à repetição. Os conceitos de “recordação” [“recollection”] e “repetição” [“repetition”] que Søren Kierkegaard apresenta e explica no texto *Repetition – An Essay in Experimental Psychology* são preciosos para que percebamos as imagens de apocalipse da anime. Um autor mais contemporâneo, Peter Sloterdijk (2002) emprega a

expressão “‘pedagogização’ da catástrofe” (p. 78) para sublinhar que a mensagem da catástrofe tem um propósito. Distanciada do contexto de evento cataclísmico, uma outra constelação de autores propõe conceitos úteis para se reflectir sobre as imagens de *anime*. Um desses autores é Fred Polak (1973), que não só menciona a questão da “utopia” (p. 142) como ainda descreve “a imagem do futuro” numa obra emblemática. De Umberto Eco aplicamos essencialmente o conceito de “metatopia” (1989) para examinar sobretudo os lugares em modernização que figuram na *anime*. Após a modernização, detecta-se uma “blade-runnerização” (Gibson, 2003), isto é, uma degradação do meio-ambiente. Assim, os lugares “blade-runnerizados” são os lugares distópicos onde o melhor dos mundos não existe, somente alta-tecnologia e baixo nível de vida. Certamente, o tema mais interessante e visualmente mais apetecível de visionar é o da “metatopia”, já que esta consiste em mostrar (através do modelo da ficção científica) épocas futuras que prolongam directamente a contemporaneidade, algo que se explorou em *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982). Em obras de arte como *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988), a mensagem funciona de acordo com o modelo da “metatopia”, disponibilizando-se retratos do futuro ou apresentando-se como previsões de algo que ainda não aconteceu.

Além do futuro, o passado ocupa um largo espaço no imaginário da *anime*, não só nas imagens de apocalipse, mas também nas do Japão pré-moderno. Antes da Reforma *Meiji*, o Japão de então, feudal, antigo, fechado e não modernizado, encontrava-se habitado por vultos como o *damiyo*, o *shogun* e o *samurai*. Figuras como as dos *ninjas* (lutadores de artes marciais) e os *karakuri* (autómatos de madeira) ocuparam sempre um espaço de destaque na cultura japonesa. São inúmeras as obras em que os motivos do Japão feudal aparecem como cenografia ou como protagonistas. Na moldura de obras escolhidas para investigar nesta tese, temas de *hentai* (Levi, 1996: p. 160) não foram contemplados (embora este seja dos subgéneros de *anime* de maior sucesso comercial). Entre os temas que, de alguma forma, não são repetidos na *anime*, mas que costumam estar implícitos ou ser mencionados, temos o Teatro *Kabuki* (Levi, 1996: p. 160) para homens e o Teatro de marionetas *Joruri*, por exemplo.

Os *media* são também uma área de estudo (“media studies”) que permite entender a animação como algo mais, e que nesta tese é central, a animação enquanto meio de comunicação. Henry Jenkins, Thomas LaMarre (2009)

e Christopher Bolton *et al.* (2007) analisam a *anime* como *media*. Temos, através de McLuhan (1977a; 1977b), conhecimento de que a herança que Gutenberg deixa à sociedade ocidental provoca a fragmentação, a especialização e o nacionalismo. *Understanding Media*, a obra mais conhecida de McLuhan, é o texto em que o autor diz que a era do consumo de imagens terminou, dado que a era icónica já paira sobre nós (1994: p. 103). A predominância do ícone é algo manifesto nas animações, sob a forma de mascotes, objectos de decoração, brinquedos, robôs e outros veículos, sendo que os artigos de “merchandising” derivados da animação acusam exponencialmente esse tipo de ícones. Quem os adquire são os fãs, não necessariamente as crianças, mas sim jovens adultos e adultos. Sugimoto (2003) destaca que “a geração global personifica a cultura global” (p. 74, tradução nossa). E, na *anime*, temos um caso de “cultural global”, por isso a apelido de *Galáxia de Anime*, e que nos dias de hoje é fomentada por uma geração que acompanha os lançamentos de produtos e assiste à exposição das obras. Recorde-se que Debord havia acusado o “espectáculo” como a causa de deturpação da sociedade, tornando-a numa “sociedade do espectáculo”. Todavia, se o espectáculo cumpre a função de ser um “instrumento de unificação social” (1991), então a sociedade funciona mesmo quando as relações sociais são mediadas por imagens. Este é o caso do Japão global e da *anime*; nenhum país elegeu a animação e a banda desenhada como principais *media*, e menos ainda um país idêntico resolveu exportar essas imagens que mediam as relações sociais de parte da sua população. Acresce ainda a emergência de um novo público a partir do âmbito destas imagens, o público *otaku*.

O facto de a *anime* ser um meio novo, e global, fez deste tipo de animação um marco no contexto das imagens animadas. Wiliam Gibson emprega o conceito de meio “pós-geográfico” no documentário *No Maps For These Territories* (2003), de Mark Neale, para explicar a escala “trans-nacional” da Internet na era das economias globais. A *anime* é incontornavelmente um fenómeno e um tipo de *media* “pós-geográfico”. Prova-se isso sabendo que os brinquedos de infantis e simpáticas figuras *kawaii* são considerados, por Winge, “objectos transnacionais” (p. 60 in Lunning [Ed.], 2008). “Internacionalidade” é a característica que, para Hiroshi Yoshioka (2008), mais se destaca na animação japonesa. Sendo também globais os novos *media*, como as redes de dados e as plataformas portáteis multimédia, onde se partilham ficheiros de *anime*, *manga* e videojogos, é evidente que a *anime* existe na cultura global

e habita um território de ‘new media’ que atravessa mesmo fronteiras nacionais” (Napier, 2001: p. 23-24). Sublinhe-se, contudo, que esta tendência não é de agora porque, no ensaio histórico *Manga! Manga! – The World of Japanese Comics*, Schodt (1983: p. 32) já havia reparado que a *manga* é um trabalho contínuo para quem se interessa por *media* e informação transmitida de outro modo. Num texto de 2002, Frederik Schodt (2002) salienta que a banda desenhada *manga* é, actualmente, um tipo de “meta-media” (p. 20); um meio de comunicação mais poderoso e sofisticado. Quando Henry Jenkins (2006) descreve a cultura da participação, a “cultura de convergência” e o fenómeno “transmedia” da narrativa dos novos meios, o que está em causa é como se constitui esta “cultura pública do futuro” (p. 24). E Jenkins não se coíbe a apontar a *anime* como parte desta tendência. Gilles Lipovetsky, em 1989, falava numa “cultura clip” (p. 280), no âmbito da moda, claro está, mas implicando o modo como se consomem imagens em excertos, fragmentos, algo que é tipicamente pós-moderno. Para Thouny, o que temos diante de nós é um “mundo transmedial” (p. 125 in Lunning [Ed.], 2009), onde duas vertentes de novos meios se distinguem: a narratológica (literário e cinemático) e a ludológica (videojogos).

Noutras perspectivas, como a de Bolton et al. (2007), associam-se os *media* à ficção científica (p. vii in Bolton et al. [Ed.], 2007). Num texto do mesmo ano, 2007, Daniel H. Pink repara que os jovens prestam mais atenção aos ecrãs dos telemóveis do que às páginas impressas (p. 1, §4). A antropóloga cultural japonesa Mizuko Ito também apresentou argumentos no sentido de expor a situação de os jovens japoneses substituírem o contacto social pelos telemóveis e outros meios de comunicação portáteis ou móveis em *Mobile Phones, Japanese Youth, And The Re-Placement of Social Contact* (2004). Até no pós-guerra, Herbert Marcuse escreve que, se para a sociedade estabelecida não existisse um meio de comunicação predilecto senão o da ficção face aos requisitos sociais (2006: p. 251), então estaríamos perante algo novo. Sobre os futuros do cinema na era digital, diz Matt Hanson, em *The End of Celluloid: Film Futures in The Digital Age* (2004), que o que existe agora é uma “imagem-movimento avançada” (p. 174). Sabemos que Herbert Marcuse (2006) apontou também esse domínio das “imagens avançadas” (p. 63). E, na animação, estas imagens avançadas servem o propósito de exhibir a interface piloto-robô, de modo a que um dia se proceda a uma total “informatização da interface piloto-’mecha” (LaMarre, 2009: p. 234, tradução nossa). Isto

porque se equaciona o robô enquanto suporte, futuro provável do computador, assim tudo o que é computadorizado é o futuro dos *media*. Logo, o que os novos meios de comunicação antecipam é um cenário em que os robôs são meios de informação – “information media” –, sobretudo os robôs humanóides. A sua principal função no nosso futuro é interagir connosco, como avança Hiroshi Ishiguro (in Hornyak, 2006: p. 136).

É-nos possível subdividir a história do Japão, à qual se dá nesta tese um grande destaque, em três momentos distintos: o pré-moderno, o moderno e o contemporâneo. Até à reforma política e económica de 1868, o Japão é composto por três grandes ilhas, mas não se organiza enquanto uma nação única de japoneses. São os senhores feudais que podem adquirir, no mundo pré-moderno, os autómatos Karakuri (Singer, 2009: p. 45), criados pelos “Homens da Renascença japoneses”, como nota (Hornyak, 2006: p. 25). A Modernidade, inaugurada no Japão pela Reforma *Meiji*, compreende assim a segunda metade do século XIX e grande parte do século XX, até 1970. Neste momento da História, as animações japonesas estão no seu auge e começa a sua promoção global. A partir daqui, o mundo fica a conhecer as imagens que mostram a detonação nuclear de modo “inquietante”. *Barefoot Gen* é a animação que mais detalhadamente mostra a catástrofe. Sabendo que, para Eugenio Trías (2005), a inquietação advém da repetição produzir um efeito mágico, a sensação de *déjà vu* (p. 45), podemos concluir que a repetição das imagens do apocalipse funciona como algo inquietante. É por isso que Napier vê no Japão uma identidade nacional apocalíptica (2001: p. 193) e Benzon sublinha a “cultura apocalíptica” (p. 284 in Lunning [Ed.], 2007). Aquilo de que nos fala Tito Cunha é que a morte é certamente a experiência da mais extrema ausência e a do mais irredutível silêncio (2005: p. 54). A imagem do cogumelo atômico durante a Guerra Fria é a tradução de um futuro chocante. Pensava-se nessa época que o futuro seria negativo por ameaça das armas nucleares. O “choque do futuro” [“Future Shock”] é a definição que Alvin Toffler (1970: p. 8) atribui ao fenómeno de tecnofobia, ao receio da mudança (Singer, 2009: p. 89). À medida que o mundo ocidental evolui, o mundo asiático segue o mesmo percurso, embora em maior grau de desenvolvimento. Deste modo, a noção adiantada por Sloterdijk de “Renascimento Asiático” (2002: p. 61) adquire sentido, sobretudo quando se sabe que a década de 70 vinca a produção de animações que se internacionalizam nos anos 80. Na perspectiva de Befu, assiste-se a uma “Asiatização do Ocidente” (in Wong:

p. 27 in Lunning [Ed.], 2006). Mas, deste tipo de fenómenos, interessa-nos particularmente o da “japonização” que Kojève (cit. in Agamben, 2004) e Morley & Robins (2004) mencionam. Em Barthes, refere-se o “devir-Japão” (1984) e, em Miyao (p. 88 in Lunning [Ed.], 2007), que o mundo que foi “japonificado” [“Japanified”].

No âmbito do registo histórico, Naoki Sakai argumenta que a ideia de um “pós” é “post-factum”, ou seja, é “pós” no sentido de haver uma situação irreparável, póstuma (in Walker: p. 5 in Lunning [Ed.], 2009). *The End of History And The Last Man* (1992) é o ensaio em que Francis Fukuyama declara o “fim da história” e define o que entende por “o último homem”. A própria historiografia, o registo das acções e feitos humanos, para Fukuyama (2002), atingiu um fim. De acordo com este autor, estamos na “pós-história”. Uma vez atingido o seu fim, aceita-se que a história tenha cumprido os seus desígnios. Agamben (2004) sublinha a “pós-história” e Sloterdijk (2002: p. 86) a “cultura pós-histórica do pânico”. Constatamos que a “pós-história” está em sintonia com “pós-modernidade”, o período entre 1970 e 1995, em que se destaca o pensamento “pós-moderno” (Hirokoi, 2007b: p. 178 in Lunning [Ed.], 2007). Lyotard (1979) descreve “condição pós-moderna” como o momento em que “meta-narrativa”, a narrativa que reúne todos os indivíduos de forma global, entra em declínio, sendo substituída por narrativas mais pequenas. Esta fragmentação das narrativas é notória na *anime*, pois também esta é produto da fragmentação típica da pós-modernidade. Morley & Robins dizem que o Japão é a mais pós-moderna de todas as sociedades (2004: p. 160) e Mizuno declara a extinção das grandes narrativas no mundo pós-moderno (p. 180 in Lunning [Ed.], 2007). Importa reter especialmente esta prevalência do “póstumo” na análise que se faz necessária sobre a *anime*. Acreditamos que a notoriedade actual da animação japonesa tem nexos num contexto *pós-Matrix*; o mesmo será dizer “pós-ciberpunk” (Tatsumi: p. 216 in Lunning [Ed.], 2009). Os ciberpunks adoram as máquinas e aspiram a ligar-se às máquinas cibernéticas. Mamoru Oshii, na *anime Ghost in The Shell*, revela o próximo estágio, o da evolução “pós-ciborgue” (Orbaugh: p. 164 in Lunning [Ed.], 2008), o momento em que a sociedade mecânica e/ou electrónica coexistem no mesmo espaço urbano. Bolton (2008) sugere a fase “pós-humana” (p. xi in Lunning [Ed.], 2008) tal como Taylor (2008), quando diz que “nós somos já pós-humanos” (p. 3 in *Idem, Ibidem*). Estes dois autores discu-

tem os limites da “pós-humanidade” na obra *Limits of The Human*, da série Mechademia (Vol.3), editada por Frenchy Lunning (2008).

Ainda neste contexto de crítica ao registo histórico, Thomas LaMarre faz saber que vivemos a era do “pós-mecânico”, por haver cada vez mais referência a “entidades pós-mecânicas”: ciborgues, computadores pensantes e robôs inteligentes (p. xi in Lunning [Ed.], 2009). De certo modo, o declínio do mecânico e do moderno e da economia fóssil é assinalado com a emergência do electrónico, do pós-moderno e da nova economia global. O pós-guerra é o momento em se repensa a economia a uma escala histórica. Em 1973, abate-se sobre o Japão uma crise energética. Desde esse momento, investigadores como Sugimoto (2003) proclamam o fim da era industrial, ou seja, um Japão “pós-industrial” (p. 76). Já no final do século XX, o aparecimento da Internet e dos novos *media*, entre outras inovações, mudam a condição de operabilidade da indústria em geral. Anne Allison nomeia como “pós-fordismo” a condição da indústria de serviços (in Brent Allison: p. 322 in Lunning [Ed.], 2009) para referir o crescente sector de meios, tecnologias e profissões relacionadas com *new media*. O que caracteriza esta sociedade do nosso tempo é a sua devoção para com espaços “pós-nucleares” ou “pós-holocausto” como é o “videoclip” para Kevin Williams (2003: p. 2). A geração actual, pós-industrial, herda a “cultura massificada” e “pós-tecnológica” que Herbert Marcuse (2006: p. 63) refere. Muitos cenários desta sociedade foram antecipados pela ficção científica, até mesmo a japonesa. Segundo Bolton et al. (2007), é William Gibson quem compreendeu particularmente as ramificações da ficção de ciência das intermináveis misturas de modas e tecnologias pessoais patentes na imagem da *shinjinrui* – a nova cultura jovem nipónica de “novos humanos” do nosso tempo (p. ix in Bolton et al. [Ed.], 2007). Desde o pós-guerra, a sociedade que sobreviveu aos bombardeamentos e às sequelas da radiação se sente na presença de algo novo. Os japoneses foram os primeiros a assistir ao pós-humano. Sloterdijk destaca mesmo que os alternativos de hoje são já os filhos da catástrofe (2002: p. 71) e, de certa forma, tal como Allison (2006), também defende a existência de uma “juventude pós-industrial” em todo o mundo que acredita numa fantasia, por seu turno aditiva, que convince os participantes dessa mesma fantasia, os jogadores, a continuar a jogar e a expandir as suas fronteiras de jogo” (p. 19 in Lunning [Ed.], 2006).

Parece-nos a nós, contemporâneos, que o Japão de hoje se estabeleceu com base na tecnologia e na modernização agressiva, mas, até à Reforma

Meiji, o Japão era ainda um conjunto de territórios, e não um país como hoje o entendemos, onde a Religião *Shinto* era praticada pela maioria da população (Benedict, 2005: p. 30; Sugimoto, 2003: p. 255). A grande fase de modernização do Japão, que tem um pico na Segunda Guerra Mundial, tinha, em parte, sido suportada pelo facto dos japoneses acreditarem no seu “lugar devido”, na “posição que lhes era devida”, de observação do mundo moderno; acreditavam na sua superioridade (Benedict, 2005: p. 81). Sob a teoria da “imagem do futuro” de Fred Polak (1973), fundadora do futurologismo contemporâneo, podemos entender as propostas futuristas das imagens de *anime*. Se nestas imagens a tecnologia ocupa uma posição preponderante, tal acontece porque o Japão criou para si uma super-imagem do futuro, a de que o seu “lugar devido” na hierarquia histórica é a de detentor da supremacia tecnológica. Kenji Kamiyama (2007), na animação *Ghost in The Shell: Solid State Society*, alerta para os perigos iminentes de uma sociedade maquinizada, interligada por redes e computadores, uma “sociedade em estado sólido”, como os dispositivos de armazenamento digital. O Japão explora esta imagem do futuro – a da sociedade “mecatrónica” (Schodt, 1988; Hornyak, 2006: p. 10) – à medida que melhora no presente a “ciência da imaginação” (Marcuse, 2006: p. 253). O efeito desta indústria da fantasia da *anime* é uma aceitação ampla de que as imagens espectaculares não só existem como mediadores sociais, mas também representam o pseudo-sagrado (Debord, 1991: p. 19). A toda esta máquina de animação, LaMarre apelida a “máquina animética” (2009: p. xxvi).

As figuras centrais da “máquina animética” referida por LaMarre são os robôs. Frederik L. Schodt (1988) é quem nos informa de que o Japão é conhecido como o “reino dos robôs” [*robotto okoku*], tanto em termos reais como ficcionais, dado que um terço dos robôs de todo o mundo é feito no Japão (Singer, 2009: p. 242). O grau de perfeição das figuras robóticas já é de tal ordem que se tornam criaturas “inquietantes” no sentido freudiano, parecendo ter uma natureza escondida (Freud, 2003: p. 124). Nakamura diz existir um “inquietante mecânico” até mesmo na literatura de ficção científica, um sinónimo para artificial (2007: p. 5 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). O “inquietante” em Freud também nos remete para uma concepção animística do universo, o momento em que o cosmos era supostamente habitado por espíritos. É nesta perspectiva que Anne Allison emprega a expressão “mercadoria animística” (in Brent Allison: p. 321 in Lunning [Ed.], 2009) para designar um mundo de

coisas novas que parecem ter vida como sempre tiveram. Até mesmo o título da obra de Christopher Bolton *et al.* (2007) faz menção aos “fantasmas robóticos” e aos “sonhos cibernéticos”. O Japão concebe uma relação interactiva entre o robô “mecha” e a criança/jovem. Frenchy Lunning analisa essa relação em *Between The Child And The Mecha*, p. 268-283 in Lunning [Ed.], (2007). Predomina, neste tema do “inquietante”, a “estética do inquietante” (Monet, 2007: p. 212 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). E a “inquietação” pode atingir um grau mais elevado se o robô parecer, efectivamente, “demasiado humano”. A esse fenómeno de estranheza, Masahiro Mori chama-lhe o “vale inquietante” (“uncanny valley”) (in Singer, 2009: p. 301), por este separar humanos e máquinas consoante a imperfeição, e por aproximá-los quando os robôs parecem humanos demais, como os que Hiroshi Ishiguro constrói. Aquilo que os roboticistas têm desenvolvido é somente o conceito de “máquina social” (Hornyak, 2006: p. 21) do robô, algo que já englobava o autómato *karakuri* no Japão antigo. Para o espectador de *anime*, as figuras robóticas da animação funcionam enquanto retrato de um mundo em que o “japonês se fundiu com o “andróide”, daí Tatsumi falar em “japonóides” [“Japanoids”] (p. 194 in Lunning [Ed.], 2008).

Na *Galáxia de Anime*, a “indústria cultural” (Theodor Adorno & Max Horkheimer, 1944, originalmente) é um facto. A proliferação da animação desde os anos 80 demonstra o crescimento do “Capitalismo na Ásia” (Sugimoto, 2003: p. 24, tradução nossa), pelo que a imagem do progresso deixa de ser pertença exclusiva do Ocidente. McLuhan é um dos autores, que nos seus estudos de *media*, reparam na “des-ocidentalização” (1994: p. 92) em curso na sua época. Há uma “asiomania” (Sloterdijk, 2002: p. 59) na contemporaneidade que é suportada pela economia próspera da Ásia. Gilles Poitras (2001) sublinha que a economia próspera dos anos 80 fez tanto pela disponibilização de fundos para a ‘anime’ como pela criação de um mercado de artigos baseados nas animações (p. 53). Este desenvolvimento económico é destacado por Daniel H. Pink (2007), que vê no formato de negócio proporcionado pela *manga* global o mais relevante produto do complexo industrial. Mas é na animação que radica a face do capitalismo japonês. Anne Allison define-o como “capitalismo Pokémon” (in Brent Allison: p. 323 in Lunning [Ed.], 2009). Ao contrário do capitalismo “standard”, o capitalismo japonês implica a exportação de tecnologia e de cultura, como informa Jonathan Ross em *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002-2007), compadecendo-se um tal

género de capitalismo com “sociedade de consumidores avançados” (Thomas LaMarre: p. ix in Lunning [Ed.], 2009, tradução nossa). A tal “cultura industrial avançada” (2006, p. 13) anunciada por Herbert Marcuse existe em estado pleno no Japão, esse país onde a *anime* não é algo que exista somente dentro dos ecrãs, atravessando a fronteira para o lado de cá, para o real, assim como a exportação de cultura passa a fronteira geográfica do Oriente. Com a “indústria cultural avançada”, transacciona-se o “capital-imagem”, a produção em série de uma “sociedade espectacular”. Alerta Debord que “o espectáculo é o ‘capital’ a um tal grau de acumulação que se torna imagem” (1991: p. 23). A cultura *kawaii* das figuras simpáticas e infantis, plásticas e sinistras é sobejamente conhecida como cultura “gira” (“cool”). Na verdade, trata-se de um sistema de “merchandising”, um exemplo do “Capitalismo *Pokémon*” que produz somente imagens capitais. O propósito das imagens e objectos femininos *kawaii* é religar os consumidores à infância; são um escape material do mundo dos adultos. (Winge: p. 59 in Lunning [Ed.], 2008). No que diz respeito a este tema do belo e a sua sinistralidade, Eugenio Trías (2005) é quem melhor critica o bonito e o inquietante, mas Guy Debord (1991) aplica um conceito extremamente versátil, o das “imagens-objecto”, que nos permite perceber o “consumismo avançado” da *Galáxia de Anime*.

Temas

Em termos gerais, o grande tema central são os *media*. Desde a análise aos formatos impressos até aos visuais e multimédia, a animação atinge um ponto de maturidade, recuperando o género narrativo e o cinemático, a estética fotográfica e ludológica. Sem o sucesso e a predominância dos livros de *manga*, a animação não seria um meio globalmente reconhecido. No contemporâneo *ambiente-de-media*, o espectador de animação é um jogador e um arquivador de dados, um coleccionador de informação; em suma, um *espectador-limite*. A sua condição é marcada pela necessidade de controlo. É assim, como *público do controlo*, que o *otaku* se populariza, vivendo fascinado com *media*, o ciberespaço e robôs. Todo o seu universo de informação deve estar sob o seu comando, como quem comanda uma figura num videojogo ou conduz um robô “mecha”. São as imagens que melhor simulam as sensações de *participação*, *subjectividade* e *transporte* que atraem o público da animação e produtos correlacionados. Ao mencionar que os videojogos de *Anime* efecti-

vam um *prolongamento*, está a defender-se que estes jogos ampliam o mundo animado. O paradigma de base continua a ser o do cinema, sendo o cinemático o que alimenta a *simbiose videojogo-filme*. Por se empregarem tecnologias idênticas, videojogos e animações tornam-se similares; como LaMarre sabe, as semelhanças em animação e *media* aumentam a procura de “animated media” (2009). À partida, a velocidade e a agressividade são as características maiores da *Galáxia de Anime*, embora as sequências pareçam resumir-se a *recortes gráficos multiformes*. É também espantoso que as personagens e máquinas que vemos constituam uma *imagem-brinquedo* que implica a contiguidade de figuras de anime até ao mundo real. Também o contrário existe, sob a forma dos *brinquedos-imagem*, *brinquedos-gráficos* que originam animações. Subprodutos e sucedâneos diversos da animação surgem no âmbito da publicidade e dos “videoclips”. Visual e sonoramente, assiste-se a uma interminável reconfiguração generalizada por todo este *império dos gráficos* japoneses.

As temáticas da animação focam com especial atenção o *lugar das máquinas*, a sociedade mecatrónica do futuro ou a metrópole biónica de amanhã. O outrora ambiente natural e humano é substituído por um *habitat ciborgue*, que configura a pós-humanidade. São comuns as narrativas sobre o emergente *país das máquinas*, a nação de robôs e espaços futuristas que estabelece a *civilização pós-humana*. Nem sempre as narrativas de animação apresentam um retrato de “um mundo melhor”. A *Distopia e o Totalitarismo* são dois temas explorados em simultâneo. Ora se assiste a uma sociedade fascinada com os mini-robôs domésticos, ora se vê uma sociedade assustada com o *esplendor-limite* dos robôs “replicantes” de Hiroshi Ishiguro.

Independentemente da questão que se aborda relativamente à animação, a importância dos três momentos históricos é incontornável. Pré-modernidade, Modernidade e Contemporaneidade dividem o registo histórico do Japão em três fases, todas elas intrincadas na tecnologia. A pré-modernidade encontra-se marcada pela espada do *samurai*. Era este o soldado que respondia perante o seu senhor, o *shogun*, pertencendo a uma classe à parte. A restante população, maioritariamente rural, era crente da religião *Shinto* e o nome individual de cada pessoa era indiferente. Era-se conhecido pela profissão que se tinha. Mas os samurais tinham nome. Este mundo pré-moderno termina em grande parte com a Reforma *Meiji*, o momento em que o Japão fechado ao ocidente se reabre à força sob pressão do Comodoro Matthew Perry, que em

1853 chega à baía de Tóquio com dois navios pretos carregados de tecnologia e medicamentos. (LaMarre, 2009: p. xxxiv). Uma vez entrando no Japão, os norte-americanos iniciam a sua modernização e, em 1868, o regime feudal cai. As rotas de comércio são reabertas e o Imperador volta a ter poder real sobre o território. É assim que termina o mundo pré-moderno do Japão, sobrevivendo apenas a religião à modernização, ao projecto que dura até aos anos 80, momento esse em que o Japão conhece o sucesso económico. Apesar dos anos 90 serem o momento pós-decepção japonês, – no final da década de 1980, a nação é abalada por uma profunda crise económica –, o século XXI é, ainda assim, um momento de progresso asiático, não só japonês, mas também chinês e coreano.

O futuro deixa de parecer chocante e passa a ser uma demanda; representa a busca de uma vida melhor, constantemente incentivada. Mas as cicatrizes da Segunda Guerra Mundial não desaparecem, e intelectuais como Fukuyama reclamam a pós-história, porque a história falhou. Agora, assiste-se ao renascimento da Ásia e a uma mundialização da cultura japonesa, pelo facto do Japão ser conhecido pelo *sushi*, electrónica de consumo, motos e automóveis e, é claro, animação e videojogos. Uma *Galáxia de Anime* cresceu e amadureceu em meio século, instituindo imagens globais, figuras lúdicas e robótica. A versatilidade do formato *anime* tem-lhe valido a sua utilização para passar mensagens *sui generis*, pois o mesmo acontece com a *manga*, que tanto serve para transmitir narrativas bíblicas (Carlos Pessoa, 21 de Fevereiro de 2008: p. 10) como peças de teatro de Shakespeare. O herói desta exportação de meios japoneses (*manga* ou *anime*) é o já referido Osamu Tezuka, autor de *Mighty Atom*, o menino-robô que o mundo conhece como *Astro Boy*. Apoiada pelo domínio político, com a *kokusaika*, a exportação de cultura japonesa converte-se um facto claro. Narrativas, imagens futuristas e brinquedos de colecção tornam uma indústria cultural avançada num reino de ícones bonitos. O mais simples robô de estimação electrónico, o mais reluzente objecto de brincar, dá início a uma nova tendência, a do robô como meio de informação, o futuro computador autónomo, inteligente e capaz de interagir com pessoas. Se Sloterdijk descreve o Renascimento Asiático, por oposição ao primeiro Renascimento Mediterrânico, deve, na nossa perspectiva, estar-se atento ao actual *Renascimento Mediático* do Oriente.

Abordagens Comuns

As principais obras sobre *manga* e *anime* são estudos muito específicos, que examinam aspectos culturais, técnicos, estéticos, sociológicos e antropológicos, económicos ou narrativos. A famosa série de ensaios editada por Frenchy Lunning na University of Minnesota Press, intitulada *Mechademia*, publica anualmente um volume temático, desde 2006. O seu estilo de abordagem não é comum, sendo, na verdade, a única abordagem multidisciplinar e multi-autor que analisa banda desenhada e animação japonesa como *culture*, *popular* e *media studies*. Uma das edições mais importantes de Lunning (2009) é *War/Time*, Mechademia Series (Vol.3).

Uma análise mais genérica, em que se pretende falar de toda a *anime* e mostrar a sua linguagem mais superficial é a de Philip Brophy (2005), em *100 Anime*. Steven Brown (Ed.) (2006), em *Cinema Anime*, observa a animação como género cinematográfico, tal como Antonia Levi (1996) faz em *Samurai From Outer Space: Understanding Japanese Animation*. Esta última dedica particularmente muito espaço às mais relevantes obras de *anime*. Em *Watching Anime, Reading Manga: 25 Years of Essays And Reviews*, Fred Patten (2004) estabelece a ligação entre a banda desenhada e a animação, uma abordagem mais próxima da que se emprega nesta investigação sobre a *Galáxia de Anime: A Animação Japonesa Como New Media*.

Um autor que, citado por todos os investigadores, faz um ensaio histórico, sucinto e abrangente, é Gilles Poitras (2001) com o livro *Anime Essentials: Every Thing a Fan Need To Know*. Poitras fala da banda desenhada, apresenta glossário e imagens, e sem deixar de mencionar nomes de autores, séries e conceitos importantes a reter. Esta é, na nossa opinião, uma ótima obra de iniciação ao mundo da *anime*. Fala ainda da técnica e da estética, do estilo e da linguagem. Quanto à cultura gráfica, o texto de Murakami (2005) é pertinente, mas não tanto como *The Astro Boy Essays: Osamu Tezuka, Mighty Atom And The Manga/Anime Revolution*, de Schodt (2007), pois este incide sobre *manga* e *anime*, como o nome indica. As outras obras do mesmo autor (2002 e 2008) sobre *anime* e *manga* são ainda consideradas as mais populares.

Sonia Bibe Luyten faz um trabalho exclusivamente sobre banda desenhada, em *Mangá: O Poder Dos Quadrinhos Japoneses* (1991), que peca por ser pouco elucidativo e não mostrar a relação da banda desenhada com a indústria de *media*. De um modo geral, *Understanding Comics – The In-*

visible Art (1994), de Scott McCloud, é a obra que serve de primeiro livro para se compreender qualquer banda desenhada, seja de estilo belga, norte-americano ou japonês, não referindo, contudo, a animação. Frenchy Lunning (2006) fá-lo em *Emerging Worlds of Anime And Manga*, Mechademia Series (Vol.1), conciliando associações aos dois meios. Scott McCloud (1994, 1996 e 2000) é o único que faz uma análise extensiva sobre os diversos tipos de banda desenhada. O discurso de McCloud é sistemático e a sua abordagem é mais interessante por os seus ensaios serem apresentados no formato de banda desenhada, onde o próprio autor aparece como personagem participante, dirigindo-se ao leitor. Especificamente acerca de *manga*, McCloud publicou o texto “Understanding Manga” (Abril, 1996), cujo título não só faz ligação com uma obra sua (*Understanding Comics*), como remete ainda para a obra de Marshall McLuhan (*Understanding Media* [1994]). McCloud inspira-se em Marshall McLuhan e faz dos seus textos obras de análise à banda desenhada como *media* – uma perspectiva muito útil para esta investigação.

As obra mais importantes onde se aborda a animação na perspectiva de *media studies* são as de Thomas LaMarre e de Susan Napier. LaMarre (2009) escreve oficialmente uma teoria de *media* sobre *anime* no ensaio *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, com um estilo de análise iniciado por Napier na dupla *Anime: From Akira to Princess Mononoke* (2001) e *Anime: From Akira to Howl's Moving Castle* (2005). Napier (2001) dá especial relevância à animação, estética e história, mas fala em novos meios de comunicação. A autora defende que “anime, manga e videojogos (...) são exemplos deste novo poder que, por razões várias, começou a exercer uma enorme influência no consumo global de cultura popular” (p. 53 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa).

São vários os textos onde prevalece o enfoque nos robôs. Schodt, Poitras e Matthews enveredam por uma semelhante abordagem. Mizuko Ito (2004) e Kitano Mazayuki (22 de Setembro de 2007, p. 5) referem, respectivamente, o problema de substituição do contacto social por *media* e o envelhecimento da sociedade colmatado pelos robôs. Quem aponta relação simbiótica entre *anime* e robótica é Matthews (2003-2004, 2001), que sugere ainda o robô enquanto futuro do computador. Um texto idêntico é assinado por Hornyak (2006) em *Loving The Machine: The Art And Science of Japanese Robots*, onde brinquedos, máquinas industriais e ficção científica cinemática são analisados. Incide sobre ficção científica japonesa, antes de mais literária, o en-

saio *Robot Ghosts And Wired Dreams: Japanese Science Fiction From Origins to Anime*, do especialista Christopher Bolton, *et al.* (Ed.) (2007). Reunindo o texto futurista, a escrita sobre autómatos e a animação, Bolton edita um fascinante ensaio sobre a vertente cibernética da *anime*.

Dentro da linha sociológica, embora Napier e Poitras tenham algumas afirmações nesse estilo, é Sugimoto quem faz, em *An Introduction to Japanese Society* (2003), um estudo prático perceptível e com base empírica. Por ser recente, o livro de Sugimoto considera ainda a banda desenhada e a animação como “meios correntes” (“mainstream media”). Contudo, em *The Chrysanthemum And The Sword: Patterns of Japanese Culture*, o livro que Ruth Benedict (2005) escreve no pós-guerra, expõe, numa perspectiva antropológica e cultural, um retrato pormenorizado da história, da política, da ética e do modo de vida dos japoneses. A identidade cultural do Japão é completamente desmontada no texto de Benedict. O próprio título da obra sugere a duplicidade da imagem do Japão, por se mencionar o “crisântemo” e a “espada” (de *samurai*), cujo simbolismo é importante. Porém, esta não é uma obra sobre o aparecimento da *manga* ou da *anime*.

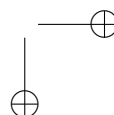
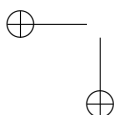


Capítulo 1

DO LITERÁRIO AO CINEMÁTICO

Nesta primeira parte da *Galáxia de Anime*, é premente que apresentemos o percurso que antecede, define e consolida o tipo de animação japonesa, usualmente apelidado de *anime*. Um dos ensaios mais recentes sobre o tema (*The Anime Machine: A Media Theory of Animation* [2009]) é escrito por Thomas LaMarre. Nele, o autor desenvolve a questão do parentesco da animação com o cinema e a sua emancipação. LaMarre diz haver uma “máquina animética” (“animetic machine”) (2009: p. xxvi) que beneficia do surgimento dos novos meios de comunicação. No entanto, com vista a clarificar o leitor sobre o percurso que compreende a fase dos “filmes de *manga*” (período cinemático) e a fase gráfica (“período literário”), há que explicar como se passou do formato de impressão para os formatos de animação e interactivo.

Na *manga*, a banda desenhada deve a sua aproximação junto do público pelo facto de ser considerada entretenimento barato (Poitras, 2001: p. 26). É daí que advém o seu grau de popularidade. As características do formato de impressão são também relevantes. A banda desenhada é, antes de mais, publicada em “magazines” (modelo do fascículo de revista), que só depois são agrupadas em maior quantidade, editadas no formato de livros (Poitras, 2001: p. 66). No seguimento do que dizem, respectivamente, Scott McCloud (2000) e Gilles Poitras (2001), existe uma passagem da “cultura de impressão” à “cultura audiovisual”. A animação desenvolve-se e implementa as conven-



ções estéticas da banda desenhada no formato audiovisual, o que acontece sem obstáculo de maior porque, na *manga*, a narrativa era tão pictorial quanto literária (Napier, 2007: p. 105 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Não se pense, contudo, que o formato impresso de “histórias aos quadrinhos”, como Luyten (1991) refere, era mais indicado a narrativas ligeiras ou de linguagem mais pobre. Encontram-se, por exemplo, publicados 48 volumes de banda desenhada sobre a história do Japão [*Manga nihon no rekishi*]. Ainda hoje, alguns dos locais mais visitados por turistas, e frequentados por autóctones, são a única Biblioteca Pública dedicada ao género *manga*, em Hiroshima, o Museu Público da Manga, em Quioto, e o Museu Nacional de *Gundam*, em Tóquio. Faz parte da carta turística do Japão eleger a banda desenhada e as suas figuras para a promoção do comércio local e da sua “nova” indústria global de animação. Não esqueçamos que na época em que o pós-modernismo é notório, em 1970, palavras como as de Guy Debord (1991) causam um impacto significativo. O que o autor disse mantém-se hoje em dia como uma aceitável descrição daquela a que se chama “sociedade do espectáculo”. Aponta o autor que a realidade objectiva se encontra nos dois lados (mundo da produção e o do espectáculo), tanto no espectáculo como na realidade em si. A popularidade das figuras de ficção, dos ídolos [*aidoru* (Bolton *et al.*, 2007: p. xvi in Bolton *et al.* [Ed.], 2007)] e dos actores de cinema popular sofre um exagero estridente no Japão. O público consome freneticamente as mercadorias produzidas em massa pela indústria. Imaginam-se mundos fictícios, que são posteriormente romanceados (narrativa) e audiovisualmente representados com o propósito de fazerem parte da vida dos consumidores. É Debord quem detecta uma troca: o facto de a realidade surgir no espectáculo e do espectáculo surgir no real. A “(...) alienação recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente” (1991: p. 12). Significa isto que a realidade contrasta largamente com o espectáculo e vice-versa, mas que ambos se “definem mutuamente, ou seja, a realidade uniformizada do Japão é uma condição que favorece a devoção de espectáculo (banda desenhada, romances, filmes, programas de TV, jogos interactivos). Todo este frenesim do espectáculo é identificado na *manga*, que “começa a descolar na década de 60 no Japão” (Wong: p. 24 in Lunning [Ed.], 2006).

Osamu Tezuka (1928-1989) é o criador da *manga* moderna, implementando a técnica e a estética importadas da narrativa de cinema, fazendo os desenhos parecer sequências fílmicas (Poitras, 2001: p. 18). Toku (2007) de-

clara mesmo que, entre todos os criadores, o mais notável é Tezuka, a quem é frequentemente atribuído o título de pai da moderna banda desenhada japonesa (p. 22 in Lunning [Ed.], 2007). Sabemos que, desde a década de 60, a *manga* é o formato de comunicação – em termos de *media* – predilecto dos japoneses. Sugimoto (2003) defende que a *manga* continua a ser um dos quatro maiores fenómenos de cultura popular no Japão (p. 246). Livros e revistas de *manga* representam 40% do material publicado no Japão, um padrão não encontrado em qualquer outro país industrializado (*Idem, Ibidem*: p. 248). De acordo com Toku (2007), há uma razão maior para que exista todo um percurso de sucessos inter-dependentes e consecutivos desde a *manga* até à *anime*, pois Tezuka modificou o conceito de *manga* ao criar um estilo novo de expressão influenciado pelo filme narrativo (acresce ainda o facto de muitos criadores de *anime* aspirarem a ser realizadores de cinema convencional [Poitras, 2001]). Ele pegou no formato quadriculado da *manga* e prolongou-o conceptualmente ao criar a banda desenhada narrativa: “story manga” (p. 22 in Lunning [Ed.], 2007). Acreditava Tezuka que, mesmo na banda desenhada, se fazia “filme espectáculo” ao apresentar algo de modo panorâmico (in Eiji: p. 117 in Lunning [Ed.], 2008). Mesmo nas imagens paradas, a linguagem espectacular permanece, necessitando uma extensão cinemática.

Para a população interna do Japão, segundo Anne-Cooper Chen, a *manga* cumpre a função de fazer o leitor largar a tensão acumulada nos controlados ambientes de escola-trabalho (in Wong: p. 28 in Lunning [Ed.], 2006). Relativamente ao domínio exterior do Japão, a *manga* consegue ultrapassar as fronteiras insulares do território japonês e afirmar-se como uma cultura global com uma extensão significativa no cinema [*eiga*] (Miyao: p. 89 in Lunning [Ed.], 2007) e nos videojogos. No que diz respeito à animação, à *anime*, o termo advém originalmente de *animus*, um termo latino que significa “sopro vital” (LaMarre, 2009: p. 84). Além da referência etimológica, fica a nota de que *anime* se pronuncia como “ah-nee-may”, sendo empregue para referir, em termos gerais, todo o tipo de animações japonesas do Japão. Quem vive no país, sabe que *anime* significa “animação”. Contudo a *anime* é erradamente referida como tratando-se de um “género”, quando, na realidade, é uma forma de arte que “integra” todos os géneros encontrados no cinema ou na literatura, com histórias épicas, romances, comédia e ficção científica (Poitras, 2001: p. 7). Aparece, no seu seguimento, um público peculiar: o público *otaku* (traduzido à letra significa “casa de honra”, mas remete para fã “hardcore” [Poitras,

2001: p. 9]), devoto de iconografia, mitologia, obras de *anime* e tecnologias. Com uma considerável quantidade de fãs, há um aumento do sucesso da animação e a consequência é uma galáxia de ficção super-moderna. É um facto que a *anime* “exorciza”, durante algum tempo, a relação EUA-Japão (Pellitteri: p. 280 in Lunning [Ed.], 2009), retratando os inimigos invasores numa alegoria aos EUA (Pellitteri: p. 276 in Lunning [Ed.], 2009). Contudo, o que a animação absorve e devolve de modo re-potenciado não é uma imagem “ciberpunk” do futuro, ou seja, sofisticada e selvagem, mas sim uma imagem “pós-ciberpunk” (Tatsumi: p. 216 in Lunning [Ed.], 2009). E, em meados da década de 90, a animação acopla-se irreversivelmente à imagem de um futuro cibernético. Ao encontrar o seu cunho próprio num estilo exaltado, a *Galáxia de Anime* cresce como uma *hipérbole gráfica*. Assim se ultrapassa a fase de estreia da animação japonesa dos anos 60 (a fase pré-computador), que também é conhecida como a “era de ouro” da Disney, a qual, nessa fase, inventa o sistema de câmara e de fotografia multiplano (LaMarre, 2009: p. xxv). Por adaptação, a *anime* dos anos 90 em estilo global vai informatizar a antiga “imagem em camadas” (LaMarre, 2009: p. 17).

Se experimentamos visionar filmes de *anime* como *Astro Boy*, *Gundam*, *Ghost in The Shell*, *Neon Genesis Evangelion*, *Tekken* ou *Final Fantasy*, entraremos nas narrativas fabricadas pela indústria cultural japonesa. Cada universo de ficção tem as suas personagens, épocas, histórias e momentos, acontecimentos e encenações, mensagens e subtextos. Toda a *anime* oscila entre a experimentação artística e a indústria cultural de massas (LaMarre, 2009: p. xiv). Entram nesta equação as robóticas figuras *samurai de Gundam* (Yoshiyuki Tomino, 1979), a energia de *Escaflowne The Movie: A Girl in Gaia* (Kazuiki Akane, 2000) ou a ficção científica com “jazz” de *Cowboy Bebop: Ballad of Fallen Angels* (Shinichiro Watanabe, 1998); os gritos poderosos de confrontos de *Dragonball* (1990) ou o sentimento de grupo de *Final Fantasy VII: Advent Children* (Tetsuya Nomura & Takeshi Nozue, 2005). A sugestão de que a animação é superior é adiantada por Mamoru Oshii, o qual crê que a animação ultrapassa o cinema enquanto “registo da realidade” – “recording reality” – (LaMarre, 2009: p. 35). Realizadores e autores como Oshii, Aramaki, Kamiyama, Otomo e Miyazaki, Tezuka e Watanabe criaram um conjunto de representações que impulsionam a indústria cultural da *anime* como uma nova *paisagem icónica*, desta vez não emissora da imagem de um Japão enquanto superpotência económica, mas de potência cultural. Veicula-

se nas animações um “regresso ao passado” transformado num “ingresso no futuro”. Protagonistas, adversários, lugares e narrativas acolhem um bestiário muito invulgar, algo que os videojogos desenvolvem facilmente e em larga escala.

Sabendo que, na perspectiva de LaMarre (2009), as condições de produção e recepção geraram interesse por animação e “animated media” (p. xxii), compreende-se por que motivo os videojogos melhoraram tanto. No cerne da questão está o facto de, nos videojogos, a simbiose entre jogo e animação ser crucial, dando-se um forte destaque ao elemento “animação” para permitir que o elemento “jogo” seja mais intuitivo e atractivo para o jogador. No sentido de classificar os melhores videojogos de *anime* da série *Final Fantasy*, os jornalistas do Sítio Web Ign.com (2009) afirmam que, se há uma série de videojogos que personifica completamente o encanto deste tipo de jogos, é *Final Fantasy*. Os responsáveis dizem que “esta série lendária, que já tem mais de vinte anos, tornou-se uma entidade universalmente reconhecível, originando jogos de acção, filmes e mais. Com uma ênfase tão forte nas histórias centradas nas personagens e elaborados sistemas de combate, é fácil ver porque ‘Final Fantasy’ tem tantos seguidores devotos” (2009). A “entidade universalmente reconhecível” em questão é sua imagem de marca, sugerindo que, na estética *anime* da série *Final Fantasy*, existem “patterns of serialization” (LaMarre, 2009: p. 96), derivados da produção em série e da narrativa massiva produzida para os jogadores. Temos de sublinhar que é nos videojogos que se exerce uma maior dimensão de controlo. Os jogadores são o *público do controlo* por excelência.

Na era da tecnologia digital, das redes de informação e do multimédia, da alta-definição e das imagens 3D, a dimensão do controlo estende-se à *manga* digital, um recente subproduto da *Galáxia de Anime*. Outro produto de *media* “novo” – a *Metal Gear Solid Digital Graphic Novel* – leva o formato de banda desenhada a um novo patamar, uma convergência entre os meios “banda desenhada” e “animação”. Mais ainda, constata-se uma prevalência de imagens, capazes de alimentar a necessidade de controlo do público com base na representação do sujeito [*shutai*] (Mizuno: p. 177 in Lunning [Ed.], 2007) (subjectividade), dos veículos (transporte), o que culmina numa forte sensação de estar num mundo de desenho/animação (participação). Entrar num jogo como *Final Fantasy* é idêntico a ler um livro de *manga* desprovido de interactividade. Dentro do universo dos jogos de *anime* ou das obras cinemáticas de



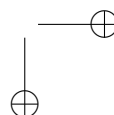
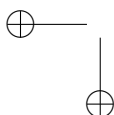
anime, nota-se que a linguagem da *anime* é central. Este tipo de animação atrai utilizadores, leitores e espectadores. “A animação aparece como ‘ponto nodal’ em ambientes ligados ricos em informação, com interfaces para múltiplos *media* (...)” (LaMarre, 2009: p. xvi). Significa isto que a expansão dos videojogos de *anime*, os livros de *manga* e os filmes de animação funcionam como pólos atractores nos *ambientes-de-media*.

Do ponto de vista da informação, a *anime* é um conteúdo atrator nos novos meios. É isso que faz de si “uma entidade universalmente reconhecível”, pois a *anime* tem um potencial superior aos meios literários, cinemáticos e equipara-se aos novos *media*. Justifica Washburn (2009) que

“O relativamente recente desenvolvimento dos videojogos, em especial daqueles jogos com narrativas complexas que criam mundos alternativos e histórias simuladas, proporcionam novos formatos para se contar histórias mediante a síntese de antigos ‘media’, quer textuais, quer cinemáticos, dentro duma moldura criada por convenções e práticas de jogo” (p. 151 in Lunning [Ed.], 2009).

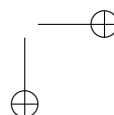
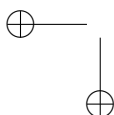
Além da *anime* constituir-se como um “ponto nodal” nos ambientes de informação e ter jogos universalmente reconhecíveis, ainda dispõe de novos formatos de contar histórias, ultrapassando o cinema como excelência de registo da realidade. Referimos, por isso, a existência de um desenvolvimento entre o literário e o cinemático, já que Washburn também sublinha que se sintetizam antigos meios. Repare-se que já se utilizou a *manga* como novo formato de contar histórias. Acerca deste tema, Daniel H. Pink anuncia que a Europa “(...) também já aderiu. No Reino Unido a Igreja Católica está a usar ‘manga’ para recrutar novos padres. Um editor inglês (...) começou a editar versões ‘manga’, das peças de teatro de Shakespeare, incluindo ‘Romeu & Julieta’ que re-imagina os Montagues e os Capulets como famílias de ‘yakuza’ rivais em Tóquio” (2007). Transformar obras estranhas ao mundo da *manga* e da *anime*, como as peças de Shakespeare, é representativo da natureza “multimedial” da banda desenhada e da animação japonesa.

É nos novos meios que as narrativas se desenvolvem. Philip B. Megs diz, em *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man* (1954), que “McLuhan apela urgentemente a uma definição expandida de literacia” (in McLuhan:





2001: p. xi, tradução nossa). O crescente *ambiente-de-media* exigia, segundo McLuhan, um outro tipo de análise, dada a amplitude do alcance das suas narrativas. Tendo em foco as narrativas dos novos meios, LaMarre (2009) esclarece que os fãs já não necessitam “grandiosas ficções” ou “grandes mundos narrativos”, uma vez que demonstram a preferência por construir pequenos mundos narrativos personalizados ao desmontar e re-montar personagens (p. 261). A referida série de videojogos de *Final Fantasy*, nomeadamente o capítulo dez (*Final Fantasy X* [2001]), expõe uma fantasia narrativa, não-linear, diferente de jogador para jogador consoante as opções tomadas ao longo do jogo. Este ícone da videografia interactiva deve ser internamente coerente enquanto “narrativa”, de modo a que o jogador possa compreender, “ler” o jogo. (Washburn: p. 151 in Lunning [Ed.], 2009). O advento dos jogos jogados em rede (ambiente “on-line” massivo) e / ou em modo cooperativo (com um amigo apenas) veio permitir que os universos *anime* se pudessem jogar ou “ler” à escala planetária. Urge, no entanto, a tal noção de “literacia expandida”, porque as narrativas não aparecem tão-só nos formatos clássicos da cultura de impressão (livro, jornal e revista), emergindo inclusive nos novos meios, como os videojogos. Logo, a ideia de que a *anime* serve de “ponto nodal” tem nexos. Na opinião de Azuma, os consumidores interessam-se actualmente por animação porque gostam de informação, narrativas e bases de dados. Gostam de extrair e recombina elementos e abdicam do mundo narratológico em prol do ludológico (cit. in LaMarre, 2009: p. 272-273). Em suma, o ambiente lúdico e multimeios, de informação e narrativa, torna-se interessante por ser re combinado e gerido consoante as preferências de cada fã. Acresce ainda o facto de jogos como *Final Fantasy X* poderem ser lidos como “narrativa cinematográfica” ou mesmo texto literário (Washburn: p. 154 in Lunning [Ed.], 2009). Videojogos como este são um prologamento optimizado do universo super-moderno da animação. Relativamente ao público, que tem um estilo de vida tipicamente *otaku*, este investe na colecção de livros de *manga*, no visionamento de animações e na aquisição de jogos electrónicos. Infelizmente, o público tem envelhecido com a *anime* (Poitras, 2001: p. 16). A resposta do mercado é a distribuição de conteúdos cada vez mais híbridos, uma simbiose como no formato videojogo-filme. O nível de sofisticação das imagens tem permitido passar, nos *media*, anúncios com figuras em constante reconfiguração (publicidade) e telediscos baseados na animação de autor (“videoclips”). A partir da primeira década do século XXI, os anos 00, aparecem



sucedâneos mais credíveis da banda desenhada e da animação; alguns subprodutos oficialmente por agências (os anúncios de publicidade), outros pelo público (AMVs [“Anime Music Videos”]) e também por empresas de banda desenhada (manga digital). O subproduto da animação mais relevante é, neste momento, o videojogo, uma vez que este invoca a narrativa e o “elemento cinemático” (Poitras, 2001: p. 59). Entre o literário e o cinemático, os universos facilmente identificáveis de *anime* incentivam a contiguidade da noção de “literacia” (Megs [1954] in McLuhan, 2001) e de “espectáculo” (Debord, 1991), constituindo-se como um “novo meio de comunicação” (Napier, 2001).

1.1 A BANDA DESENHADA MANGA

1.1.1 A Origem

Manga é o nome que se atribui à banda desenhada japonesa que precede o aparecimento da *anime*. Assim, antes que abordemos a história do filme *anime*, convém proceder-se a uma explicação mais cuidada da origem da *manga* (lê-se *maah-nnn-gah*). Segundo Matt Thorn, Antropólogo Cultural da Faculdade de Manga da Kyoto Seika University, o termo “manga” torna-se popular a partir do momento em que é usado pelo artista Hokusai, um mestre na arte do “woodblock print”¹. Porém, Thorn defende que Hokusai não foi quem cunhou o termo, crendo que a sua origem é incerta, sabendo-se apenas que a sua utilização data aproximadamente de 1815. Se tivermos em conta a etimologia da palavra, ficamos a saber que “manga” é composta por dois caracteres chineses. Matt Thorn esclarece-nos nesse sentido: “The word is composed of two Chinese characters – the first meaning ‘in spite of oneself’ or ‘lax’ and the second meaning ‘picture’ – and has been used to describe various comical images for at least two centuries” (2005: p. 1, §1). Ou seja, este termo advém da intenção, por parte dos japoneses, de se atribuir uma designação às imagens cómicas, a qual tem origem na China. Tal facto não é de estranhar, pois o Japão possui muitos aspectos culturais oriundos da China e que, não obstante, são já considerados parte integrante da cultura nipónica.

Conhecer melhor a história do Japão permite-nos compreender o surgimento da *manga*, uma vez que esta, naturalmente, não possui geração espon-

¹Técnica de esculpir placas de madeira para imprimir figuras coloridas em papel.

tânea e repentina, sendo o seu advento fruto de um longo processo. Antes do século XX, nomeadamente no século VII, a cultura japonesa não dispunha de linguagem escrita, havendo recurso à comunicação por imagens, já que a língua japonesa tem origem pictográfica. Será a partir desse século que o Japão começa a assimilar a cultura e civilização chinesas. Sobre esta matéria, a antropóloga Ruth Benedict afirma que “no século XVII o Japão importou os ideogramas da China e utilizou-os para escrever uma linguagem totalmente diferente para si” (2005: p. 57). Logo que tal acontece, os ideogramas chineses da escrita *kanji* (Poitras, 2001: p. 67) são adaptados às necessidades dos japoneses, o que acabará por resultar na escrita japonesa de hoje. Com efeito, torna-se comum, no Japão, contar histórias com recurso a escrita e a desenhos. Na imagem oriental sino-japonesa, a diferença entre pintura (imagem) e caligrafia (texto) é difícil de aferir. Para os japoneses, a imagem e o texto nunca se dissociaram. Para Sonia Bibe Luyten,

“(...) os japoneses se acostumaram a visualizar muito mais as coisas do que nós Ocidentais. A aproximação entre abstrações de figuras e figuras propriamente ditas é muito sensível, fluindo de um antigo costume de se fazer a junção de ambas” (Luyten, 1991: p. 39).

Durante a Idade Média, a forte cultura visual do Japão expande-se nos pergaminhos narrativos, os chamados “narrative scrolls” ou “handscrolls” [*e-maki*] (LaMarre, 2009: p. 13), sobretudo no século XII. Segundo Thorn, estes pergaminhos são os primeiros exemplos de uma “arte sequencial” do Japão medieval, que combinam imagens e texto para contar histórias ou descrever acontecimentos (2005: p. 2, §1). O conceito de juntar texto e imagem começa a ser explorado propositadamente nestes pergaminhos, que eram enrolados para transporte e desenrolados para consulta. No final do século XVIII, a cada vez maior classe urbana de mercadores tinha desenvolvido uma imparável cultura de consumo, na qual o meio de comunicação da época anterior à *manga* se encaixou harmoniosamente: o pergaminho. Entre os séculos XVI e XIX, o Japão habitua-se a um certo tipo de interactividade, pois era corrente manusear-se as imagens impressas mediante as já referidas placas de madeira esculpidas e pintadas, arte denominada *Ukiyo-e* (“woodblock prints” [Napier, 2001: p. 21]). Essa arte, “interactiva” para a época, era uma “tradição há

muito enraizada no Japão. Os artistas japoneses, em especial os que pintavam recorrendo às placas de impressão de madeira, entre os séculos XVI e XIX, cuja influência na *anime* é clara como a imagem no ecrã, especializavam-se em iludir os espectadores, levando-os a crer que estavam a ver mais do que aquilo que tinha de facto visto” (Levi, 1996: p. 21). A tecnologia da impressão em bloco de madeira permitiu que se imprimissem histórias *kibyôshi* em vários volumes (*gôkan* [Thorn, 2007: p. 2, §2]), com ilustrações onde os diálogos e as narrações eram pintados à mão.

No início do século XIX, o “woodblock print”, bem como o respectivo artesanato, conserva ainda o seu público. Todavia, em meados desse século, a censura governamental e a velocidade de impressão proporcionada pelo “tipo móvel” (a Tipografia de Gutenberg) levam a que as *kibyôshi* e as *gôkan* se extingam. A perfeição da nova impressão tipográfica ocidental ultrapassará tecnicamente a impressão de imagem com recurso ao bloco de madeira, os pergaminhos e os volumes de *gôkan*. Contrariamente ao que é normalmente afirmado quando se estabelece uma continuidade directa entre a cultura visual prémoderna japonesa e o aparecimento da *manga*, os antecessores directos da *manga* surgem, no final do séc. XIX, com “cartoons” Europeus e Norte-Americanos. Os múltiplos painéis de desenhos cómicos incluídos nas colunas de sátira política dos jornais norte-americanos acabarão, efectivamente, por exercer uma forte influência na *manga* no início do século XX. Este é o argumento de Thorn (2005), mas Schodt (2002) consegue ser ainda mais sucinto ao referir que em síntese, a *manga* moderna japonesa é uma longa tradição artística que entretém e absorveu um formato físico importado do Ocidente (p. 21).

Relativamente ao período histórico do século XX, pode dizer-se que este será, indubitavelmente, o século decisivo para a emergência da *manga* como hoje se conhece. Esta, enquanto banda desenhada editada em livro a preto-e-branco é criada por Osamu Tezuka no Japão do pós-guerra. Este formato de edição era já usado por outros artistas, mas é Tezuka quem acrescenta novidades, a começar com o estilo de “novela gráfica” (próximo do modelo actual). Após a guerra, Tezuka colabora com vários jornais e, em 1947, publica *New Treasure Island* [*Shin Takarajima*], que se torna a primeira *manga* moderna de sucesso (Bolton, *et al.*; p. 174 in Lunning [Ed.], 2006). Ao contrário dos restantes livros de Tezuka, este, centrando-se numa temática, manifesta-a num formato gráfico, o que lhe permite iludir a censura da época e, assim,

conquistar terreno. A obra que se segue é *Kimba: The White Lion* [*Jungle Taitei*] (1950-54). Esta conta as aventuras do pequeno “Kimba”, um leão predestinado a ser o “Rei da Selva”. *Phoenix* [*Hi no Tori*] (1956-1989), com doze volumes editados ao longo de três décadas, será a mais extensa obra assinada por Tezuka. De cariz adulto, esta *manga* centra-se na mítica “Fénix”, pássaro que renasce das cinzas. Dá-se, então, o ponto de viragem quando Tezuka elege o livro de *manga* como um formato para o “romance gráfico”, passando a *manga*, desde então, a ser destinada a todo o público, e não apenas a crianças ou a adolescentes.

Em 1954, ano que demarca o aparecimento do *médium* televisão, existiam apenas 866 televisores no país inteiro. A *manga* era o mais barato e acessível meio de comunicação considerado interessante. O ícone que possibilitou a mobilização do público para o consumo de *manga*, ainda que não tenha sido propositadamente inventado para tal fim, foi *Mighty Atom* [*Tetsuwan Atomu*]. Osamu Tezuka cria, no laboratório de Takadanobaba, a figura do menino-robô na década de 50, mais concretamente em 1951, embora a publicação só tenha tido lugar no ano seguinte. Com o passar do tempo, *Mighty Atom* ficou conhecido a nível internacional como uma espécie de “Embaixador da cultura *manga*” no Ocidente, personificando o lado narrativo, benéfico, catártico e estético da ficção japonesa.

Um dos motivos que possibilitam o sucesso da *manga* é o descontentamento, por parte do povo japonês, gerado pela derrota, humilhação e miséria generalizada que haviam resultado da Segunda Grande Guerra. Os bombardeamentos de Hiroshima e Nagasaki representam um Ano Zero para o Japão, um novo começo infelizmente marcado pela explosão nuclear. É na obra *A Mobilização Infinita: Para Uma Crítica da Cinética Política* (2002) que o autor Peter Sloterdijk afirma que “cada época tem o seu próprio estilo de estar insatisfeita com o mundo. Cada descontentamento com o mundo, que tenha tomado consciência de si, traz consigo o germe de uma nova cultura” (p. 67). Ora esta insatisfação é óbvia na cultura japonesa, que, logo após a Segunda Guerra Mundial, precisa de entreter, com um novo tipo de imagens, as massas descontentes. São essas imagens que, entre 1950 e 1960, começam a constituir a sua própria cultura (gráfica) no Japão. Schodt (2002), neste sentido, diz-nos:

“Defeat in World War II caused a national loss of confidence that

clearly extended to Japan's self-image. Western ideals of beauty were not only accepted but pursued (...). Nowhere was this tendency more provoked than in 'manga'" (2002: p. 61).

Com isto, Schodt diz-nos que a *manga* denota essa perda de confiança nacional. A identidade do Japão havia sido lesada na Segunda Guerra Mundial. Urge, assim, um certo tipo de renascimento. Luyten (1991), por exemplo, reivindica que “uma das principais razões para esse renascimento foi que o povo japonês, uma vez derrotado, queria apagar o mais possível os traços da vigência de outros ideais. Os mangás do pós-guerra não exploraram o tema bélico, como foi feito em outros países (...)” (p. 36). Da insatisfação, do descontentamento, sobressai a cultura gráfica de *manga*, que toma consciência de si, como depreendemos do argumento de Sloterdijk. Desde então, a *manga* torna-se uma neocultura em expansão com publicações, autores, editoras e estereótipos narrativos próprios que fazem de si um novo produto de comunicação sem deixar de ser tipicamente nipónico. O descontentamento é manifesto na banda desenhada japonesa, gozando todas as representações gráficas de uma narrativa de insatisfação para com o mundo Ocidental. Mas, em vez de ser tomada uma posição anti-Occidente, os nipónicos revelam pacificamente a sua “vingança tecnológica” pela cultura, sendo a *manga* apenas um dos produtos culturais a serem exportados. Gosling (1996) salienta que “o Japão escurraçou a derrota e abraçou a tecnologia superior do inimigo como um expediente para se lhe igualar e o ultrapassar” (p. 3, § 14, tradução nossa). Já Benedict investigará, no pós-guerra, a cultura japonesa, concluindo nessa conjuntura: “Neste momento, os japoneses encontram-se sobretudo conscientes de que devem defender o seu bom nome na derrota, entendendo que o podem fazer através da amabilidade” (2005: p. 170, tradução nossa). A cultura e a tecnologia são instâncias em que o Japão investe para que o mundo passe a ficar com outra noção da sua identidade, o que resulta em esse país ser, ainda hoje, conotado com desenvolvimento tecnológico e considerado o topo tecnocientífico do Oriente. Com a absorção dos padrões ocidentais, o Japão modernizou-se e fê-lo a um ritmo que implicou a sua continuação obrigatória. O germe de uma nova cultura, que Sloterdijk tão bem aponta, advém do desejo de se construir um mundo em que a tecnologia não tenha causado o apocalipse, e que, em vez disso, tenha servido de forma “iluminista” para melhorar a vida da humanidade.

O termo Iluminismo surge no sentido de “iluminação”, “revelação”, e não no sentido de ser-se “partidário da doutrina dos iluminados”. A postura do Japão, que investe em tecnociência, é “iluminista” na medida em que “(...) ilustra, esclarece, desenvolve um assunto” (Machado, 1991b: p. 379). É certo que o Iluminismo dizia respeito a “(...) opiniões, visões dos iluminados” (Machado, 1991b: p. 379), mas o Japão encarou a ciência de forma iluminista porque defendia o *Satori* (Benedict, 2005: p. 240), o Iluminismo (“o movimento espiritual da segunda metade do século XVIII, conhecido como o ‘século das Luzes’ [Machado, 1991b: p. 379]). Aliás, deve-se sublinhar que o renascimento do Japão do pós-guerra consiste em acreditar-se que o conhecimento é poder e que, por conseguinte, é necessário esclarecer ao invés de obscurecer. Tal como o Iluminismo, o qual, enquanto movimento filosófico, emergiu a partir do declínio do Renascimento, também o Japão passa a acreditar numa reforma positiva da sua forma de se posicionar perante o mundo, concomitante com o argumento de Fred Polak (1973) de que o Iluminismo representa “um período demarcado por uma nova fé, uma nova perspectiva de futuro para o mundo e uma actividade vigorosamente renovada em todas as áreas culturais” (p. 96, tradução nossa). Assumindo um outro modo de olhar sobre o mundo, o Japão torna-se um país diferente, preparado para a modernização, para a tecnociência e para a tecnocultura. Acerca do Iluminismo, Polak defende que o novo mundo do Iluminismo aceita que a lei da natureza é “o outro mundo”, e que o novo tipo de ser humano capaz de estudar sistematicamente o mundo é o cientista. Posto isto, o cientista é o “outro homem”, o homem que acredita na máxima do iluminismo de *Sapere aude* (“atreve-te a pensar”). Polak explica:

“Having made the discovery that the universe is essentially rational, man sees that Homo sapiens, himself, and all his social institutions, must be equally rational. Therefore human behavior and culture can be subjected to the same systematic analysis as the natural world” (1973: p. 97).

A investida que o Japão faz na ciência é, neste ponto de vista, consonante com o que Polak defende em relação ao cientista, ao conhecimento e ao estudo do mundo.

Se o cientista é o “outro homem” e a lei da natureza é “o outro mundo”, então é a tecnociência que se impõe como o domínio iluminista *per se*, que

tudo pode ou consegue esclarecer no mundo natural. Assim, as armas encontradas pela cultura japonesa para responder à humilhação do pós-guerra serão, logicamente, as da tecnociência. Como Benedict também sublinha, “os japoneses acreditaram que as disciplinas técnicas poderiam ser usadas para que o Homem alcançasse a supremacia do seu espírito” (2005: p. 26, tradução nossa). Esta atitude dos japoneses antes da Guerra é ampliada no pós-guerra como um desígnio nacional. Através da tecnologia, o homem pode “transformar” todas as coisas; afinal, o homem parece deter o controlo do seu próprio destino (Polak, 1973: p. 142).

1.1.2 O Estilo Visual

Jonathan Ross, no programa de TV *Asian Invasion* (Rod Edge, 2006 [1-3]) começa por afirmar que “(...) os japoneses parecem ter abandonado o romance a favor do livro de banda desenhada² [tradução nossa]”. E, de facto, o “livro de banda desenhada” é o formato central de comunicação popular no Japão, sobretudo entre as camadas mais jovens, embora acesse todas as classes sociais. Frederik Schodt, no livro histórico *Manga! Manga! – The World of Japanese Comics*, identifica o mesmo fenómeno de popularidade do livro de *manga*, por isso diz que “o Japão é a primeira nação a atribuir tal legitimidade ao formato de ‘livro de banda desenhada’³ e a testar as suas potencialidades numa tão grande escala” (1983: p. 32, tradução nossa). O estilo visual da *manga* torna-a uma banda desenhada inconfundível. Os formatos de edição bicolores e de periodicidade semanal foram dando lugar a formatos mais próximos do livro convencional, neste caso coloridos no computador com recurso a programas como Illustrator ou Photoshop. Mesmo a ordem de leitura é diferente nestas obras, processando-se da esquerda para a direita (Poitras, 2001: p. 69). Quando nós, ocidentais, pegamos num exemplar, encontramos a capa no lugar da contra-capas e vice-versa. No entanto, existem elementos pelos quais a *manga* tem ficado ainda mais popular e conotada de forma especial, tais como o facto de ser uma novela gráfica, um romance contado em imagens. Neste tipo de novela gráfica, as imagens são multiplicadas através da técnica de *découpage*, e a forma como são desenhadas dentro da moldura de cada plano aproxima o leitor da história. A relação do leitor de

²“Comic book”, no original (N. do T.).

³*Idem*.

manga com a obra é uma relação íntima; leitor e novela gráfica partilham do mesmo espaço, porque as imagens de *manga* são imagens de participação e subjectividade. O período histórico no qual a *manga* surge, influencia a sua estética, as narrativas, as personagens e o formato.

Relativamente ao conceito de “novela gráfica” (Wong: p. 39 in Lunning [Ed.], 2006), que define claramente a *manga*, note-se que a *manga* não é apenas “cartoon”, isto é, “histórias de bonecos”. A novela gráfica, em termos conceptuais, até faz sentido por terminar normalmente no formato de livro e não apenas em fascículos. Cabe ao modelo do “comic book”, o formato de “livro de banda desenhada”, atribuir corpo à novela gráfica na sua totalidade de segmentos. Os livros de banda desenhada tornam-se comuns, pois a *manga* é assumidamente um tipo de banda desenhada centrado na narrativa. A *manga*, ao basear-se na narrativa, dispõe de um estilo visual decorrente da técnica escolhida para contar a história. Falar de *manga* é falar de “story manga”, banda desenhada narrativa, (Sugimoto, 2003: p. 249). Tecnicamente as “comic strips” (“tiras de quadrinhos”) são antecedentes da *manga*, mas esta ultrapassou esse estágio em nome de uma maior aproximação ao leitor. É Scott McCloud quem nos explica, no texto “Understanding Manga”, que os “livros de banda desenhada japoneses⁴, ou ‘manga’, são primeiro publicados em ‘enormes’ antologias e só mais tarde reunidos em ‘livros’, sendo principalmente a ‘preto-e-branco’” (1996: p. 44, tradução nossa). Contudo, independentemente das opções de formatação ou das estratégias de publicação vigentes na *manga*, o público consome este produto por gostar do estilo visual da novela gráfica japonesa, que no Japão se conhece por *gekiga* (Schodt, 2007: p. 60; Wong: p. 39 in Lunning [Ed.], 2006), e que define a *manga* dos dias de hoje.

Do ponto de vista dos géneros, a *manga* também se divide em subgéneros peculiares como a “amateur manga” [dōjinshi], embora a sua forma corrente seja a que é conhecida por *komikku* (termo adaptado do anglo-saxónico “comic”). Ainda que disponha da narrativa como conteúdo principal sem que haja a preocupação anatómica que se manifesta nas obras das instituições americanas Marvel e DC Comics (destaque-se a forma como fazem representar o corpo dos super-heróis), a *manga* é, simultaneamente, de base gráfica e literária. Existe, aliás, uma grande tensão entre as indústrias gráficas norte-

⁴“Japanese Comics”, no original (N. do T.).

americana e nipónica (havendo até menos oposição face à europeia), o que leva a que certas marcas de bandas desenhadas norte-americanas tenham sido, numa resposta comercial e cultural à crescente supremacia da indústria de *manga* nos EUA, obrigadas a exportar produtos para o Japão.

A idiossincrasia da *manga* reflecte-se principalmente em imagens que descrevem movimento, apresentam múltiplas molduras e uma perspectiva subjectiva de participação do leitor na história, conseguidas através da *découpage*. Empregue pela primeira vez por Osamu Tezuka, que, assim, revolucionou a *manga* no Japão, esta técnica veio proporcionar ao leitor uma nova experiência de fruição de banda desenhada. Este desenhador inspirou-se nas animações feitas pela Disney durante o pós-guerra (facto que o levou a ficar conhecido como o “Walt Disney japonês” [Levi, 1996: p. 19]), sem esconder um forte interesse pela personagem de animação a preto-e-branco norte-americana *Betty Boop* (Dave Fleischer, 1930). O passado era relevante para Tezuka, mas a *manga* da sua época não lhe parecia atractiva pelo facto de respeitar convenções menos adequadas. Tezuka diz, em relação à *manga* que o antecedeu, que “até àquele momento, a maioria da *manga* era desenhada a partir de uma perspectiva bidimensional, e no estilo de uma peça de teatro. Apercebi-me [afirma Tezuka] de que não haveria forma de produzir potencial ou descrição psicológica usando esta abordagem”. Acrescenta ainda:

“(…) so I began to introduce cinematic techniques into my composition. The models for this were the German and French movies I saw in my days as a student. I manipulated close-ups and angles, of course, and tried using many panel or even many pages in order to capture faithfully movements and facial expressions that previously would have been taken care with a single panel” (cit. in Thorn, 2005: p. 3, §2).

Com estas palavras de Tezuka, ficamos a conhecer as razões pelas quais a *manga* é feita com base na *découpage*, e o que tem esta técnica de importante. Explorar o estado emocional das personagens e contar um romance com imagens que parecem planos de cinema são duas das grandes inovações. O resultado foi que a forma como Tezuka desenhava se tornou uma convenção na indústria de *manga* que o sucedeu até à actualidade. Efectivamente, Tezuka é o responsável pela reforma das novelas gráficas japonesas. Um outro

pormenor característico da *manga*, cunhado por Tezuka, são os olhos exageradamente românticos e grandes das personagens das suas *gekigas* (Toku: p. 25 in Lunning [Ed.], 2007).

Fascinado pelo cinema e pela fotografia enquanto meios de comunicação, Tezuka impôs um estilo visual inovador. A “quadriculação” que define o seu estilo de contar histórias gráficas prepara o público para a estética cinemática da *anime*.

Sobre a montagem e o modo de explorar as emoções dos protagonistas da narrativa, Scott McCloud esclarece que “similarmente, a utilização de ‘imagens múltiplas’⁵ – ou ‘montagem’⁶ – é adjuvante à ilustração de ‘conflitos internos’. A montagem ‘desenfaziza’ a posição física das personagens numa cena, uma vez que os conflitos representados não são de natureza física. São ‘emocionais’” (1996: p. 47, tradução nossa). E é através desta “desenfazização” e da decomposição das imagens que o leitor experiencia uma leitura em que, plano a plano, a história é desmontada com o propósito de mostrar os sentimentos das personagens, as quais têm um “traço” japonês no seu tipo de *design* porque Tezuka assim definiu os parâmetros da reforma gráfica da *manga*. Porém, desde o pós-guerra que, tal como Sonia Bibe Luyten (1991) descreve, a aparência física das personagens de *manga* sofreu alterações ao longo do tempo:

“No moderno *manga*, os heróis e heroínas pouco lembram o povo nipónico. A ocidentalização do Japão após a Segunda Guerra Mundial mudou a preferência estética na idealização dos personagens. São agora desproporcionalmente altos e esguios com olhos arredondados, características, estas, não encontradas nas histórias cómicas que conservam os traços dos personagens dentro dos padrões estéticos japoneses” (p. 74).

Ficamos, assim, a saber que as histórias cómicas não se livraram da estética convencional japonesa no que respeita ao desenho de personagens. Não obstante, as importações culturais que o Japão tem feito desde a Segunda Guerra Mundial alteraram a preferência do público e dos artistas para ideais de beleza ocidentais, pelo que, neste momento, as personagens de *manga*

⁵“Multiple images”, no original (N. do T.).

⁶“Montage”, no original (N. do T.).

manifestam, devido aos corpos magros, cabelos longos e coloridos, e um ubíquo olhar brilhante e comovente, uma exacerbada ocidentalização. Dotadas de um charme e de um olhar emotivo, as personagens femininas de *manga* serão as grandes protagonistas. Como Ruth Benedict (2005) explica acerca do papel da mulher na sociedade japonesa, o estatuto superior era dado somente ao homem, situando-se a mulher no seu “lugar devido”, ou seja, hierarquicamente inferior. Segundo Luyten, os motivos históricos são dois: em primeiro lugar, durante o pós-guerra, a mulher foi central no núcleo familiar, sendo a educadora dos filhos (na maioria das famílias, o pai adoecera com a radiação dos locais bombardeados); e, em segundo lugar, a emancipação da mulher na moderna sociedade urbana nipónica. Assim se explica o papel fulcral que, na *manga*, se atribui à mulher, sendo transferido o papel másculo do homem familiar para os robôs, por exemplo (Luyten, 1991; LaMarre, 2009). É inegável que as personagens femininas que protagonizam as histórias de *manga* são, graças à estética implementada pelo “lendário” Tezuka (Schodt, 2002), redefinidas como arquétipo da representação do feminino em todas as novelas gráficas japonesas.

1.1.3 O Leitor de Manga

Ler manga é ler romances em formato gráfico, narrativas concebidas directamente para o modelo de banda desenhada. O formato da *manga* define um leitor-modelo, apelando simultaneamente a crianças e adultos (Napier, 2007: p. 105 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). São muitos os adultos que lêem *manga*, uma vez que este formato tem crescido e consolidado o seu público (Sugimoto, 2003: p. 249), o qual tem uma relação diferente com o espaço real, sobretudo nas zonas urbanas do Japão. A compensar a ausência de mais espaço público seguro, proporciona-se o espaço interior da banda desenhada, a relação afectiva, a intimidade desenvolvida entre leitor e personagens.

A *manga* contemporânea, em formato de livro, “comic book”, é um produto de massas. No entanto, a realidade foi já bem diferente, se considerarmos os medievais “narrative scrolls”, que eram obras de arte feitas especificamente para as elites sociais.

O que apaixona o público de *manga*, e que transforma o consumo de *manga* numa adicção é o tipo de temas focados nas narrativas. Personagens com a fisionomia alterada por máquinas cibernéticas, histórias sem “final fe-

liz”, dramas da experiência de vida das personagens (cidadãos comuns) e sequências vertiginosas de acção são comuns no *medium manga*. As máquinas que protagonizam as histórias e as personagens humanas partilham de conflitos interiores idênticos, tal como do mesmo exagero no aspecto físico. Uma característica que aproxima da *manga* os leitores, neste caso os de sexo masculino, é o facto de as personagens femininas apresentarem uma hipérbole dos traços fisionómicos (Poitras, 2001). A tendência para a “augmentation” (aumento, extrapolação) modela as personagens em ícones atractivos para as massas (não esqueçamos que a *manga* é pertença da cultura popular) devido à sua aparência.

O impacto da *manga* deve-se ao seu formato. As múltiplas molduras de imagem, narrativas dramáticas e longas aventuras em que os estados emocionais dos protagonistas são exaustivamente decompostos em imagens por-menorizadas, obrigaram o formato a prolongar-se devido à exigência de um aumento do número de páginas. Grandes quantidades de imagem, muitos planos, grafismos detalhados e narrativas interessantes provocaram uma extensão nos fascículos, livros e volumes de banda desenhada japonesa. O formato semanal (Wong: p. 24 in Lunning [Ed.], 2006) torna-se um sucesso a partir de 1950, originando o mercado masculino de *shōnen manga* (Poitras, 2001). Em nome do detalhe narrativo e estético, o formato semanal passou a quinzenal, sendo actualmente mensal. Isto acarretou um constante acompanhamento das séries de *manga* por parte do público. Ao contrário de outros meios em, que o consumidor jovem deixa de consumir os mesmos *media* logo que cresce e atinge a maturidade, na *manga*, o público tem crescido com o meio. Aqui se nota o ponto inovador: “(...) the children who were raised on the manga of Tezuka and his followers, unlike their predecessors, didn’t stop reading manga when they got to middle school. Or high school. Or college.” (Thorn, 2005: p. 4, §2). Este fenómeno tem tido como efeito uma continuação da *manga*, geração após geração de leitores. Esta, mesmo apesar do aparecimento dos novos *media*, prolifera sem obstáculos. Se considerarmos a atitude dos públicos, como, por exemplo, no Japão, constatamos que as raparigas que não lêem *manga* constituem uma minoria, ao contrário do que sucede no Ocidente, onde os públicos femininos de banda desenhada são o consumidor minoritário. O leitor de *manga*, seja masculino ou feminino, tem uma atitude de consumo rápido face ao objecto de *manga*, sendo a forma descartável por ela assumida o que a torna um meio de leitura fácil, ideal para consultar nos transportes

públicos [sobretudo no comboio] dos grandes centros urbanos, por leitores a caminho da escola ou do local de trabalho (Sugimoto, 2003: p. 249). O tempo livre é assim gasto a consumir essa ficção gráfica, cujo baixo preço no Japão sustenta diariamente o seu consumo rápido, tal como o seu imediato descarte após a leitura. O seu análogo Ocidental é o jornal de grande tiragem consumido diária ou semanalmente, que termina desactualizado com a efemeridade das notícias publicadas.

A serialidade do formato da *manga* tem servido o propósito de aumentar o consumo deste tipo de publicações, dado que certas histórias continuam a conhecer sequelas, prequelas, trilogias e sucedâneos noutros meios à custa de diferenças mínimas. Não é de estranhar que a *manga* seja um produto de comunicação feito em série [*nensei*], e que se subdivida em géneros como o das revistas femininas, de que serve exemplo a *shōjo manga* (Levi, 1996: p. 9; Poitras, 2001: p. 26). Embora, no Japão, o público seja tanto masculino como feminino, não se verifica, contudo, um consumo do mesmo tipo de *manga* por ambos os sexos. Um dos segredos dessa partilha de mercado talvez seja o facto de o meio banda desenhada permitir que se conte histórias em “estilo cinematográfico” (Poitras, 2001: p. 59). A facilidade de ler imagens de estética cinematográfica eleva a *manga* a patamares de ubiquidade maiores.

O público que hoje evolui e acompanha vivamente uma publicação *manga* é um público que, mesmo antes da década de 50, já a encarava com especial atenção, pois esta era já a preferência dominante em matéria de produtos de comunicação e entretenimento da parte do público. Desde os anos 30, os desenhadores japoneses manifestaram a sua independência face às produções Ocidentais, embora estas tenham sido, em parte, fontes de inspiração de um estilo visual peculiar e caracteristicamente japonês.

Embora existam outros meios e formatos acessíveis de *media*, a *manga* é consumida por grande parte do público, independentemente da classe social a que pertence cada tipo de leitor. Não esqueçamos que o Japão é uma sociedade de castas (Benedict, 2005), o que faz da *manga* um meio democrático e acessível. Neste âmbito, Napier sustenta o seguinte:

“The wide range of manga ensures that virtually everyone reads them, from children to middle-aged salaried workers. Indeed, some estimates go so far as to suggest that 40 percent of material published in Japan is in manga form” (2001: p. 20).

A referência vai novamente para a “manga form”, ou seja, a forma ou a estética da *manga*, algo que o público venera e descodifica com fervor e que, por isso, é um formato ideal de comunicação. Ainda assim, a questão que se pode colocar é: “qual o motivo que leva o público a ler *manga* na actualidade?” E a resposta é que o leitor, portanto o típico jovem nipónico original, é alguém que carece de espaço público para viver plenamente. Para este, não existe muito tempo disponível para o entretenimento, facto que, aliado à falta de espaço, favorece o consumo de *manga*. Vivendo em cidades com grande densidade populacional, onde a rua é um lugar cada vez mais perigoso, o leitor de *manga* desenvolve um comportamento de inevitável mobilidade, seja a caminho do trabalho ou da escola. O meio *manga* é, por isso, o objecto de comunicação que o público transporta com mais frequência.

Há uma condição de vida urbana que perdura – com alterações, claro está – desde o pós-guerra, a década de 40 do século XX. Durante este período, conforme Benedict afirma, as crianças brincavam, em grupos, na rua até atingirem a idade escolar. Somente nas classes mais altas se evitava, durante o período pré-escolar, brincadeiras de rua. Ao longo das últimas décadas, permaneceu verídico o argumento de Benedict, de que “as mães preferem que os filhos brinquem em locais seguros” (2005: p. 272, tradução nossa). Contudo, os públicos têm vindo a adaptar-se aos estilos de vida sugeridos por meios e formas de entretenimento como a *manga*, cujo leitor é pacífico, se tivermos em conta o leitor-padrão do Japão que é um adolescente que evolui com o meio *manga*. Aceitamos o argumento de que “No Japão a adolescência não é um período de revolta contra a autoridade paternal (Benedict, 2005: p. 300). Porém, existe um argumento complementar de Sonia Bibe Luyten (1991):

“(...) as pessoas podem encontrar, além de uma espécie de miniatu-
ra de suas vidas, os ingredientes para vivenciar suas fantasias.
São abundantes e oferecem uma válvula de escape silenciosa (...),
que preferem reprimir e interiorizar os sentimentos” (p. 48).

A relação do leitor com a *manga* depende da postura tímida do público e do seu estilo de vida, o qual ritualiza o consumo de histórias. A intimidade com estas, no âmbito da *manga* tem lugar na vida acelerada dos japoneses, que perdem muito tempo nos transportes. Cria-se, no vaivém do quotidiano, uma relação íntima entre a personagem e o leitor. Pode aplicar-se uma expressão para definir esse fenómeno, a de “intimidade cultural” (Boym, 2001:



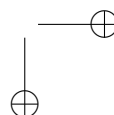
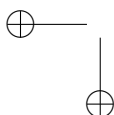
p. 42). A relação de intimidade entre consumidor e objecto cultural explica a obsessiva aquisição de livros, filmes e séries de *anime*. É normal, para os leitores japoneses, consumirem-se séries inteiras de um produto de ficção, como quem compra em pequenos pacotes uma ficção narrativa, graficamente representada, por ser dotada de uma vida que não existe no real. A realidade da *manga* é uma realidade necessária. No entanto, esta é um modelo de ficção capaz de aumentar a dependência, a cumplicidade e a participação dos leitores face às novelas gráficas. A adesão às sequências de imagens (que são as “histórias em quadradinhos”) tem uma origem histórica, porque nos pictogramas japoneses que compõem a escrita japonesa já existia essa tendência para a série [*nensei*], para a continuidade.

1.2 O FILME DE ANIME

1.2.1 História da Anime

A *anime* é um tipo de filme de animação japonesa que prolonga a estética da banda desenhada *manga* ao tirar partido da sua linguagem cinemática. Não se pode dizer que a *anime* estava prevista na *manga*, mas é certo que a *anime* continua a linguagem da *manga* sem que isso pareça forçado. Também é verdade que a *anime*, enquanto filme de animação, não é representativa de todos os tipos de filme de animação produzidos no Japão. E, apesar de divulgar também a cultura japonesa, não corresponde à verdade de que esta se resume apenas ao que é apresentado nas narrativas de *anime*. A relevância da *anime* deve-se à sua linguagem popular e ao formato que imprime às ficções, baseado no movimento, na participação e na subjectividade, características que existiam já na banda desenhada, embora desprovidas de movimento. A passagem do suporte-papel para o de imagem-vídeo ou cinematográfico ampliou o potencial, já de si cinemático, da *manga*. A *anime* (lê-se *ahneemay*), é conhecida inclusive por “Japanimation”, expressão que designa “animação do Japão”, remetendo para o filme de animação. Além disto, a *anime* responde a um conjunto de comportamentos e convenções da sociedade japonesa, especialmente a urbana. Levi (1996) afirma que a *anime* é um “escapismo” elevado a uma arte de estatuto superior. Sobre o publico-alvo da criação, a autora diz:

“(...) a society where personal behavior is severely constrained



both by physical crowding and strict social conventions, anime is designed to provide a wide range of fantasy worlds where audiences can live out dreams (...) that will never otherwise find expression” (p. 30).

Levi e Sugimoto (2003) acreditam que o público da *anime* se revê neste tipo de filme de animação e que através dele se liberta e fascina para compensar as imposições das normas sociais e as restrições de viver num espaço urbano sobrepovoado. No entanto, os argumentos de Levi não esgotam a definição de *anime*. Esta, na presente época, actualiza a imagem de um Japão pós-moderno, futurista e sofisticado no mundo. Através da *anime*, o Japão transmite parte da sua identidade ao mundo. Não obstante, as suas imagens não são algo que se encontre somente fora do Japão, pois como Napier (2001) sustenta:

“Images from anime (...) are omnipresent throughout Japan. Japan is a country that is traditionally more pictocentric than the cultures of the West, as is exemplified in its use of characters or ideograms, and anime and manga fit easily into contemporary culture of the visual” (p. 7).

Entende-se, deste modo, que a *anime* aparece natural e legitimamente num país historicamente preparado para a imagem. A cultura pictocêntrica do Japão favoreceu a aceitação desse género de filme, que não destoa, com as suas especificidades, de toda uma cultura visual forte em ideogramas. A história da *anime* é uma história de aceitação e internacionalização. O seu sucesso implícito no estrangeiro tornou-se possível porque a imagem de *anime* já tinha atingido a sua omnipresença no Japão.

O seu aparecimento no Japão data de 1963, com a obra *Astro Boy*, que durou até 1968. Contudo, este género não estava ainda instituído enquanto cultura. Tal como Hiroshi Yoshioka sublinha, “a *anime* não era ainda uma cultura nos anos 60” (2008, tradução nossa). A série *Astro Boy*, o novo nome de *Mighty Atom* [*Tetsuwan Atomu*], aparece no canal de televisão japonês Fuji TV. O acontecimento em questão torna-se um evento atrator para que a indústria de *manga* converta a banda desenhada em animação. Esta foi a época em que a *anime* se destacou no espectro mediático nipónico, tornando-se um

médium de eleição central para as classes mais jovens. Depois de *Astro Boy*, Tezuka assinou mais uma grande obra: *Kimba: The White Lion* [*Jungle Taitei*] (1965), que foi copiada pela Disney como *The Lion King* [*O Rei Leão*] (Disney, 1994). Se dividirmos a breve, e, no entanto, já extensa história da *anime* em duas fases, corresponderão à primeira as obras *Future Boy Conan* [*Conan, o Rapaz do Futuro*] (Hayao Miyazaki, 1978), *The Adventures of Tom Sawyer* (1980) e *Candy, Candy* (Shun-ichi Yukimuro, 1979). A distopia de Conan, o mundo colorido e sereno de Sawyer, e as personagens de olhos grandes e cintilantes de *Candy, Candy* foram marcos importantes na história do filme de *anime*. Nesta fase, todas as personagens eram desenhadas de forma bidimensional, as narrativas diziam respeito a todo o tipo de temáticas acerca do mundo real, escritas e desenhadas sobre e para o cidadão comum. Até aos anos 80, era este o tipo de *anime* que se produzia.

O resto do mundo fica a conhecer a *anime* a partir da década de 80, começando a sua era global nos Estados Unidos da América. Jonathan Ross, em *Asian Invasion* (Rod Edge, 2006 [1 de 3]), afirma que “Akira [Katsuhiro Otomo, 1988] introduziu a *anime* no vocabulário do Ocidente [tradução nossa]”. Obras como *Akira* (segundo Poitras, 2001: p. 24) e *Ghost in The Shell* (Mamoru Oshii, 1996) catapultaram o género da *anime* para o âmbito internacional devido aos temas de ficção científica ciberpunk, o ambiente tecnológico explorado na narrativa e os efeitos especiais das imagens. Em meio século, a *anime* adquiriu outro estatuto e impacto junto do público, apesar de, durante os anos 90, esta ter sido “criticada pela sua violência e escatologia sexual” (Hiroshi Yoshioka, 2008, tradução nossa). Relativamente à segunda fase da *anime*, pode dizer-se que é assinalada por obras cujas narrativas destacam o ambiente da tecnologia, quer enquanto tema, quer enquanto forma de contar histórias à base de grafismos tridimensionais. Para LaMarre é importante como a *anime* pensa a tecnologia (LaMarre, 2009: p. xi). Séries como *Full Metal Panic!* (Kôichi Chigira, 2005), *Noir* (Kouichi Mashimo, 2003), *Ghost in The Shell: Stand Alone Complex* (Kenji Kamiyama, 2002) ou *Zone of The Enders* (Tetsuya Watanabe, 2001) foram determinantes, na anterior década, para a promoção e consolidação da *anime* no mundo inteiro. Surpreendentemente, mesmo tendo em conta a evolução da representação gráfica, a *anime* ainda considera espaço nas suas narrativas para recuperar mitos antigos do Japão e atrair novos públicos.

Note-se que a *anime* que mais impacto tem junto do público é a do género “mecha” (Singer, 2009: p. 89), pela popularidade que algumas obras de animação e séries de animação têm tido junto do público. As máquinas hiper-coloridas, os robôs antropomórficos, os gigantes andróides, as cidades do futuro, os perigos dos cataclismos e o papel da ciência na vida do homem são apenas alguns dos temas mais comuns. Os efeitos de cinco décadas de *anime* são vários. Em primeiro lugar, o sucesso do género “mecha” deve-se ao facto de, no Japão, existir uma predisposição histórica para se adorarem imagens de máquinas. Praticar a religião *Shinto* no Japão é ser panteísta, crer que todas as criaturas, objectos e coisas da natureza podem assumir vida própria, já que, no final da vida na Terra, tudo o que existe se transforma em *kami*, espírito. Em segundo lugar, a industrialização do Japão assumiu uma dimensão tal que, em termos culturais, as ideias da religião *Shinto* permitiram que se encarassem as máquinas como algo que pudesse também vir a adquirir vida própria (Singer, 2009: p. 167). Os primeiros robôs industriais de meados do século eram nomeados pelos roboticistas como se de pessoas, ou colegas de trabalho, se tratassem (Schodt, 2002). Hoje, as máquinas antropomórficas que aparecem na *anime* são uma espécie que os japoneses não estranham. Mesmo antes da modernidade, o Japão tinha já rituais em que os autómatos de madeira *karakuri* tinham presença em cerimónias populares. A *anime* transporta consigo este quadro cultural – as figuras, narrativas, histórias, cenários, temas, códigos – e fá-lo de modo a que o centro das ficções seja sempre as crianças ou os adolescentes. Em território nipónico, crê-se que a retribuição é a virtude; os japoneses apelidam essa retribuição, o fazer o que está correcto, tal como a devoção excessiva, de *On*. Ruth Benedict também refere que o “*On* é sempre usado neste sentido de devoção sem limites” (2005: p. 101). O que faz com que a *anime* esteja presente nas lojas, nos anúncios de publicidade, nas revistas, lojas de estatuária, exposições, restaurantes ou até mesmo nos aeroportos, é este sentido japonês de *On*, a adoração sem limites de um ícone cultural. O público que cresceu com a *anime* acompanhou o aparecimento, desenvolvimento e maturidade da indústria de videojogos. O mesmo público de jovens, indo ao encontro do *On*, adora ambos os tipos de *media*, a animação e o videojogo. Desse modo, só no mercado japonês, as grandes marcas da *anime* como Studio Ghibli, Manga Entertainment, Gainax, Kyoto Animation e a Toei Animation têm público certo, embora os seus filmes proliferem internacionalmente. Esse público de jovens conhece também as grandes marcas

do mercado de videojogos como a Square / Enix, a SNK, a Taito, a Nintendo, a SEGA e a Sony Computer Entertainment – Japan Studio. Ao analisarmos as animações e os videojogos, identificamos que as estéticas e as tecnologias gráficas empregues são cada vez mais idênticas. Do ponto de vista da indústria, estes meios (em termos de mercado e não de *media*) desafiam-se constantemente, porque cada vez que uma obra de animação é lançada ou que um título de videojogo é editado, tem de superar o anterior. E, neste aspecto, a *psychê* japonesa é tradicional, por fazer o que tem de fazer, isto é, superar o passado. Com o aparecimento dos novos meios, jogos em rede, plataformas portáteis, superfícies tácteis, redes sem fios, videojogos de nova geração, imagem de alta-definição, entre outras novidades, a *anime* enfrenta um novo mundo de possibilidades. Numa sociedade em que o imperativo tecnológico é cada vez mais determinante, a indústria gráfica de *anime* prossegue no seu percurso de desenvolvimento. Uma das novas áreas de mercado, que não era da *anime*, mas que nela se incorporou nos últimos anos, sobretudo à escala global, é a da produção de figuras colecionáveis inspiradas nas obras de *anime*. Os videojogos deste género são, também, um fenómeno recente, tal como outros produtos multimédia como as bandas desenhadas interactivas, somente possíveis nesta *Galáxia de Anime* porque existiu, previamente, a *manga*. O Japão continua a ser o país onde o *On* é notório ao nível da cultura popular, e onde se adora todo o tipo de figuras de aspecto lúdico que são ao, mesmo tempo, produtos de ficção e marcos na evolução da sua cultura “pop”. Foi nos anos 80 que a supremacia tecnológica do Japão se tornou mais evidente, mas o país que acredita que tudo tem o seu lugar devido e no qual as massas entram em histeria sempre que uma novidade *kawaii* é anunciada é, também, e por isso mesmo, um país de cultura. Aliás, analisar a *anime* é analisar cultura, e não apenas imagens de tecnologia, produtos de *media*. No episódio “Future in Japan”, de *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002-2007), Jonathan Ross diz que, “em todo o mundo, as pessoas ouvem música em sistemas de som japoneses e deslocam-se para o trabalho em carros japoneses, embora o Japão tenha também, juntamente com a tecnologia, exportado a sua cultura com sucesso” [tradução nossa], sendo este um facto incontornável. Podemos, por isso, encarar a *anime* como uma forma, coexistente com outras, de divulgar e explorar a cultura e a identidade japonesas. A contemporaneidade assiste a uma exportação de tecnologia e a uma exportação de cultura; da soma das duas fica uma cultura tecnológica. Como Hiroshi Yoshioka teve a oportunidade de

referir: “a *anime* mudou uma cultura instituída” (2008, tradução nossa), o que se deveu inclusive à estética e à técnica da própria *anime*.

1.2.2 Estética e Técnica

O domínio estético e técnico na *anime* conflui para fazer da *anime* um tipo de *media* largamente característico e inconfundível. Estudiosos da área da *anime* entendem que essa simbiose de estética e técnica é importante. Hiroshi Yoshioka defende que “não cria uma fronteira entre *media* e estética” (2008). Enquanto espectadores, somos levados a acreditar que a *anime* apresenta ficções com ideologia, daí permanecer nestas animações a identidade da “ilha-nação” que é o Japão. Faz parte da estética da *anime* traduzir para um regime audiovisual o poderio tecnológico japonês, acompanhado da natureza histórica da sua *psychê*. A cultura ambígua e exótica demonstra a sua identidade pela tecnologia com conteúdo próprio. Para os Ocidentais, a *anime* parece, num primeiro contacto, estranha, uma vez que se assiste a um “Outro”; um “japonesismo” (Wong: p. 36 in Lunning [Ed.], 2006) que já não é somente cultural, mas tecnocultural. Figuram nas imagens a revelação *Zen*, o Teatro *Kabuki*, os sabotadores *ninjas*, o submundo das *geishas*, a globalização da gastronomia *sushi* e a perversão das *hentai*, a *anime* erótica ou pornográfica. Mas é o género “mecha” que melhor apresenta a imagem de um Japão que é sinónimo de tecnologia. A estética de *anime* pressupõe uma exibição de tecnologia que muito se assemelha à exposição de protótipos. O aparato exótico das imagens permite identificá-las como pertencentes a uma civilização hipertrófica, uma versão exagerada do Ocidente que se afigura alienígena. A cultura marcial desumanizada, a máquina de guerra *samurai*, ou as figuras *kamikaze* (Benedict, 2005: p. 24) e *ninjûtsu* são constantes na estética da *anime* (Mizuno: p. 120 in Lunning [Ed.], 2007). No entanto, a *anime* não se reduz a questões de género porque existem temas transversais como o “apocalipse”, “o segredo da vida”, os “rituais” ou o “misticismo”. Tem-se como tema maior o do “apocalipse”, por ser o que mais frequentemente aparece na *anime*, bem como o que surge mais acoplado a outros temas, tais como o da “tecnologia” e o da “robótica”.

A estética-base da *anime* é indubitavelmente marcada por personagens de olhos grandes, semelhantes a bonecas; os seus corpos magros, que acompanham os emergentes regimes da moda e o dramatismo das encenações são típicos das narrativas mais antigas japonesas. Na *anime*, identifica-se cla-

ramente uma recuperação das narrativas antigas de misticismo (*On*, *Shinto*, animismo), a promoção do núcleo familiar, a irreverência, a obsessão face aos uniformes e uma presença cada vez mais notória da tecnologia (LaMarre, 2009). Existe uma explicação para que os japoneses coloquem, nas histórias de *anime*, as crianças ao comando de máquinas. O Oriente acredita que as crianças do pós-guerra são o futuro, pelo que toda a estética das ficções nipónicas tem uma predominância de elementos infanto-juvenis; tais como o excesso de cor e crianças dotadas de quocientes de inteligência acima da média. No Ocidente, acredita-se mais na visão distorcida do super-herói como soldado protector sob uma estética militar na qual o protagonista aniquila todos os vilões com onnipotência e omnividência, terminando a narrativa sempre bem. Já a ficção japonesa tem outro estilo, até porque poderá terminar mal (uma herança da *manga* de Tezuka). Os japoneses exploram mais o lado dramático das personagens. Ademais, os protagonistas são muitas vezes humanos e máquinas falíveis que carecem de perfeição, tendo apenas alguma onnipresença no sentido em que estão por perto quando alguém precisa deles.

Apesar de as *anime* imitarem parte da estética das primeiras animações da Disney, a sua versão das personagens Ocidentais é muito peculiar. Repare-se que Scott McCloud, em *Understanding Comics – The Invisible Art* (1994), o conhecido “McLuhan da banda desenhada”, afirma que o facto de, na *manga*, as personagens terem olhos gigantes, cabelos de cor saturada e nariz rectilíneo se traduz numa versão cultural da imagem dos indivíduos Ocidentais. O autor defende que os desenhadores japoneses concebem as suas personagens dessa forma porque, para eles, o “normal” é que os orientais ostentem cabelo escuro e liso, olhos mais pequenos e nariz arredondado e curto. Se aceitarmos a justificação dada por McCloud, então a melhor forma de comunicar com o Ocidente será desenhar personagens de acordo com a imagem que os orientais têm dos ocidentais. Este argumento, relativo ao desenho de *manga*, aplica-se igualmente ao domínio da *anime*, já que a estética-base é a mesma. Sendo assim, as culturas ocidental e oriental desenharam-se mutuamente de forma caricata, esbatendo-se os domínios da real alteridade, porque o Outro, da outra cultura, é diferente até em termos físicos. Não é, de forma alguma, accidental que actualmente se possa observar japoneses cujo aspecto se reveste cada vez mais de uma “ocidentalização” no que diz respeito ao seu aspecto físico (em termos de cortes de cabelo, roupa e maquilhagem). Em “Fashion in Japan”, um episódio de *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002-2007, tradu-

ção nossa), a designer de moda Keita Maruyama explica: “mesmo na moda, os japoneses têm um forte complexo relativamente ao Ocidente. As raparigas (...), por exemplo, querem parecer (...) estrangeiras. No entanto, ao forçarem esse visual sobre as suas feições japonesas, estão a criar algo completamente novo”. É também neste sentido que as personagens de *anime* nos parecem novas, pois fazem parte de uma estética de imagem que não nos é familiar. Os complexos dos japoneses em relação ao Ocidente são a justificação para a sua necessidade em parecerem exageradamente “ocidentalizados”, como Maruyama refere. Por outro lado, é um facto que o Japão está a absorver conceitos ocidentais para se familiarizar com o discurso da comunicação global, mas existem algumas diferenças se fizermos uma análise mais pormenorizada. Por exemplo, durante o período do pós-guerra, os ocidentais utilizam a banda desenhada como suporte de crítica, satirizando o aspecto dos japoneses. O mesmo ocorreu no Japão durante esse período, dado que os japoneses desenhavam os ocidentais de uma forma distorcida. Os olhos grandes, os cabelos loiros e os corpos magros são uma crítica exacerbada através do grafismo, mas não foi por uma má razão que prevaleceram na estética da *manga* e da *anime*. Foi porque Tezuka desenhou personagens carismáticas e de olhar romântico que as personagens de *anime* são ainda desenhadas em sintonia com a convenção por ele estabelecida (Poitras, 2001: p. 60). Poder-se-á também dizer, partindo de outro prisma, que a estética da *anime* implica a apresentação de personagens cujo aspecto físico não é japonês. Pelas palavras de Napier (2001) ficamos a conhecer as características estéticas do “estilo *anime*”:

“This style ranges from the broadly grotesque drawings of characters with shrunken torsos and oversize heads of some anime comedy to the elongated figures with huge eyes and endless flowing hair that populate many romance and adventure stories. And while many of them are blond or light brunette, many have more bizarre hair colorings such as pink, green, or blue” (p. 25).

E, das palavras de Napier, ressaltam-se alguns padrões: as personagens de *anime* parecem tudo menos as figuras homogéneas, uniformizadas e comuns do cidadão japonês, permanecendo o exagero sob a forma de pequenez, gigantismo e grotesco, além de que a cor é usada para que se repare nas personagens. Estamos, de acordo com esta lógica, perante uma estética da notoriedade. As personagens de *anime* são criadas para que os públicos reparem

nelas, não primando, assim, por serem vulgares (uma necessidade real dos japoneses, como se depreende do argumento de Maruyama), chegando mesmo a contrastar com o mundo disciplinar e uniformizado da escola japonesa (Sugimoto, 2003: p. 280).

À parte das questões estritamente estéticas e culturais, temos a questão da técnica e da “arte” de se fazer animação. Um ponto forte na *anime* é a velocidade da imagem, a aceleração dos movimentos das personagens, os cortes rápidos entre planos, o uso de sons estridentes e a representação do movimento nas tradicionais linhas oblíquas por trás das personagens, as quais, segundo Takahiro Hayakawa (2008) se destinariam a criar movimento, um sistema para gerar movimentos únicos, singulares. Para este autor, a “animação não é a arte de animar imagens, mas a das imagens em movimento” (2008). Daí a programação, a encenação e a montagem – a parte mais técnica da animação. Porém, o domínio mais tecnicista corresponde à segunda fase da história da *anime* – a das imagens feitas em computador – e não à primeira fase. O desenvolvimento técnico da *anime* ocorre na primeira fase e culmina na segunda, pelo que devemos considerar as características técnicas da *anime* dos anos 70. Nesta época, a *anime* estava sofrer um processo de reformatação para se adaptar para televisão, o qual surtiu na *anime* um conjunto de padrões fáceis de identificar, porque a *anime* aparece primeiro em televisão e apenas mais tarde em cinema, dispondo, assim, de estruturas narrativas próprias, algo que Trish Ledoux & Doug Rainey descrevem ao referirem-se à *anime* desta época como possuindo um “transbordar de ‘travellings’⁷, planos gerais⁸, panorâmicas sofisticadas, ‘ângulos de câmara’ pouco comuns e planos de detalhe extremos” (cit in. Napier, 2001: p. 10, tradução nossa).

Quanto a novidades, a técnica que permite que a *anime* seja de facto diferente em relação aos habituais formatos de animação é essencialmente narratológica; as histórias são contadas passo-a-passo como quem prepara um guião de ficção para televisão ou cinema, técnica essa que existia já na *manga*, como Scott McCloud explica:

“The ‘real secret’ of Manga’s success is a matter of ‘technology’ – the technology of ‘storytelling’! Manga creators use a toolbox of ‘narrative techniques’ that can enhance the power of any story.

⁷“Tracking shots”, no original (N. do T.).

⁸“Long-view establishing shots”, no original (N. do T.).

And nearly ‘all’ of these techniques focus on one goal: to ‘stimulate involvement’” (1996: p. 45).

De acordo com McCloud, a base da *manga* prende-se às “técnicas narrativas”, cuja aplicação visa “estimular o envolvimento”. Na *anime*, as mesmas “técnicas narrativas” são usadas para que se atinja o tal estágio de “envolvimento”, embora este género beneficie mais ainda destas técnicas porque o filme de *anime* é um filme de animação, não deixando nunca de ser um objecto cinematográfico. E é o “estilo cinematográfico”, ou “fílmico” (Eiji: p. 123 in Lunning [Ed.], 2008) que caracteriza a *manga* que sofre um engrandecimento na *anime*. Existe uma técnica narrativa transversal aos dois géneros e que apela ao modo como se contam histórias em cinema. Hiroshi Yoshioka aponta: “banda desenhada e *anime* partilham a técnica de *media*, conteúdos, formato, tecnologia de informação (...) e linguagem digital” (2008, tradução nossa). Além do envolvimento que as técnicas narrativas da banda desenhada pretendem atingir, e que a *anime* melhor consolida, pode dizer-se que há, antes de mais, um envolvimento técnico. Efectivamente, Marshall McLuhan (1994) diz que “cada meio de comunicação que surge continua o meio anterior”.

A tecnologia de contar histórias, como é dito por McCloud, é de facto crucial. Na *anime*, essa tecnologia expandiu-se. Mais do que servir para contar histórias, a tecnologia presente expõe a identidade tecnológica do Japão, acerca da qual David Morley & Kevin Robins (2004) afirmam: “através destas novas tecnologias, os estereótipos contraditórios do que é ser japonês⁹ assumiram novas formas: as novas tecnologias associaram-se ao sentido de identidade e etnicidade japonesas” (p. 169, tradução nossa). Pela estética e pela tecnologia presente na *anime*, esse carácter tecnológico torna-se mais claro, uma vez que a identidade japonesa se tornou sinónima de tecnologia, supostamente destinada a todas as pessoas, como Schodt afirma (1988: p. 28).

Relativamente à experiência que se vive quando se assiste a uma obra de *anime*, está-se perante uma novidade concebida para veicular uma grande quantidade de informação, construída com base narrativa, e pensada para levar o espectador a sentir-se “dentro da história”. Hiroshi Yoshioka acredita que a *anime* “organiza a experiência de uma forma diferente, uma linguagem-vídeo” (2008, tradução nossa). Com base nesta “linguagem-vídeo”, o espectador

⁹“Japaneseness”, no original (N. do T.).

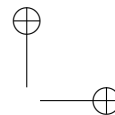
imerge na narrativa com a mesma facilidade com que o género *anime* permitiu adaptar a *manga* ao cinema. No cerne da tecnologia gráfica de *anime* está a adaptação, a flexibilidade da sua “linguagem-vídeo” pensada para encaixar e ligar-se aos *media*. Em *Asian Invasion* (Rod Edge, 2006 [1 de 3]), Jonathan Ross afirma que, no Japão, “(...) temos ainda de olhar para talvez uma das mais importantes áreas: a animação [tradução nossa]”. É nomeadamente por ser, nesse país, um meio de comunicação predominante, um formato adaptado a vários tipos de conteúdos, que não tem de ser sobre ficções “mecha” ou sobre *anime* no sentido estrito. Parte do sucesso e notoriedade da *anime* devem-se igualmente ao seu aspecto irresistível, o que, na perspectiva de Levi (1996), se resume às seguintes características: “a aparência ‘high-tech’; os criativos mundos de fantasia; a tensão genuína que advém do facto de coisas más acontecerem a pessoas boas; as personagens multidimensionais; os robôs, fatos mecanizados e outros ‘mecha’ e as mulheres ‘sexy’ e poderosas” (p. 20, tradução nossa).

Estas características são notórias na *anime* contemporânea, tendo sido a “linguagem-vídeo” de que Yoshioka fala importada da *manga*. As séries de *anime* feitas para televisão como *Astro Boy* (Osamu Tezuka, 1963-68) e *Kimba: The White Lion [Jungle Taitei]* (Osamu Tezuka, 1965) definiram a estética-base para toda a *anime* que apareceu desde então. Para Napier (2001), a *anime* é uma forma de cultura popular que se ergue sobre tradições da alta-cultura mais antigas e, adicionalmente, afirma:

“Not only does the medium show influences from such Japanese traditional arts as Kabuki and the woodblock print (originally popular culture phenomena themselves), but it also makes use of worldwide artistic traditions of twentieth-century cinema and photography” (p. 4).

É devido a este uso das tradições artísticas da fotografia e cinema do século XX que a *anime* se consolida enquanto “linguagem-vídeo”, onde a estética e técnica de narrativa peculiares confluem. De acordo com Luyten (1991) a explicação está na *manga*:

“A predisposição à forma visual de comunicação em decorrência da escrita foi citada há mais de 50 anos pelo cineasta russo Sergei

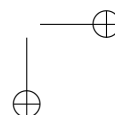


Eisenstein, que percebeu a ligação entre os ideogramas e o que ele chamou de ‘natureza cinemática’ da cultura japonesa” (p. 40-41).

A autora parte do argumento de Sergei Eisenstein para defender inclusive que a cultura japonesa já dispunha de uma “natureza cinemática”, como se esta “natureza” estivesse então expressa nos ideogramas primeiros, ou seja, o processo de edição de imagem cinematográfica opera uma “montagem” (entre os fotogramas ou planos de um filme) idêntica à que ocorre na arte combinatória de expressão através dos ideogramas pictográficos japoneses. Seguindo este raciocínio, concluímos algo interessante e pertinente: a cultura visual nipónica é conivente com a lógica visual ocidental. É facto que os ideogramas, os caracteres pictográficos do Japão precedem a *anime*. Contudo, isto só salienta o estádio ainda mais revolucionário da *manga*, onde a tal “natureza cinemática” apontada por Eisenstein era já latente. É pelo facto de Osamu Tezuka ter criado obras como *New Treasure Island* [*Shin Takarajima*] (1947), que conseguiam transportar para a banda desenhada a estética da montagem rápida cinematográfica (através de grandes planos, cortes rápidos, ponto de vista subjectivo, cenas longas e dramáticas) que há uma *reforma gráfica* da banda desenhada japonesa. Sem a primeira *reforma gráfica* não teríamos a segunda geração de *anime* a continuar, como Napier (2001) julga a “celebrar simultaneamente a diferença e a transcendê-la, criando um novo tipo de espaço artístico” (p. 34).

1.2.3 Os Espectadores de Anime

Para que se compreenda o fenómeno de comunicação que é a *anime*, há que analisar o seu público. A *anime* é produzida pelos estúdios de animação, tendo em vista espectadores novos, mas, acima de tudo, é produzida por artistas que gostam de *anime*; criadores que são, em primeiro lugar, espectadores. Um público assim, composto por espectadores novos, veteranos e produtores é um público que partilha do mesmo tipo de perfil. Os *otaku* (Levi, 1996: p. 162) constituem muito provavelmente o espectador-modelo, a quem se destina a *anime* produzida e integrada em massivas operações comerciais (Virilio, 2010: p. 87). Ao considerarmos a sua globalização, teremos de ter igualmente em conta a generalização da figura que adora *anime* – *otaku*, o fã. Recordar a



importância do conceito de *On* na cultura japonesa permite-nos detectar na cultura da *anime* a devoção sem limites do fanático *otaku*. No meio de *anime*, isto é, na sua cultura propriamente dita, assiste-se, devido ao aparecimento das novas tecnologias, a novas formas de ser espectador em emersão. A questão do *otaku* de *anime* é uma questão de tecnologia (LaMarre, 2009: p. 109).

No que concerne ao perfil do público, constata-se que este consome *anime* porque consumiu e continua a consumir *manga*. Não prefere a *anime* em detrimento da *manga*, acompanhando, pelo contrário, ambos os *media*. A forte promoção do género “mecha”, de ficção científica, cujo tema central é a robótica constitui nas últimas três décadas uma curva de crescente popularidade da *anime*. São obras como *Mobile Suit Gundam Wind* (2000) e *Robotech: The Macross Saga* (2006) que fascinam o público. Parte do público cresceu com a *anime* e os seus ícones no Japão até aos anos 80, e a outra parte conheceu as suas obras na condição de *espectador global*, após a exportação em grande escala de obras como *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988). Porém, os novos *media* que irromperam na cultura técnica global alteraram a condição de espectador. Agora, o espectador pode descarregar filmes de *anime* da Internet, é-lhe possível vê-los em plataformas de *media* portáteis e, mais importante ainda, pode obter-se obras antigas, colecioná-las e analisá-las, uma vez que se controla a reprodução do registo. Este é o público, que cresceu na década de 90 com as consolas de videojogos Nintendo e Sony, que pretende controlar mais a imagem da *anime*, as figuras, ícones e cenários. Na prática, é de um *espectador-limite* que se está a falar, um espectador que não pode mais sê-lo, porque atingiu o limite da prática de assistir à imagem.

Da parte do público, uma maneira de contornar a condição de espectador na *anime* consiste em experimentar assistir a outros géneros de *anime* sem ser o de “mecha”. Embora “mecha” seja o género favorito do público, Matthews (2004) argumenta: “(...) da fantasia ao ciberpunk, do romance ao pornográfico, a *anime* serve todos os nichos de mercado (p. 8, tradução nossa). E o motivo pelo qual existem géneros de *anime* para vários segmentos de mercado prende-se com a necessidade de expansão, algo muito acentuado em culturas asiáticas como as de Japão, Coreia do Sul e China.

No histórico estudo sobre futurologia realizado por Fred Polak (1973), o autor defende que “cada homem tem uma vida dupla” (p. 1, tradução nossa) porque pensar-se o futuro e viver-se o presente são duas coisas distintas, sendo implícito um fenómeno de duplicidade. Os espectadores, especialmente os fãs

do género “mecha”, encaram este tipo de *anime* como a sua segunda vida. Sabendo que, no Japão, a população, independentemente da faixa etária ou classe social, consome regularmente *anime*, podemos ter uma ideia de quão vasta é a noção de público. É o próprio realizador Hayao Miyazaki que o sugere em “Youth”, um episódio de *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002-2007), quando declara: “Não esperei que as crianças compreendessem totalmente ‘Princess Mononoke’. E, para surpresa minha, fizeram-no. De facto, foram os críticos adultos que ficaram confusos” (tradução nossa). Para a cultura de *anime*, o espectador não tem de ser nem jovem nem idoso, só tem de gostar de filmes de animação.

Para além das questões de género da *anime*, faixa etária do público e das preferências de cada tipo de espectador, é-nos inegável que a *anime* seja “desenhos animados” e, enquanto tal, seja vista por muitas crianças em todo o mundo; isto acontece na condição passiva de espectador que assiste a *anime* no formato de série de televisão, o qual, por ser gratuito e permitir aos pais entreter a criança, é uma mais-valia para este género de animação. Todavia, isso não esclarece todas as razões que levam o público a ver *anime*. Para Luyten (1991), justamente por o Japão ter excesso de população, “as crianças têm menos espaço para brincar do que as de outros países e a tendência é ficar mais dentro de casa lendo quadrinhos (quando não estão assistindo à TV ou brincando com jogos electrónicos)” (p. 20). É por isso que os japoneses são o *público-formato* da *Galáxia de Anime*, dado que têm um perfil consequente do seu estilo de vida.

O espectador de *anime* não é mais uma figura estritamente japonesa, bastando recordarmos que a *anime* se globalizou começando pelo mercado norte-americano. Em resultado disso, a seguinte afirmação de Levi faz todo o sentido: “as novas gerações, tanto as japonesas como as americanas, estão a partilhar a sua juventude e, a longo prazo, o seu futuro.” (1996: p. 1, tradução nossa). Afinal, a exportação da cultura gráfica de *anime* no final do século XX possibilitou que certos públicos, como o mais jovem, consumissem *anime*, ainda que vivendo em continentes diferentes. O futuro de que Levi fala é o futuro da tecnologia e da cultura, são os códigos do entretenimento da *anime* que a transformam num meio de “comunicação transnacional” (Boym, 2001: p. 349), global, portanto. A seguir à Segunda Guerra Mundial, no estudo antropológico *The Chrysanthemum And The Sword*, realizado em 1946, Ruth Benedict tinha então concluído que na sociedade padronizada do Japão vivia-

se uma “disciplina tipo-robô” (2005: p. 2). Mais recentemente, Morley & Robins (2004) descrevem os japoneses desta forma:

“(...) a kind of cybernetic mode of being for the future. This creates the image of Japanese as inhuman. Within the political and cultural unconscious of the West, Japan has come to exist as the figure of empty and dehumanised technological power. It represents the alienated and dystopian image of capitalist progress. (p. 170).

Esta forma de “cibernética” de existir, como preparação para o futuro – porque os japoneses não parecem humanos – é típica de uma sociedade que vive uma vida dupla; como Polak refere, todo o homem tem vida dupla por viver no presente enquanto projecta o futuro. E assim são os espectadores de *anime*, sobretudo no Japão, onde cada pessoa tem um lugar na sociedade de acordo com as suas características pessoais. Para os japoneses, importa que cada pessoa ocupe o seu “próprio posto de acordo com a sua geração, sexo e idade no seio de um grupo (...). O próprio posto significa não só diferenças de geração mas também de idade” (Benedict, 2005: p. 51, tradução nossa). A questão é que os espectadores se posicionam na sociedade sabendo de antemão o seu “devido lugar”: adorar *anime*, praticando o *On*. E, ora olhando para o futuro (veneração dos robôs “mecha”), ora invocando o passado (as explosões nucleares), os espectadores de *anime* alimentam uma “cultura do pânico”. O terror, o silêncio, o choque dos cogumelos atômicos interpenetram na narrativa de *anime* e não se separam de um tipo de pânico, um pânico que não desapareceu historicamente. Pelo contrário, o pânico hospedou-se viralmente nas imagens. Sloterdijk (2002) é um dos autores que questiona a “cultura pânica”, a legitimidade da necessidade de catástrofe da parte do humano, daí afirmar:

“(...) os alternativos de hoje são já os filhos da catástrofe. O que os distingue de gerações anteriores e os recomenda como primeiros candidatos a uma cultura pânica é a sua atitude pericial em relação aos potenciais de catástrofe, de que estão rodeados” (p. 71).

A cultura pânica, baseada na catástrofe retida em imagens (no caso da *anime*), leva a que os públicos alternativos encarem a história como um aviso.

Quando Sloterdijk sustenta que os alternativos contemporâneos são “filhos da catástrofe”, tem certamente em consideração o contexto histórico do pós-guerra, que no âmbito da *anime* tem extrema relevância. Para Sloterdijk, os alternativos estão historicamente preparados para a imagem da catástrofe porque nasceram depois desta. O problema é que o tema do apocalipse não desaparece das imagens, neste caso, de *anime*, e permanece em estado prenhe, em convulsão.

O povo pós-moderno, para David Morley & Kevin Robins, são os *otakus*, os fãs de *anime* “hardcore”. As ficções mais complexas e violentas, dirigidas ao público mais adulto, adquirem este rótulo. É verdade que esse fascínio existia antes em relação à banda desenhada *manga* (Virilio, 2010: p. 87). A forma como os *otaku* lêem *manga* é igualmente muito obsessiva. Os *otaku* são, na maior parte, jovens obcecados com *anime*, com as tecnologias gráficas, a robótica e os computadores. São definidos enquanto “mutantes que agora estão melhor adaptados para sobreviver ao futuro” (2004: p. 170). O *espectador-limite* é o *otaku*, o tipo de público mais bem preparado para o estilo de vida cibernético do futuro. A expansão das máquinas e a formalidade nipônica traduzida em tecnociência mostram o japonês como um ser devoto ao inumano. Ser *otaku* é encontrar no entretenimento a compensação da ausência de vida social; implica estar longe do gesto codificado do grupo e das suas regras (Goldberg: p. 6 in Lunning [Ed.], 2009). O ruído dos *media* e a hipérbole audiovisual da *anime* decorrem do momento do silêncio, o Ano Zero do primeiro de dois bombardeamentos nucleares. Tito Cardoso e Cunha afirma em relação ao silêncio que:

“Hoje, mais do que nunca, num mundo percorrido pelas múltiplas redes de mediação tecnológica, só o silêncio poderá significar realmente a ausência. (...) A morte será certamente a experiência, para quem a ela assiste, da mais extrema ausência, precisamente porque ela é também a experiência do mais irredutível silêncio” (2005: p. 54).

A resposta dos *otaku* à imagem aterrorizadora do silêncio, o “nada” desencadeado pelos engenhos nucleares, é colmatá-lo com a presença cada vez maior de robôs na *anime*, que não representam a morte como silêncio, mas, ao invés, a morte do humano; noutras palavras, a ascensão da máquina. A

série de filmes *Star Wars* (George Lucas, 1977-2005) tornou-se no Japão uma “banda-visual” de fantasia para os grandes públicos, em especial para os *otaku*. Narrativas populares onde as máquinas antropomórficas e humanos coexistem nos mesmos espaços, e nas quais o público é convidado a participar nas cenas de perseguição, controlando veículos futuristas, são alguns dos pontos de atracção para os *otaku*. Embora haja *otaku* que apreciam ficção científica não-japonesa, a influência da *anime* no resto do mundo é muito maior. Com base na sua pesquisa, Levi (1996) chega a uma conclusão mais interessante: “‘Anime’ has already spread across most Asia. Future social historians may well conclude that the creation of the American *otaku* was the most significant event of the post-Cold War period” (p. 2). No argumento de Levi, o *otaku* americano é, mais que uma figura, visto como um evento histórico, um evento relacionado com o crescimento da cultura gráfica de *anime*. A aceitação da supremacia tecnológica do Japão e a adesão às suas culturas gráficas permitem que a cultura japonesa nos pareça menos estranha do que David Morley & Kevin Robins nos querem fazer acreditar. Depois de haver *otaku* americanos, o estranho é permanecermos fora da cultura de *anime*. No Japão, concebe-se um futuro sem violência presente embora cheguem, pela *anime*, imagens que nutrem o apetite pela violência. Tal é uma aporia. De acordo com James Matthews (2003-2004), “este interesse na destruição [manifestado pelo público da *anime* e, inclusivamente, pelos *otaku*], especificamente da sociedade ou de objectos que a representem, ligado a um forte pacifismo, pode apenas manifestar-se verdadeiramente num *médium* – a *anime*. Isto poderá explicar a popularidade da *anime* de robôs guerreiros (...)” (p. 14, tradução nossa).

A *anime* é o meio escolhido e o “robô guerreiro” o género no qual se nota a incontornável necessidade dos *otaku* em saciar o desejo por imagens de tiroteios, lutas e detonações. No entanto, o que importa reter é que os *otaku* são representativos do público que vive no limite, comportando-se como um novo tipo de espectador. Para que se entenda o público da *anime*, é fulcral ver o seu público como uma audiência que se comporta de modo diferente, uma vez que pratica um novo modelo de espectador: o espectador de *media*, o fã de produtos mediáticos. Susan Napier (2001) descreve estes fãs:

“(...) engaged in a relatively new form of spectatorship, that of the committed media fan. The fan’s interaction with the cultural

object is deeply engaged, transcending issues of national boundaries, content, style, or ideology (...)” (p. 242).

Ao ultrapassar as restrições geográficas e ideológicas, o público da *anime* exerce uma nova forma de compromisso com o produto cultural e mediático *anime*. A interacção do público com a *anime* é uma interacção que se situa ao nível da interacção praticada pelo utilizador de *media* em relação ao *médium*, ao suporte e à linguagem comunicacional. Aqui, acontece algo novo. A devoção *On* tem lugar como fenómeno mediático e não somente cultural ou religioso. O público-fã procura a dimensão de *novela global*. Da *manga*, a *anime* herdou a lógica de publicação em séries. Foram os fascículos de *manga* que originaram as antologias e os livros coloridos posteriores. Mesmo na *anime*, os grandes filmes representam parte do espectro de *media* disponível, visto que a *anime* se encontra, antes de mais, presente no mercado em formato de séries. Estas, originalmente, destinam-se a televisão, conhecendo plataformas novas como as edições em DVD, as OVAs [“Original Video Animation”], a exibição “on-line” e o “download” para reprodução de conteúdos em plataformas de *media* portáteis. Neste contexto, o espectador de *anime* é também um utilizador de *media*, um fã de *media*, profundamente comprometido com a *anime*, como Napier explica. Isto mostra o interesse desse público por um tipo de *novela global*, em que obras, artistas e público trocam ideias e informação recorrendo aos *media* para consolidar a nova forma de se ser espectador. Faz parte deste novo compromisso com os *media*, com o produto *anime*, participar na *Galáxia de Anime*. Quanto às narrativas de ficção de massas, nas quais todos os espectadores sentem ter um papel activo de participação, constata-se que a *anime* tem conseguido ampliar esse carácter integral de ficção anteriormente dominado pela Disney. A *anime* permitiu passar-se de uma cultura nacional ou cultura de massas para as subculturas ou micromassas (LaMarre, 2009: p. xxxiv).

No Japão, acima de tudo, mas inclusive do ponto de vista da globalização, a *anime* representa uma mudança. Produto e público contribuem para uma alteração cultural no género da *anime* que, por sua vez, deixa assim de ser um género para ser um fenómeno de comunicação; quer em termos de suporte (novos *media*), quer em termos de consumo (espectador activo e participante). As mudanças em questão devem-se ao facto de, nos filmes da Disney (incluindo a marca Pixar), a tecnologia não ser protagonista. No caso da

anime, passa-se exactamente o oposto: seres humanóides ou andróides são as celebridades que protagonizam as histórias, e é toda a cenografia de elevada complexidade gráfica e computadorizada que é destacada. Existe até uma competição saudável entre os estúdios (incluindo empresas de *media* e indústria de brinquedos) produtores de *anime* como a Gainax, Studio Ghibli, Manga Entertainment e Bandai Co., por exemplo, que tencionam obter o monopólio do mercado da *anime* junto do grande público. Marcos da história da *anime* como *Ghost in The Shell 2: Innocence* (Mamoru Oshii, 2004), *Sin – The Movie* (Yasunori Urata, 1999) ou *Cowboy Bebop* (Shinichiro Watanabe, 2001) foram responsáveis por promover a *anime* ao nível mundial já na era dos novos meios de comunicação. Na Rede, esta forma de animação encontrou um espaço de prolongamento que transformou os *otaku* em fãs mais actualizados, tornando conteúdos acessíveis pelo sistema de partilha de ficheiros (“file sharing”), mas transformando também público casualmente consumidor de *anime* em *otaku*. A estética contemporânea da *anime* em vigor tem atraído o público dos videojogos (que aprecia a série *Final Fantasy*, 1997-2008), o público da *manga* (fã) da arte conceptual de Ashley Wood e a audiência da *anime* *Ponyo on The Cliff by The Sea* (Hayao Miyazaki, 2008). Ao perseguir maior participação, os fãs de *anime* continuam a manifestar a lógica dos *komikkusu* (Schodt, 2002). Contudo, entre a *anime* e os novos meios, a necessidade de participação prolifera porque advinha do período de aparecimento da *manga* a interacção com “playfull pictures” [*giga*], imagens de brincar. Com o aparecimento dos novos meios, a *anime* tem-se elevado como *médium* que incita à participação e à captação. No território do digital, as imagens [*ga*] estão prontas para jogar. Essas imagens, que na *manga* se tinham tornado “graphic novels” [*gekigas*], (Sugimoto, 2003: p. 249), encontram na *manga* digital, na *anime* multimédia e nos videojogos japoneses a plataforma de expressão ideal, a do virtual. Eis por que aparecem no universo de *anime* imagens que estão preparadas para um espectador participante; um espectador que interage com imagens subjectivas e experiencia ser transportado para um mundo de fantasia.

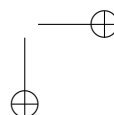


1.3 MANGA DIGITAL

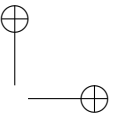
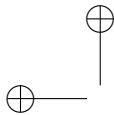
1.3.1 Participação, Subjectividade e Transporte

O espectador de *anime* é contemporâneo de um novo tipo de *manga*: a *manga* digital. Na era da Internet e dos grafismos de computador operados por qualquer utilizador, a *manga* digital inicia uma nova tendência e um novo formato. Em termos técnicos, os fãs de *anime* revisitam a *manga*, digitalmente retocada e melhorada para os ecrãs de computador, ao ponto de a verem como um produto cultural feito pelos novos *media*. A *manga* surge antes do pós-guerra, continuando o seu impacto a subsistir após esse período, conjuntura durante a qual o computador é inventado. Apenas mais tarde é que o computador pessoal e as interfaces gráficas ficam disponíveis. Sublinhe-se que o formato de edição da *manga* é de origem ilustrativa e tipográfica, enquanto o universo de gráficos computadorizados é de origem digital, informática. Da junção dos dois universos surge um novo domínio, a *manga* digital, que absorve características de imersão, ilustração, tipografia, bem como de participação, subjectividade e transporte.

Na obra *Manga! Manga! – The World of Japanese Comics*, Schodt (1983) defende que a *manga* é uma experiência em evolução, um trabalho em contínuo progresso, e que, “para quem tenha algum interesse em banda desenhada, novos *media*, novas formas de transmitir informação e em literacia, o Japão constitui um fascinante estudo de caso” (p. 32, tradução nossa). Neste interesse acerca de novas formas de transmitir informação, a *manga* sobressai porque é precisamente isso que a distingue dos outros meios. O ponto de diferenciação na *manga* digital reside no facto deste novo formato sofrer fortes influências da *anime*, e não só da *manga* tradicional. Pela *manga* de Tezuka, como *Buddha* (2006), incluindo os filmes de *anime* *Akira* (1988) ou *Memories* (Koji Korimoto *et al.*, 1996), chegam-nos *imagens de participação*, as quais transformam o leitor ou o espectador em participante. Quanto à banda desenhada norte-americana, Scott McCloud destaca que “(...) o uso de linhas de movimento (...) parece ‘ilustrar’ a acção” (1996: p. 45, tradução nossa). McCloud não acredita que as “linhas de movimento” se traduzam directamente em sensação de participação. Ainda assim, afirma que elas, também denominadas “speed lines” (que são identificadas também por Lamarre: p. 132 in Lunning [Ed.], 2006), ilustram a acção. Isso é o que se nota nos exemplos



de Tezuka e Otomo, por ser onde se acentua o movimento e a representação gráfica desse movimento, o que funciona como uma tentativa de atravessar vários *media*, ou seja, a *manga*, com essas “linhas de movimento”, faz alusão ao filme de *anime*, do mesmo modo que a *anime* alude a uma maior participação, existente na *manga* interactiva ou nos videojogos, por exemplo. Frederik L. Schodt encontra uma justificação para a necessidade de participação na *manga* na obra *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga* (2002), onde diz que “a *manga* (...) é uma das poucas coisas que os jovens não são obrigados a fazer pelos seus professores, pelo que é um género de expressão no qual desejam activamente participar (p. 41, tradução nossa). Eis o motivo pelo qual a *manga* prepara estética e culturalmente o público para os novos *media*. O público da *manga* digital não abdica do consumo livre de animações feitas em computador, videojogos e bandas desenhadas digitais. Schodt é claro ao referir que a *manga* é um género de expressão na qual os jovens desejam participar de forma activa, o que significa que o meio de comunicação *manga* tem uma expansão aceitável no âmbito dos novos meios, onde a participação é substancial para o seu utilizador. A sensação de participação é tão mais intensa para o público de *manga* digital quanto mais subjectivas forem as suas imagens. De acordo com McCloud, as “linhas de movimento” permitem ilustrar a acção, e são relevantes para tornar as imagens subjectivas, colocando o leitor de *manga* dentro de imagens que tentam transcender o seu limite: o facto de serem estáticas. Na *anime*, essas linhas permanecem para ampliar o conceito de velocidade e a posição do espectador: o sujeito que assiste às imagens. É neste sentido que se desenvolve um tipo especial de subjectividade, a “subjectividade performativa” (Malpas, 2005: p. 74). Uma característica do povo japonês, segundo Benedict (2005), é que, tanto em tempo de guerra como em tempo de paz, “os japoneses agiam enquanto personagens” (p. 5, tradução nossa). A representação de personagens era algo premente durante a guerra, mas o povo japonês sempre fora adepto da representação, da arte performativa e do dramatismo, assim como das fardas e das práticas protocolares. “Agir enquanto personagem” [*chara* (Poitras, 2001: p. 23)] era uma faceta dos japoneses durante a guerra e que permaneceu desde então. Na *manga* digital, as “linhas de movimento” visam fazer o leitor “entrar” na imagem, acompanhando o seu ritmo, acentuando a vontade de “agir enquanto personagem”. Grande parte da *manga* e da *anime* que prolifera nos novos *media* explora a perspectiva subjectiva para fazer o público sentir que



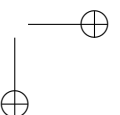
entra no plano, consolida-se o *sujeito performativo*. Scott McCloud (1996) explica:

“(...) when a camera moves ‘with’ a ‘moving object’ it produces quite a ‘different image’. Although the ‘object’ may remain in ‘clear focus’, the background is ‘streaked’ and ‘blurry’. This was the effect that Manga artists began ‘adapting’ for their comics a few decades ago” (p. 45).

A aplicação das “linhas de movimento” resulta numa maior sensação de participação; segundos planos desfocados e riscados, por oposição a primeiros planos claros e nítidos decorrem dos efeitos criados pelos pioneiros desenhadores de *manga*. Durante a conjuntura de afirmação da *manga*, a do pós-guerra, Ruth Benedict (2005) havia explicado que os japoneses, depois da derrota assumiram que, “(...) durante a guerra, tinham ‘combatido de um ponto de vista subjectivo’, já que, conforme reconheceram também, terem defendido as suas posições com ‘lanças de bambu’ foi uma fantasia” (p. 26, tradução nossa). “Agindo dentro da personagem”, entusiasmados com a subjectividade, com a sua forma de ver o mundo, os japoneses tinham então um pendor para o subjectivo. Levi alega que, ao contrário do Ocidente, as tradições artísticas e teatrais, no Japão, nunca tiveram como destino o realismo. Por isso, sempre houve uma tendência para a subjectividade e, nas palavras de Levi (1996):

“Instead, both in art and drama, the Japanese have emphasized techniques that capture the essence of the subject in a way that assumes some participation by the audience. ‘Anime’ sets the stage, but the viewer’s imagination must fill in the gaps” (p. 21).

Na *manga* digital, exploraram-se essas técnicas de ênfase do ponto de vista subjectivo, recorrendo-se aos desfoques, “linhas de movimento”, *dé-coupage*, estilo cinematográfico e, mais recentemente, a pintura em computador através de Photoshop com a introdução de “gradient” (degradê) e efeitos de luz solar e iluminação fotorrealistas. Por trás destas técnicas temos uma outra, apontada por Schodt e acima de tudo por McCloud, a “tecnologia de contar histórias”. Através das artes dramáticas, a *anime* importa esta necessidade de captar a essência do subjectivo; o contrário do mundo objectivo, isto é,



a “perspectiva incorporada” (Vivian Sobchack, REF. ORIGINAL *apud* Bolton, 2007: p. 138 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007), a participação do espectador. Como a *anime* surge antes da *manga* digital, vai ser responsável pela linguagem visual da nova *manga*. O novo produto reclama uma maior participação do leitor e consegue, tal como a *anime*, definir o palco no qual o público é responsável por preencher as partes omissas. O conceito de “Transporte” é, deste modo, resultante da “Subjectividade” e da “Participação”; consequência de um sujeito que “age dentro da personagem”, que assiste a imagens de subjectividade e que o incitam a participar e a decodificar a narrativa. Neste âmbito, Orbaugh (p. 159 in Lunning [Ed.], 2008) refere uma “subjectividade pós-humana”. Transportado para o universo da *manga* digital, o leitor desenvolve uma relação de intimidade com as personagens e narrativas graficamente representadas, fenómeno que se verificava já. Como Scott McCloud (1996) afirmou, a *manga* tinha esta propriedade de transportar o leitor: “o poder de ‘nos transportar’ para a ‘mente’ do ‘Outro’ e, através dos seu olhos, para ‘outro mundo’” (p. 48, tradução nossa). Esse “Outro”, que aparece representado na *manga*, evolui no modelo digital. O seu segredo é o respectivo aspecto optimizado, colorido e aperfeiçoado, que redefiniu a banda desenhada ao tornar o formato anterior da *manga* mais cativante na era da *anime*. Porque os japoneses perdem, no seu quotidiano, muito tempo nos transportes, desenvolvem assim uma relação íntima com as personagens *manga*, o que explica o consumo obsessivo de *manga* digital em livro colorido, em formato digitalizado para ser visualizado no ecrã de computador ou em plataformas de *media* portáteis. A *manga* que transporta o leitor consegue ser transportada como esse mesmo leitor para toda parte, na era dos novos meios portáteis.

1.3.2 Digital Graphic Novel: A Convergência de Manga e Anime

A “digital graphic novel” é a apoteose da *manga* digital, o formato convergente de *manga* e *anime*. Enquanto produto novo, multimédia, a “digital graphic novel” representa a união dos conceitos de “participação”, “subjectividade” e “transporte”. Esta edição de *manga* digital com sequências animadas a partir das páginas de arte conceptual criou o seu próprio patamar. O patamar híbrido de *manga* e *anime* foi concebido para ser experimentado numa consola de videojogos portátil, a Sony PlayStation Portable. Significa isto que o utilizador desta consola podia interagir com *manga* digital. Criada

por Hideo Kojima, o visionário da empresa de jogos Konami, *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* é a versão de banda desenhada digital produzida com base na arte conceptual de Ashley Wood. Wood é o artista que criou as ilustrações-protótipo para o jogo *Metal Gear Solid* na sua versão de PlayStation One, ainda em 1998. Devido ao sucesso das ilustrações que remetem para a cultura gráfica de *manga*, os videojogos da série *Metal Gear Solid* obtiveram um impacto significativo junto do público mais *otaku*. Em *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* (2006), os utilizadores da consola podiam ler, pesquisar, jogar partes da história e, antes de mais, assistir à *manga* digital cujas animações se faziam acompanhar de banda-sonora. Vozes, diálogos e efeitos especiais de som em perfeita sincronia com a imagem tornavam a *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* um produto convergente com a *anime*. Para o utilizador este produto híbrido permitia ler em formato electrónico, parar, fazer recuar ou avançar a leitura como se da reprodução de um filme se tratasse. Uma das possibilidades era ampliar a imagem e vê-la em camadas, como quem manipula uma imagem de Photoshop, entre as quais se poderia descobrir informação misteriosa. Toda a informação reunida permitiria elaborar uma base de dados acerca do romance geral de *Metal Gear Solid* no que respeita a temas, figuras, intrigas e locais. O formato de “digital graphic novel” acrescentava ainda mais novidades, tais como transformar o leitor em jogador, o utilizador em espectador, e fazia-o transportando o público para uma *manga* audiovisual, mais próxima do formato *anime*.

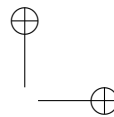
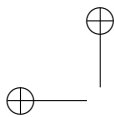
Na *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel*, podemos destacar o seu formato como fazendo parte de uma maior “cultura de convergência” (Jenkins, 2006). Afinal, esta obra consegue fazer convergir a *manga* e a *anime*, não se tratando só de *manga digital*, já que se incentiva o utilizador a participar. A “cultura de participação” é conivente com a “cultura de convergência”, porque é preciso interagir. Tem de ser o próprio sujeito a manusear e a reunir “clips”, excertos de *media* que o acompanham durante o seu quotidiano aquando da utilização de plataformas de *media* móveis. Lipovetsky acredita que existe uma “cultura clip” (1989: p. 280). E, de facto, a ideia de que a fragmentação e o excerto audiovisual se consolidam como meios, ou instrumentos de comunicação, radica-se na *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel*. Desde que a Konami editou este produto, surgiram no mercado imitações que se revelaram inúteis. A primazia desta obra estava no facto de alterar o formato de leitura para um formato de interacção com a página de banda desenhada, fazendo-a

idêntica à de jogo. Em segundo lugar, este produto só é uma “graphic novel” em digital porque houve conteúdos que migraram para novos suportes. A partir do momento em que a *manga digital* estabeleceu que se pode ilustrar em papel e digitalizar para o computador uma ilustração; ou que se pode desenhar directamente no computador com uma caneta óptica, pintando, retocando e reformatando-se a *manga*, esta, como a conhecêramos, mudou. Banda desenhada digitalizada que se pode consultar numa memória, operar numa consola móvel como quem manuseia um disco de música ou um jogo electrónico, é algo novo. Considere-se, então, a adição de som sincronizado aos grafismos, o que torna a experiência num *evento multimédia*; desta convergência de *media* sobressai uma *convergência de experiências* que obriga o público a ser vários tipos de público em simultâneo. Relativamente ao suporte, a *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* é revolucionária não apenas pela perfeição com que faz convergir *manga* e *anime*, mas também no modo como prolonga o “estilo cinematográfico” do pioneiro Tezuka. As técnicas de ilustração em *manga* por ele implementadas conhecem na *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* de Hideo Kojima uma expansão de tipo multimédia. Na banda desenhada de Tezuka, as imagens descrevem sons, são ampliadas, multiplicadas, focam personagens, representam o ritmo e decompõem a acção em inúmeros planos. Isto está registado em modo ilustrativo, ou seja, em papel, no formato livro, sem som e a preto-e-branco. A versão apresentada de *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* acrescenta balões de diálogos com narração, som de respiração da personagem (elemento subjectivo), imagens que se desmontam em camadas (“imagem multiplanar”), planos que estão animados em simultâneo com personagens que figuram no seu interior falando, por exemplo. Expressões como “Bang!”, “Kaput” e “Vrooem”, que são onomatopeias, tinham excertos de som activados ao figurar no ecrã. As personagens apareciam recortadas dos cenários, independentes, movendo-se. Nada é estático em *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel*. A *manga* em formato digital criada por Kojima tinha na imagem dinâmica a sua condição principal.

Convém não esquecer que Kojima faz com os novos *media* o que Tezuka faria se estes estivessem disponíveis, porque a sua grande paixão era o enquadramento fotográfico, o estilo cinematográfico e a imagem dinâmica. Na banda desenhada de Tezuka existia uma insatisfação face ao *médium* livro, um meio com limites (Poitras, 2001; Schodt, 2002). Nessa época, a *manga* expandiu-se em séries por não se conseguir decompor uma narrativa em tan-

tos planos quanto os necessários. O resultado foi um aumento exponencial de volumes de *manga* bicolor consequente do incremento do número de páginas. Na actualidade, com o advento do digital, as imagens de *manga* adaptaram-se às novas plataformas de comunicação. Nesse processo, a imagem que antes era plástica e de leitura particular começou uma migração para a imagem multimédia e pública, por ser partilhável nos novos meios, o que Daniel H. Pink (2007) esclarece: “os jovens estão a afastar a sua atenção da página impressa, dirigindo-a para os ecrãs minúsculos dos telemóveis” (p. 1, §4, tradução nossa). O que fica entre a versão tipográfica da *manga* e a versão dos meios portáteis onde há convergência é a frequente consulta do produto na rua, ou em qualquer lugar. A mobilidade da imagem, do suporte e do público convergiram com o estilo de vida *otaku*.

Não deixa de parecer futurista esta forma de “ler” *manga* digital em produtos providos de sequências de *anime*. Prevalece uma interacção nova com o *médium*, com semelhanças à interacção com um jogo. Sobre este futurismo do indivíduo, Polak (1973) refere: “assim que ele [o indivíduo] tomou consciência da criação de imagens do futuro, passou a participar no processo de criação deste futuro” (p. 6, tradução nossa). E, novamente, somos remetidos para o conceito de “participação”, tal como no texto de Jenkins se aborda a “cultura de participação” (2006). A primeira tentativa de fazer convergir banda desenhada e sequências de imagens dinâmicas remonta a *Comix Zone* (1995). Porém, este videojogo nada tinha de relacionado com *manga*. Jogar *Comix Zone* resumia-se a controlar a personagem Sketch Turner ao longo de uma aventura de acção através das coloridas páginas de banda desenhada. Era mais um jogo do que banda desenhada, embora também tenha sido pioneiro ao requerer a participação do jogador num universo de banda desenhada. Três anos depois, a primeira tentativa de associar *manga* e *anime* no computador acontece em *Takeru: Letter of The Law* (1998), uma *manga* interactiva criada por Buichi Terasawa que, além de criar *manga*, nutria um gosto pelas tecnologias gráficas digitais. *Takeru* é a primeira obra de *manga* deste género a ser editada para o mercado dos computadores pessoais. Há, assim, uma “cultura de convergência”, a qual, segundo Jenkins (2006), se refere ao processo e não ao fim (p. 16). O autor diz que os *media* vão “convergindo”. Uma das atracções é certamente o facto de o público destes novos meios ser mais adepto de controlar imagens do que de lê-las. Polak (1973) teve a oportunidade de referir, em relação à “imagem do futuro”, que o homem gosta particularmente

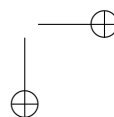
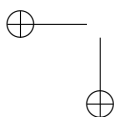


de uma “controlled image-change” (p. 15). Isso é o que se nota nas “digital graphic novels”: o público *otaku* tem preferência por meios onde lhe é possibilitado modificar de forma controlada a imagem. A confluência dos meios faz o público comportar-se como um jogador, dado que “para os jogadores, a experiência é de imediatismo: a personagem torna-se num veículo para a experiência directa, por parte dos jogadores, do mundo do jogo” (Jenkins, 2006: p. 121, tradução nossa). A interacção tipo-jogo justifica-se porque a melhor forma de conseguir que o público tenha uma experiência intensa é torná-la imediata, semelhante ao que os jogadores encontram no mundo dos videojogos. No Japão, as “digital graphic novels” são também conhecidas por *techno-gekigas*, romances gráficos para plataformas de *media* digitais. O público-formato encontra em obras como *Metal Gear Solid: Digital Graphic Novel* um ponto de partida para uma “cultura participativa” e também para se contribuir para uma “cultura pública do futuro” (Jenkins, 2006: p. 24).

1.4 VIDEOJOGOS DE ANIME

1.4.1 O Prolongamento

No pós-guerra, quando ainda não existiam videojogos de *anime*, o Teatro de Papel *Kami-shibai* era uma forma de entretenimento muito popular. Criavam-se histórias e desenhavam-se figuras à mão que seriam depois recortadas em cartolina. No final das peças, as figuras de aspecto artesanal eram movidas com cuidado no topo de caixas de cartão. Até se incluíam efeitos de som e locução; por isso, eram ideais para crianças. Os videojogos japoneses continuam este legado cultural do povo, que remonta ao período do pós-guerra, evidenciando ainda o aparato teatral, cómico e lúdico. Desde esse momento que os jogos mudaram no Japão. Ninguém joga apenas os jogos tradicionais. O público *otaku* prefere jogar videojogos em detrimento dos jogos tradicionais, além de que o Japão domina a indústria de jogos electrónicos. O único fenómeno de jogos tradicionais que continua popular é o *patchinko* (Sugimoto, 2003: p. 249), um jogo em que se atiram bolas de metal num mostrador de vidro. Os japoneses apreciam a forma aleatória como as bolas escolhem o caminho em torno de pinos de metal, deslizando do topo até ao fundo do mostrador da máquina. No fim, podem trocar-se as bolas por dinheiro. *Tokyo-Ga*



(1985) é o documentário de Wim Wenders onde se aborda esta obsessão com o *patchinko*.

Versões de *anime* em videojogo ou videojogos de estética *anime* são um fenómeno com apenas três décadas. Muitos videojogos copiam elementos das estéticas *manga* e *anime* embora não seja por isso que se podem considerar videojogos de *anime*. Os videojogos dessa categoria continuam a estética da *anime* na íntegra, seguindo universos de ficção já existentes e personagens conhecidas, isto é, adaptando obras de *anime* para o formato de jogo de vídeo. No entanto, a necessidade de apresentar constantes inovações a um público de *otakus* globais exige a criação de universos novos criados de raiz para o *médium* videojogo. Sobre se, de facto, a transição da *anime* para videojogo é planeada pelas empresas japonesas é uma questão pertinente, Takahiro Hayakawa (2008) responde: “não, não é planeada. É uma continuação e não um processo forçado” (tradução nossa). Certo é que, se desde o final da década de 80, os videojogos de *anime* adaptavam obras-primas da animação japonesa, a partir dos anos 90 as novas consolas fizeram disparar a quantidade de videojogos de *anime* disponíveis. Depois do ano 2000, os três gigantes da indústria de “hardware” de consolas – Sony, Nintendo e Microsoft –, decidiram lançar consolas novas, então apelidadas de “consolas de nova geração”, e o progresso foi significativo. Desde 2008 que os mesmos fabricantes apresentam consolas com alta-resolução, o que aumentou as capacidades gráficas úteis à criação de jogos de *anime*.

Lev Manovich dizia: “ainda não deixámos a era do ecrã” (2001, p. 115, tradução nossa). Este argumento faz ainda todo o sentido, visto que os meios móveis e todos os outros de cariz digital requerem a constante interacção dos seus utilizadores por meio de ecrãs. A “era do ecrã”, que ainda não terminou, requer públicos participativos, com um tipo de comportamento fomentado pelas tecnologias de rede (Wi-Fi, Fibra, Bluetooth) emergentes. Os videojogos de *anime* foram alterados por estas mesmas tecnologias de rede. A famosa série *Final Fantasy*, que foi lançada para diferentes consolas de jogos teve um episódio concebido unicamente para ser jogado em rede, *Final Fantasy XI Online* (2006), no seguimento do que já ocorria com *Phantasy Star Online* (2001).

Dentro dos videojogos de *anime* existem alguns que estabelecem uma ligação mais directa à cultura de *manga*; são jogos que tentaram agradar inclusive a videojogadores fãs de banda desenhada. *Takeru: Letter of The Law*

(1998) foi relevante, mas não criou um estilo de jogo coerente; explorar espaços e assistir a “clips” de *anime* pouco dinâmicos não era satisfatório. Na prática, não ultrapassava as convenções do meio “videojogo”. Podem definir-se três grandes géneros de videojogos de eleição para o estilo *anime*: os géneros de “tiros” (“shoot’em up’s”), de lutas (“beat’em up’s”) e “RPGs” (“Role-Playing Games”). Em paralelo, temos a presença de figuras *kawaii*, um factor transversal aos três maiores tipos de jogos de *anime*, assim como a música épica e dramática, de contornos orquestrais.

Acerca de robótica, muitos são os videojogos de *anime* disponíveis. *Lost Planet* é um jogo fascinante no qual toda acção se desenrola num planeta gelado. Criaturas estranhas perseguem o herói de rosto asiático, o qual vence os assaltos sempre que esteja a conduzir um “mech”, o seu “fato vital” (Tatsumi: p. 192 in Lunning [Ed.], 2008). Noutros casos, como no de *Final Fantasy*, o que permanece é esse tema da “reconfiguração”. Os adversários resolvem sempre modificar-se, acontecendo o mesmo em *Metal Gear Solid 4: Guns of Patriots* (2008) e em *Armored Core 2* (2000). Os mecanismos antropomórficos aprendem a mudar de forma consoante as condições do cenário. Quer na dimensão maior do espaço (*Ikaruga*), quer na dimensão micrológica (*Blast Factor: Advanced Research* [2007]), o jogador dirige uma aeronave. Ambos os casos implicam salvar a humanidade, um desafio tipicamente *anime*. *Metrod Prime 3: Corruption* (2007) opta por uma estratégia similar mas coloca o jogador na perspectiva de primeira pessoa. O jogo é visto pelo capacete do robô “Prime” e, novamente, explora-se a necessidade de participar na *anime*. Num número grande de jogos, a estética de *anime* visa a estilização das armas. Alguns dos videojogos que deveremos destacar são *The Ninja Warriors* (1999), *Bushido Blade* (1997) e *Final Fantasy X* (2001). Este trio enfatiza a utilização de armas antigas japonesas. Os ciborgues de *The Ninja Warriors* usam espada curva de *samurai* e estrelas *shuriken* para atacar os inimigos. *Bushido Blade* é mais recente e mostra as mesmas armas, situando a narrativa no Japão antigo. *Final Fantasy X* tem tudo isto num estilo híbrido e próprio. No décimo episódio da saga da “fantasia final”, os heróis da equipa de protagonistas usam espadas gigantes e roupas e cabelos coloridos e de corte assimétrico. Quanto às cenografias, são muito idílicas. Num arquipélago tropical remoto, todas as armas são necessárias para vencer adversários. Snow e Lightning são os apaixonados, audazes e lutadores protagonistas de uma aventura onde tudo o que é *anime* está presente.

Temos também os videojogos a incidir mais sobre a cultura *kawaii*, nomeadamente as figuras de aspecto infantil, simpático e cómico; enfim, as que aparecem na maior parte das obras de *anime* com um comportamento geralmente inofensivo. Entre os jogos mais inovadores que melhor implementam a estética *anime* está *Pikmin* (2001), um jogo pioneiro na consola Nintendo GameCube que permitia orientar astronautas minúsculos e desesperados ao longo da procura de destroços da sua nave numa floresta. O objectivo do jogo era controlar estes seres, estas mascotes *kawaii*, com o propósito de reparar a sua nave. Posto isto, as criaturas poderiam retomar o caminho para o seu planeta de origem. No âmbito da fantasia mais abstracta, existem três videojogos que importam de novo a lógica das figuras *kawaii*. O primeiro é *Puzzle Bobble* (1994), um jogo de puzzles protagonizado pelos dinossauros do clássico jogo de plataformas *Bubble Bobble* (1986) da empresa Taito. Disparando bolhas de sabão, as figuras *kawaii* da era jurássica eliminavam os quadrados adversários e sorriam sempre que transitavam de nível. Assinadas pelos mesmos autores, duas obras determinantes nos jogos nipónicos surgiram na década de 90: os clássicos *New Zealand Story* (1988) e *Rainbow Islands* (1991). No primeiro videojogo, o simpático pintainho munido de arco e flecha defendia-se de gatos voadores, dragões, tartarugas e demónios minúsculos. A sequência de *New Zealand Story*, *Rainbow Islands* seguiu uma lógica idêntica e apresentou, em *Rainbow Islands*, um menino (Bubby) que subia até aos céus com o poder de lançar arcos-íris. Depois de os fazer, o protagonista optava por trepá-los, fugindo dos ataques de abelhas. Se chegasse ao fim, derrotava o vilão Krabo. Para os japoneses, uma figura que continua a ter sucesso nos jogos, e que é um ícone simpático, uma mascote, é *Bomberman* (2006) da Hudson Soft, o herói idêntico a um televisor que salva o seu planeta do invasor exército robô. Atingir o sucesso é algo que “bomberman” consegue ao colocar bombas num labirinto de obstáculos. Bem mais sorridente, e ainda considerada uma figura lendária, de culto, é o ouriço Sonic, do videojogo *Sonic: The Hedgehog* (1991), o qual ficou tão famoso ao salvar os amigos do maléfico Dr. Robotnik que também mereceu uma adaptação para *anime*.

Em *Tamagotchi* (1997), da Bandai, Co., o jogador detém controlo sobre a criatura que existe no ecrã. No entanto, o videojogo que conseguiu criar algo realmente novo foi *Me And My Katamari* (2006), um título de lógica em que o jogador dirige o “príncipe de todas as coisas”. Quando vem à Terra, o protagonista enrola uma bola de entulho que absorve tudo o que encontra

na sua trajectória: em tamanho real, desde bancos de jardim, pessoas, árvores e candeeiros, até animais de estimação. No final, o entulho rolante de objectos do mundo real pode transformar-se num novo lugar, como uma ilha, por exemplo. O aspecto de fantasia *kawaii* e de comédia deste jogo de acção na terceira pessoa permitiram catalogá-lo como “jogo original”. *Me and My Katamari* (2006) também ficou conhecido pela música, com o aspecto do príncipe a dançar música “disco”. Aliás, um aspecto importante nos videojogos de *anime* é a música. Nem todos os videojogos recorrem ao *trance* como *Armored Core*. No que diz respeito a música, os videojogos de *anime* apresentam bandas-sonoras extremamente únicas e que consolidam o ambiente *anime* (Poitras, 2001: p. 88). Músicos como Michiru Oshima e Kow Otani compuseram, respectivamente, para *Ico* (2002) e *Shadow of The Colossus* (2005) ambientes sonoros originais que elevam a categoria do videojogo. As fortalezas abandonadas de *Ico*, os labirintos do castelo perdido no nevoeiro e a dimensão do espaço misterioso são enriquecidos pela banda-sonora de Oshima. A missão de *Ico*, o protagonista, é fugir do local sem abandonar Yorda, a princesa que exala luz, ainda que haja forças sombrias no seu encalço. Otani criou a música para *Shadow of The Colossus*, a prequela (apesar de ter sido editado depois) de *Ico*, em que um jovem amaldiçoado é deixado numa zona remota por cavaleiros de uma tribo desconhecida. A fim de descobrir como salvar uma jovem que se encontra adormecida sobre uma pedra, o jovem terá de percorrer uma vasta área de desertos, planaltos, lagos e torres para derrotar dezasseis gigantes. Quando estes são aniquilados, o rapaz absorve, finalmente, a sua energia vital. Logo que todos os colossos estejam derrotados, o jovem entra em mutação. Por ter acumulado a energia negativa dos gigantes, ele torna-se também um titã tenebroso: salva a princesa do seu estado de suspensão mas é então detido e confinado a um sarcófago de pedra. Durante a fase de exploração, enquanto cavalga sozinho naquele universo, o herói serve-se do reflexo da sua espada como bússola para encontrar o local dos gigantes. O rapaz é senhor de um mundo poético, livre e romântico, uma espécie de “paraíso fechado”. Ao fazer a banda-sonora, Kow Otani conseguiu, com *Shadow of The Colossus*, promover os videojogos de *anime* a um outro patamar, o do videojogo de *anime* épico e dramático. Tal feito obteve-se à base do conceito de “ambientes expressivos” e da ausência de diálogos, o que fez sobressair a banda-sonora. É comum editarem-se bandas-sonoras de videojogos de *anime* pela sua qualidade (Poitras, 2001: p. 88). Em estilo mais

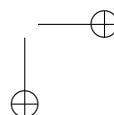
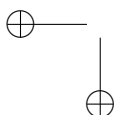
lúdico e sobretudo direccionado para o público mais infanto-juvenil, existe *Patapon* (2008), um videojogo para PlayStation Portable no qual o jogador interage através da música. À medida que acerta nas combinações de botões, o exército de figuras tribais – os “patapon’s” – avança, recua, defende ou ataca em território hostil. Consoante o sucesso do jogador, assim se recebem novos recrutas no exército de “patapon’s”, onde arqueiros, soldados destemidos e novas armas conhecem a sua utilidade nos níveis seguintes. A concepção gráfica deste é a de um desenho animado, no qual o jogador vê o exército em acção (na horizontal) a cantar e a exaltar-se, soando trombetas, tamborilando e lançando gritos de guerra. Quanto à interface, *Patapon* é inovador mas não pioneiro, e prima por recorrer a vozes de crianças para os efeitos especiais, como acontece aliás em *Locoroco* (2006). Neste, o jogador comanda figuras redondas e elásticas, num jogo bidimensional povoado de criaturas *kawaii*. Aqui, a música desempenha também um papel relevante, fomentando a imersão do jogador. Níveis muito coloridos, grafismos vectoriais (formas simples), uma mensagem de *anime* em torno da protecção do meio-ambiente e música divertida com vozes de crianças foram pontos fortes em *Locoroco*. Enquadrando-se num estilo mais lúdico, menos infantil e melancólico, temos *Rez* (2001), um videojogo de *anime* totalmente dedicado ao aspecto do ciberespaço. Através de sequências de tiros, o jogador tem de controlar uma personagem dentro do universo de computador com o intuito de gerar uma música e, assim, avançar pelas paisagens digitais do mundo descorporizado e desmaterializado de *Rez*. Bolton sugere nesta lógica um “regime descorporizado” (in Anderson: p. 81 in Lunning [Ed.], 2009). No género de “jogos de tiros”, em que a acção é vista na terceira pessoa, este jogo adicionou novidades, providenciando sequências de acção intermitente; o aparecimento de adversários coincidia com a música pulsada de dança, resultando numa acção psicadélica. Percorrendo sempre em jeito de túnel o universo digital de um computador em apuros, o jogador tem de lutar para atingir o centro, conhecido como “Eden”. Até ao fim, de acordo com a quantidade de adversários e a sua velocidade de entrada em cena no ecrã, *Rez* transforma-se numa experiência repleta de grafismos ecléticos e luminosos, visualmente em concordância com uma *anime* ciberpunk.

Ainda acerca de jogos de tiros, os designados “shoot’em ups”, que existem em abundância no Japão, é possível constatar que os robôs ocupam lugares de destaque. A zona de confluência de temas nos videojogos de *anime*



é a que inclui ciborgues, aeronaves, robótica e armas e, por isso, a melhor correspondência com o género de *anime* sobre este tipo de máquinas é o género “mecha”. Nos videojogos de guerra a videografia das máquinas – a de “mecha” – recorre a figuras como os ciborgues. Encontramos essas figuras em *Breakdown* (2004), com a armada de seres especiais a abater; e em *Ghost in The Shell: Stand Alone Complex* (2004), o jogo que prolonga a história da *anime* homónima. Sem ser sobre ciborgues, jogos como *Ikaruga* (2002) e *R-Type Delta* (1999) são representativos do que de melhor se fez acerca de aeronaves. Nesta dupla de jogos de tiros, as cenografias de luxo colocavam a nave do jogador em cena numa posição elevada. Em *Ikaruga*, imponentes estações aéreas descarregam tiros sobre a nossa aeronave, mas a acção não decorre de forma linear. O seu “estilo cinematográfico” deve-se a súbitas alterações de plano de câmara. Para o jogador, as batalhas aéreas funcionam como um tiroteio controlado. Uma estética idêntica foi aplicada em *R-Type Delta*, um jogo de tiros em que o jogador não controla totalmente os movimentos da câmara, como em *Ikaruga*, mas onde a acção é vista na horizontal. Das diurnas atmosferas de *Ikaruga* destacam-se naves e armas sofisticadas, enquanto em *R-Type Delta* a banda-sonora de ficção científica melhora a experiência de jogo, tornando divertidos os confrontos nocturnos com robôs voadores sobre as acrópoles.

O formato mais simples onde os jogadores se deparavam com *anime* sempre foi o dos jogos de tiros, mais antigos, do final da década de 80, em que o jogador podia optar por jogar com uma de várias personagens disponíveis. Cada uma tinha características especiais, aspecto juvenil e feitio próprio, e tudo isto tinha consequências no veículo controlado por essa personagem, isto é, o jogador. Em *U.N. Squadron*, o jogo começa precisamente com a escolha de personagens, cujos veículos têm especificidades, o que se poderia reflectir no sucesso do jogador. Outros títulos, como *Zone of The Enders* (2001), focam o universo da robótica, o género “mecha”, e levam o jogador a desempenhar o papel de um piloto, o qual, chamado Leo Stenbuck é, segundo a história, arrastado para um conflito espacial. Por esse motivo, é obrigado a recorrer ao poder de fogo do robô antropomórfico Jehuty para salvar os colonos de Marte e Júpiter de ataques inimigos. Mesmo noutro duo de jogos de *anime*, como *Metal Gear Solid 2: The Twin Snakes* (2004) e *Ace Combat 4: Distant Thunder* (2001), a guerra é uma guerra moderna. *Metal Gear Solid 2: The Twin Snakes* mostra-nos o protagonista “Solid Snake” a penetrar furtiva-



mente no convés dum petroleiro atracado na zona de Nova Iorque. Equipados com as armas mais recentes, os inimigos de “Snake” até conduzem “mechs”. Seguindo outra lógica, neste caso, longe do solo, o universo de combates aéreos de *Ace Combat 4: Distant Thunder* leva o jogador a voar por atmosferas repletas de caças, aviões invisíveis ao radar, enfrentando tracejados de balas e nuvens de mísseis. A mais recente tecnologia aviónica está presente no armamento, o qual, por sua vez, se revela útil para abater inimigos. Algumas dessas figuras hostis são indetectáveis, de dimensão massiva e possuem aparência *kawaii*. No final das missões mais difíceis, o jogador é obrigado a atingir aviões que se assemelham a pássaros-brinquedo. É assinalável, nos simuladores de voo desta série, o episódio *Ace Combat X: Skies of Deception* (2006), pois mostra parte da história em imagens de *manga* juntamente com narração e efeitos sonoros. O jogador agiria heroicamente ao pilotar o seu avião de guerra no contexto geo-estratégico. Do sucesso ou fracasso das missões advinham-se as consequências.

O triângulo “escolhas-lutas-efeitos” é encontrado em bastantes jogos de de tiros, assim como a presença de figuras de *anime*: as personagens exprimem-se como desenhos animados sempre que a situação o justifica. Em *The Sky Crawlers – Innocent Aces* (2010), o jogo prolonga a *anime* do mesmo nome e utiliza a tecnologia de *Ace Combat* para permitir que o jogador experimente o universo da animação. O mesmo acontece com *Gundam Battle Royale* (2006), um jogo que situa a acção no “século universal” 0079 com a missão de entrar em lutas de robôs gigantes. Neste caso, o ecrã dividido com a *anime* do piloto e do operador faz a obra oscilar entre animação e jogo, onde não faltavam o estilo dramático, a música épica e as figuras sofisticadas a manusear sabres laser. Por mais que os jogos de tiros sobre temáticas de *anime* sejam aprimorados, o seu público continua a ser o de clássicos como *Gradius Collection – Gradius Gaiden* (2006), da Konami.

Quando se analisam os jogos de *anime* de lutas ou de acção, os “beat” em ups, deparamo-nos com traços bem distintos, tais como o lado poético das imagens, a sofisticação técnica destas e o tipo de personagens escolhidas. *Vietnam Joe: Red Hot Rumble* (2006) aposta na imagem rápida e nos movimentos bruscos da personagem, elevando o jogo de luta ao nível da animação de luta interactiva. Neste título, é óbvia a influência da “cultura clip” mencionada por Lipovetsky, nomeadamente nos grafismos acompanhados de som, o que reflecte uma proximidade técnica com o “videoclip”. O público, além de

jogar estes jogos, pode aceder a conteúdos extra (que variam desde imagens, músicas e “clips” de vídeo), bónus disponíveis em sítios Web específicos. Outros jogos onde se manifesta a mesma influência “clip” são os da série de videojogos *Devil May Cry* (2001-08), que se apropriam simultaneamente da estética “cinematográfica” da anime e da montagem sincopada do teledisco, adicionando o ambiente de “rock” gótico. Dante, o demoníaco herói de cabelo branco, usa gabardina vermelha ou negra, armas desmesuradas e ostenta um sorriso enigmático. Alguns dos grandes sucessos de videojogos de anime devem-se às personagens, de carácter mais infantil (*Viewtiful Joe: Red Hot Rumble*, *U.N. Squadron* [1991]), adolescente (*Final Fantasy VII* [1997]) ou adulto (*Shenmue* [2000-01]). No caso de *Final Fantasy VII*, o jogador controla, através da dividida cidade de “Midgar”, uma equipa cujas personagens têm determinadas especificidades, ao longo de uma aventura de acção na terceira pessoa. A resistência “Avalanche” deve vencer a corporação Shin-Ra Electric Company. As situações cómicas, as viagens, a profusão de diálogos e a música tornam esta aventura um jogo divertido que assume contornos de *anime*, pontuado por momentos idílicos de música de piano.

Em *Viewtiful Joe: Red Hot Rumble* a linguagem é diferente, mais ligada ao género “rock”. As lutas com os adversários são tão rápidas que os movimentos das personagens parecem electrificados. O protagonista que o jogador tem a oportunidade de controlar possui superpoderes numa escala que torna a imagem no ecrã tão dinâmica quanto ele mesmo. Gráficos em “cel-shading” transformam o jogo de lutas numa animação, dado que os perfis das personagens estão contornados a traço negro. Mais do que um jogo de lutas clássico, *Viewtiful Joe: Red Hot Rumble* é um jogo de *anime* no qual o herói combate os inimigos com efeitos especiais cinematográficos, pelo que se torna uma *batalha de gráficos*.

Noutro tipo de videojogo como *Shenmue*, o seu criador, Yu Suzuki, havia criado um jogo de campo aberto, onde tudo o que existia numa cidade poderia ser explorado. O sistema implementado, apelidado de “F.R.E.E.” (“Full Reactive Eyes Entertainment”), permitia, tanto em *Shenmue* (2000) como em *Shenmue 2* (2001), percorrer locais, interagir com quaisquer personagens e inspeccionar sem limites os objectos. De acordo com a história, a morte de Iwa Hazuki (pai) leva Ryo Hazuki (filho), a personagem controlada pelo jogador, a investigar o crime e a procurar um objecto perdido, um espelho. No primeiro jogo, exploram-se as cidades de Yokosuka e Dobuita e um porto.

O jogo era tão completo que propunha estilos de jogo múltiplos, desde luta, aventura e espionagem até puzzle. No segundo jogo, a história começa no porto de Aberdeen, em Hong Kong, e Hazuki prossegue a sua demanda a fim de desvendar a misteriosa morte do pai, na qual Lan Di está implicado. A sequência é conhecida como “aventura cinematográfica”. O herói, parecido com Tom Cruise (em versão asiática, claro está), visita Wai Chai, Kowloon e Guilin à procura de respostas. A série *Shenmue* foi a primeira a permitir jogar videojogos dentro do próprio videojogo. A empresa criadora, a AM2, de Suzuki, colocou salões de jogos nas cidades que Hazuki visitava. Assim, era possível entrar, inserir moedas nas máquinas “arcade” de salão e jogar jogos clássicos como *After Burner II* (1989), *Hang On* (1985), *Space Harrier* (1985) ou *Out Run* (1986).

Sobre cultura japonesa, ou que explorem motivos da cultura japonesa, existem alguns videojogos mais “tradicionais”, na medida em que incidem sobre narrativas, mitos ou elementos históricos do Japão. Um tema vulgar é o das artes marciais. Certos videojogos recorrem a este tema mas reposicionam a história na contemporaneidade. No entanto, o mais comum é que os videojogos de *anime* que exploram iconografia japonesa procedam a uma mistura de elementos antigos e modernos. Em *Onimusha 1: Warlords* (2001), a aventura de acção incide particularmente sobre lutas no tempo do Japão feudal, fora das zonas urbanas modernas, onde guerreiros de armadura destronavam os senhores da guerra, os *shoguns*. O mesmo ocorre em *Bushido Blade* (1997), um videojogo em que o jogador comanda um *samurai*, um mestre na arte *bushido* capaz de cumprir a missão de dia ou de noite, independentemente da quantidade de inimigos que tenha de enfrentar. Já em *Dinasty Warriors Gundam* (2007), temos um híbrido de dois jogos anteriores: um é *Dinasty Warriors* (1989) e o outro é *Gundam* (1993). Da fusão do universo de exércitos chineses a combater outros exércitos, de *Dinasty Warriors vol. 2* (2006), com o universo robótico de *Gundam*, resulta um videojogo com exércitos de robôs antropomórficos a digladiarem-se em campo aberto. O robô é aqui o protagonista, parecendo moderno e não antigo. Posto que a cultura japonesa se baseia fortemente na tradição das artes marciais, é natural que tal se reflecta nos videojogos de *anime*. Jogos como *The Last Ninja* (1988), *The Last Ninja 2* (1990), *The Saboteur* (1984) e *Mortal Kombat* (1993) não são directamente associados à *anime*, mas exploram narrativas de vingança, espionagem e homicídio, em que *ninjas* mestres na arte do *ninjutsu* conseguem penetrar em

território desconhecido sem ser identificados. A linguagem audiovisual destes videojogos corresponde à da *anime*, embora careça desse tipo de rótulos na conjuntura em que aparecem.

Tekken: Dark Resurrection (2006) foi considerado um dos melhores jogos de lutas em 3D para PlayStation Portable, no qual se podia jogar no modo história, conhecendo-se a vida da personagem seleccionada através de *manga*. O desenlace e final da história de cada personagem eram únicos. A estética *anime* de personagens de lutadores idênticas a figuras *kawaii* aumentadas, como ursos Panda ou homens-tronco, tornou-se convenção na série de jogos de luta *Tekken*.

Sobre guerra e devastação, existem muitos videojogos que prolongam o filão narrativo das temáticas padrão existentes na *anime*. *Metal Gear Solid: Peace Walker* (2010) leva o jogador a conhecer um novo teatro de guerra na América do Sul (Costa Rica) de 1974, onde a ameaça nuclear surge uma vez mais com a introdução de um novo protótipo, o robô “Peace Walker”. Os jogos da série *Metal Gear Solid* têm-se tornado, episódio após episódio, em videojogos de *anime* puros, em que a narrativa de política internacional (na Guerra Fria), a acção estratégica e as operações de espionagem continuam a ser substanciais. Destaque-se os robôs “mech”, que figuram em todos os jogos da série. O jogo desenrola-se integralmente entre o panorama de destruição atómica e as pequenas e (quase) invisíveis operações de acção furtiva do protagonista Solid Snake, nomeadamente neste caso, em que um forte exército invade uma nação desmilitarizada. Ainda no contexto de robôs de guerra e de destruição massiva, atente-se a *Armored Core* (1997), um jogo criado de raiz, sem correspondência a obras de *anime*, mas que se posicionou como jogo de robótica bélica, na mesma instância que *Dinasty Warriors Gundam* (2007), que aposta no combate de múltiplas unidades. *Shogo: Mobile Armor Division* (1998) e *Gundam Musou* (2007), são os últimos dois mais dirigidos ao jogador que pretende jogar pelo prazer de comandar um “mech”.

Historicamente, o segundo jogo pioneiro de *anime* é, de facto, *Akira* (1994), o primeiro videojogo directamente adaptado de uma obra de *anime*. Na prática, as imagens de conversação entre personagens pareciam imagens de *manga*. Estas exibiam poucas cores e somente nas partes jogáveis existia interactividade. Imagens dinâmicas eram algo que só se contemplava quando se controlava “Tetsuo” num jogo de acção de plataformas. Tem-se seguramente uma das melhores adaptações de *anime* para videojogo em *Ghost in*

The Shell (1997), por ser muito fácil controlar os robôs no jogo, e por serem semelhantes aos do filme, além de haver uma banda-sonora de elevada qualidade e inúmeras sequências de *anime*, incluindo uma introdução totalmente nova. Relativamente a versões novas de videogames que tornam jogáveis as *anime*, o exemplo maior é *Astro Boy: The Videogame* (2009), o ícone da animação japonesa por excelência adaptado ao *médium* videogame. Após a versão de 2009 do filme de *Astro Boy* feito por David Bowers, surgiu o videogame, partilhando a estética de animação com o respectivo filme. Mesmo para jogadores que desconheciam a *anime*, o videogame torna-se aliciante por ser muito prático e fácil de jogar. *Astro Boy: The Videogame* foi lançado para a consola PlayStation Portable e dirigia-se ao público mais infantil, sendo, por isso, um jogo de acção. Tirando partido das capacidades de “Astro Boy”, o jogador faz “Astro” voar com os jactos dos seus pés, contornar obstáculos, usar os seus olhos de holofote e resistir a ataques inimigos com a sua blindagem. O menino-robô de penteado assimétrico e poucas pestanas protagoniza, em videogame, uma *anime* jogável que, de forma simples, permite a transição de *anime* para jogo de consola, onde acrobacias e sequências de lutas e tiros são centrais.

Dois temas de videogames que também fascinam o público de *anime* são os de “monstros” e de “mortos-vivos”. A espectacularidade do “não-vivo” é enorme no Japão e torna-o um dos países mais obcecados com videogames de terror e suspense. Isto constata-se em videogames como *Devil May Cry* (2001) e *Onimusha 3: Demon Siege* (2004). O primeiro transporta o jogador até universos góticos povoados por seres negros e maléficos, em catedrais, palácios e catacumbas, onde até as estátuas inanimadas são sinistras. *Onimusha 3: Demon Siege* recria, em momentos distintos, o Japão antigo e a cidade de Paris da actualidade para mudar o tipo de experiência do jogador. Além do típico protagonista de rosto asiático, *Onimusha 3: Demon Siege* inclui a versão *anime* do actor Jean Reno. Tal como o próprio título deste jogo de acção indica, o jogador enfrenta hordas de monstros não-vivos que tentam tomar de assalto várias cidades.

No caso de *Battle Arena Toshinden* (1997), as lutas são simples e os grafismos 3D não absorvem verdadeiramente a linguagem *anime*. O salto qualitativo neste género é dado com *Street Fighter Alpha 3 Max* (2006), o célebre jogo da Capcom de lutas *anime* em 2D que possibilita jogar-se com diferentes opções de velocidade. Em sintonia com jogos como *Viewtiful Joe: Red Hot Rumble*, *Street Fighter Alpha 3 Max* acelera o género dos jogos de *anime* de

luta. Contudo, é *Naruto Ultimate Ninja Heroes* (2007) que melhor continua a demonstrar a transição entre *anime* e videojogo. Aqui, os jogadores podem formar equipas de três personagens e tirar partido de cenários amplos em todas as direcções. Caracteres japoneses aparecem a marcar as interjeições das personagens *anime* de *Naruto Ultimate Ninja Heroes* sempre que, dos movimentos súbitos dos lutadores contornadas a negro, resultavam ferimentos. O jogo em questão prolonga o universo de combates da *anime* que o antecede. O fenómeno repete-se com *Bleach – The Movie – Memories of Nobody* (2006), a animação que origina a série de jogos de lutas *Bleach: Heat The Soul* (2005-2009) e *Bleach: Soul Carnival* (2008). Tanto *Naruto Ultimate Ninja Heroes* como a série de jogos *Bleach: Heat The Soul* utiliza a mesma forma de personagens, recorrendo ao contorno a negro, aos grafismos 3D, diálogos narrados e painéis com figuras *manga*. O maior sucesso de um videojogo de *anime* com esta estética aconteceu com *Jet Set Radio* (2000), um jogo de animação em que o jogador tinha de controlar um jovem patinador, de auscultadores e óculos, que percorria, de patins em linha, a cidade com o propósito de fazer mais “graffitis” nas paredes e recolher mais latas de tinta do que os grupos rivais.

Embora a tradição de fazer-se jogos de acção sobre banda desenhada tenha começado em *Comix Zone* (1995), o jogo, neste caso, não recorria à estética *anime*. Por isso, até ao momento, *Space Channel 5* (1999), da SEGA, é ainda um dos jogos mais originais sobre *anime*. Controlar a bonita “Ulala”, uma repórter do século XXV ao serviço do canal de notícias espaciais “5”, era a missão do jogador. A novidade é que a jovem protagonista confrontava os inimigos “Morolians” dançando com a sua mini-saia contra eles; bastava-lhe abanar o cabelo cor-de-rosa, saltar com as botas “go-go” e deslumbrar a audiência com o seu auricular e foguete propulsor. *Space Channel 5* é um dos jogos em que o protagonista melhor interpreta a cultura *kawaii*. *Hammerin Hero* (2009), da Irem Soft, revela uma opção de personagem também diferente, pois o herói é “Genzo Temura”, um boneco de *anime* que, por ser carpinteiro, usa um martelo para combater a injustiça e os marginais. O registo dos diálogos em forma de balões de *manga* torna este jogo um divertido título de *anime* sobre lutas, onde a acção decorre na horizontal. Por contraste, *Armored Core Formula Front Extreme Battle* (2006) não se baseia no herói, mas na figura de um “arquitecto”, classe de personagem de *anime* que altera a forma de fazer guerra. No mundo futurista de *Armored Core*, a “Formula

Front” é a última opção para quem compete exibindo robôs personalizados nas mais desoladas paisagens, tal como já acontecia em *Armored Core Silent Line Portable* (2005).

À excepção de videojogos de aviões como *Ace Combat Zero: The Belkan War* (2006), em que o jogador podia interceptar aviões com a ajuda de amigos no modo multijogador, a maior parte dos videojogos de *anime* não explora o trabalho de equipa no género de acção, mas sim no de “RPG” (“Role-Playing Game”). Este género adequa-se ao controlo de equipas de personagens que atacam, defendem ou exploram ambientes de forma intercalada, tendo assim o jogador uma experiência diferente, decorrente da interacção com várias personagens.

Para o género de “RPG”, o trabalho de equipa é essencial para que se ultrapassem dificuldades em puzzles e se vençam adversidades nos combates. Temos o exemplo de *The Bouncer* (2001), no qual o jogador pode lutar contra inimigos em grupo, e de *Phantasy Star Online* (2001), onde tal acontece na rede, com jogadores humanos a controlar as personagens do jogo que fazem parte da sua equipa ao longo de uma aventura gráfica. Todavia, o expoente do “RPG” é *Final Fantasy VII* (1997), considerado o jogo de eleição para se experienciar dezenas de horas de jogo, com imensos puzzles, sequências de *anime* e ambientes românticos e dramáticos. Depois do sucesso deste sétimo episódio da série *Final Fantasy*, o primeiro de 32 bits, a Disney e a Square Soft, na época, decidiram fazer um “RPG” em que o jogador tivesse a hipótese de jogar com personagens Disney num jogo de *anime* intitulado *Kingdom Hearts* (2002). *Rogue Galaxy* (2007) é um videojogo que segue o aspecto híbrido de Disney e *anime*, um dos mais completos títulos de “RPG” de *anime*, apostando na experiência de grupo e no imaginário da série *Star Wars*, cuja narrativa e grafismos se apresentavam com alta qualidade cinemática. À parte de *Final Fantasy* existe, sobretudo no Japão, ou em edições japonesas posteriormente editadas na Europa ou nos Estados Unidos da América, alguns “RPGs” que devem ser mencionados pelo que representam na transição entre a *anime* e o videojogo. Escolhe-se o formato do “RPG” porque este era, inicialmente, ideal para jogos de aventura, o que significa que as histórias tinham um grande volume de texto que aparecia sem locução. Além disso, as narrativas consistiam em unir ou fazer opor-se várias personagens em temas de realidade fantástica, mítica e idílica. Um caso paradigmático é *Star Ocean: Second Evolution* (2009) que, tal como *Tales of Eternia* (2005) e *Tales of The*

World: Radiant Mythology (2006), dispunha de histórias quase intermináveis. Neste último, *Tales of The World: Radiant Mythology*, um jogo de Mutsumi Inomata e Kosuki Fujishima, o “RPG” é favorecido pelo ambiente aberto, figuras *kawaii*, música “ambiente” e narrativa. Cada personagem tem rosto e corpo em 3-D e é através delas que se conhece uma história narrada que apela a algo “maior”. *Valhalla Knights* (2007), da Marvelous Interactive, usa a mesma fórmula técnica e estética, embora adapte mais o seu centro narrativo ao mundo lendário dos dragões. Há um vasto leque de videojogos deste tipo em que as diferenças são mínimas, pelo que sobressai a estética tridimensional das imagens, como acontece em *Kingdom of Paradise* (2005), realizado por Nobuhiko Tenkawa e Kiyooki Matsumoto. Mas também *Key of Heaven* (2006), um jogo onde até as personagens praticam *taichi* e *Dragoneer's Aria* (2007) seguem o mesmo filão estético e acrescentam música de piano, harpa e violino, tal como *Brave Story – New Traveler* (2007), o qual exhibe um dragão gigante em contra-luz ao mesmo tempo que reproduz música épica.

Do lado do “RPG” convencional, elaborado com grafismos que usavam uma perspectiva isométrica, proporcionando uma falsa sensação tridimensional, a quantidade de jogos é avassaladora. Destaca-se, neste caso, *Half Minute Hero* (2006), da Opus, onde se encontram música “rock” e “linhas de movimento” em torno das personagens épicas. *Riviera: The Promised Land* (2007) surge pela Atlus USA, conta histórias *anime* e coloca em evidência a figura de um gato *kawaii*. Segundo a sua narrativa, ocorre uma batalha entre deuses e humanos, com música épica e grandiosa, e decorada com grafismos de flores. O jogador intervém com personagens grandes, bonecos de desenho-animado. Em *PoPoLoCrois* (2005), da Sony Japan, encontramos os mesmos elementos mas, neste caso, o jogo é antecedido por uma *anime* curta onde se conhece o protagonista Pietro, que acorda de um sono de 10 anos. A neve que aparece no jogo tem um sentido metafórico, sugerindo um “frio emocional”, solidão. “RPGs” como *Spectral Souls: Resurrection of The Ethereal Souls* (2006) atribuem mais detalhe às armas, às armaduras e à música, tal como *The Legend of Heroes* (2005). Contudo, nenhum jogo deste género tem música de embalar, tocada com xilofones, como sucede em *Disgaea – Afternoon of Darkness* (2007), da Nippon Ichi Software, o qual dispõe ainda de diálogos com som, história de tipo desenho-animado mas de grande solidez narrativa, ao contrário dos jogos mais recentes de “RPG” em 3D, como o majestoso *Fi-*



nal Fantasy XIII (2010), onde a narrativa sustenta mais as sequências de acção e os enigmas.

1.4.2 O Público do Controlo

O que McLuhan afirma numa entrevista dada originalmente em 1969 reveste-se de grande importância se reenquadrarmos as suas palavras no âmbito da *anime*. Diz McLuhan: “a nova tecnologia cria um novo homem. Um cartoon recente retratou um rapazinho a dizer à sua (...) mãe: ‘Quando crescer, vou ser um computador’. O humor é frequentemente uma profecia” (1994-98, tradução nossa). Este tipo de afirmações é sintomático do que está em causa, por exemplo, ao nível da *anime*, onde todos os jovens *otaku* pretendem tornar-se robôs, computadores ou heróis como os que vêem na *anime* e nos videojogos desse género. Aliás, agir de forma dramática dentro da personagem, gostar de assistir a imagens subjectivas, de *rostrum camera* (LaMarre, 2009: p. 37) e a necessidade de participar nos jogos de *anime* são preferências do público *otaku*, o qual tem enorme devoção por por “mecha”, a *anime* acerca de robôs. Hitoshi Matsubara, da Future University Hakodate, em Hokkaido no Japão, acrescenta sobre a relação com robôs:

“There’s a tendency for people to just sit there and become absorbed passively in video games, television and other devices (...). But robots are physical things that require active participation. That’s a positive aspect” (cit. in Hornyak, 2006: p. 100).

Matsubara descreve os pontos-chave do estilo de vida dos *otaku*: a tendência para se ver televisão ou jogar videojogos. Aproveita o autor para salientar que a “participação activa” requerida para se controlar robôs reais é um ponto positivo. Ocupa uma zona central nos *otaku* esta relação com a figura do robô que, neste contexto, simboliza “controlo”, algo que o público poderia eventualmente comandar fisicamente. A intervenção *otaku* não é apenas uma forma de perceber as imagens. É uma forma de agir sobre as imagens, um tipo de acção (LaMarre, 2009: p. 149). A aporia reside no facto de o público de *anime* ser inclusive fã de videojogos, sendo que ambos os universos se dedicam a robôs. Guy Debord (1991) é um autor que sustentou que “tudo o que era directamente vivido se afastou numa representação” (p. 9). Podemos



encontrar um reflexo do conceito de “sociedade do espectáculo”, de Debord: um referente actual, no Japão, país onde os meios de produção (robótica) e os meios de diversão (jogos electrónicos, *manga* e *anime*) se aproximam na mesma fronteira da fantasia. Aquilo que poderia ter sido directamente experienciado foi substituído por um outro tipo de participação activa, o controlo. Deste modo, controlar imagens passou a ser sinónimo de participação; a mediação das imagens espectaculares provoca um acréscimo do controlo gráfico no público, em detrimento do que poderia ser vivido sem mediação. Significa isto que o *otaku* não colabora na promoção da realidade, mas na expansão do universo de fantasia. Para LaMarre (2009), o *otaku* é um agente, “(...) um interactor cuja procura das potenciais profundidades que atravessam o mundo da *anime/manga*/jogo fazem de si um colaborador na produção e promoção do mundo em expansão” (p. 153).

Os videojogos de robôs exibem imagens de um mecanicismo projectivo aliado a um realismo simulado. O falso realismo de mecanismos irreais concede resposta à necessidade de controlo. Faz parte da condição de fã *otaku* gostar-se de controlar e coleccionar imagens. Afinal, as imagens requerem um piloto. Timothy Leary (1994) disse, em *Chaos & Cyberculture*, que o indivíduo é um “reality pilot”, ou seja, um “piloto da realidade” (no sentido de posição subjectiva, de se controlar ciberneticamente o leme). Pilotar robôs é um símbolo do entretenimento nipónico, um facto consumado somente em imagens, enquanto os robôs da *anime* não ficam disponíveis na realidade. Por enquanto, só existem no território da imagem. Assim, faz sentido que Okada Toshio mencione existir algo entre o “projectil” disparado pelo robô e o “sujeito”: o “subjectil”, enquanto “efeito de subjectivação” (LaMarre, 2009: p. 273). Nos videojogos de *anime*, apela-se a uma retoma do controlo, sendo esse o motivo pelo qual os jogadores se tornam adeptos de videojogos com “mechs” tais como *Mech Commander 2* (2001), *Armored Core 3 Portable* (2009) ou *Gundam Battle Universe* (2008). Não se pode partir do princípio de que o público devoto do controlo é predominantemente masculino. Os jogadores são homens e mulheres, pois os videojogos de *anime* destinam-se aos dois géneros. Antigamente, quando havia menos entretenimento electrónico e cultura digital acessível, o teatro tinha mais público. Nas duas formas de teatro mais importantes existe separação de género, pois o Teatro *Kabuki* era representado por homens, enquanto o Teatro *Takarazuka* era exclusivo das mulheres. Existem, na nossa época, rapazes e raparigas *otaku*. Devido à



enorme popularidade da *anime*, o género não é limitativo. A fantasia que faz parte do “glamour” da *anime* é crucial, e é a isso que se deve o interesse do público em controlar e interagir. Diz-nos Napier, sobre o mundo de fantasia da *anime* (2001):

“The action is play, and the setting is a world constructed for entertainment, a world of simulacra. (...) This is its ultimate attraction: The viewer may play in a liminal world of entertainment, free to take part in an infinitely transforming state of fantasy” (p. 237-38).

São os “simulacros”, para Napier, e o “não-vivo”, para Debord, que delineiam o mundo construído da *anime*. Napier aprofunda o tema e sublinha que o espectador da *anime* pode jogar num mundo-limite de entretenimento. Não é por acaso que os jovens preferem dominar robôs em imagens interactivas, jogar com personagens de *anime* e entrar, durante horas infindáveis, em *ambientes videográficos* “on-line” convincentes. *Final Fantasy* é a saga de jogos de *anime* que apela precisamente a esse sentimento de uma “última fantasia”, como o próprio título sugere. A metade inicial dos treze episódios de *Final Fantasy* parece um filme de *anime*, quando a metade mais recente se reposiciona para um mercado mais adulto; as imagens, sobretudo entre os episódios X e XIII, assemelham-se a realidades *anime*. Nas aventuras gráficas de *anime*, como *Rogue Galaxy* (2007), barcos voadores têm ao leme heróis de cabelo platinado e com roupa de corte “punk”. Olhos grandes e claros, rosto ocidental, armas desmesuradas e combates em grupo em paisagens surreais são itens característicos do género RPG. Conduzir automóveis, invocar entidades sobrenaturais, montar dragões, pilotar aeronaves ou robôs, são elementos padrão nos videojogos de *anime*. A *fantasia-limite*, a última fantasia, é a de salvar o mundo, o que não se faz sem controlo.

1.4.3 A Simbiose Videojogo-Filme

Ao observar a videografia passiva de cinema – animação e “live action” (com pessoas e locais reais) – e a videografia interactiva de videojogos de *anime* constata-se que as diferenças são cada vez menos óbvias. Existem adaptações de videojogo de *anime* para filme de *anime*, assim como de videojogo de



anime para filme convencional (“live action”). Também acontece fazerem-se videojogos baseados em filmes ou até mesmo em figuras de séries de *anime* para TV ou de banda desenhada. Uma grande parte dos videojogos exhibe um “estilo cinematático”, e algumas obras de cinema revelam a estética dos videojogos, nomeadamente os de *anime*. O diálogo entre videojogo e filme é, acima de tudo, simbiótico porque a *manga* teve continuação na *anime*, e agora a *anime* prolonga-se no videojogo. Reserva-se a função de controlo ao espectador *otaku*, satisfaz-se o seu desejo de dirigir o rumo da sua realidade, a necessidade de, então, se reposicionar “dentro” da imagem. Hideo Kojima, o célebre produtor da série de videojogos *Metal Gear Solid*, assume directamente que “o que [está] a fazer é criar um jogo, e não um filme (...). Para tornar o jogo mais agradável e cativante e fazer com que o jogador sinta que está presente no cenário, precisamos do elemento cinematático” (cit. in Hanson, 2004: p. 59, tradução nossa). É por este motivo que a estética cinematográfica se torna premente por servir de modelo técnico para o jogador, funcionando como um eixo-condutor para que se siga o prolongamento operado pelo jogo. Kojima acentua que a ideia é fazer um videojogo e não um filme. Porém, tal como Tezuka e Eisenstein, que respectivamente abordaram o “estilo cinematático” e a “natureza cinematográfica”, Kojima prossegue ao defender o quão fulcral é o “elemento cinematático” (in Hanson, 2004: p. 59). Servindo o propósito de otimizar os elementos de “participação”, “subjectividade” e “transporte” apresentados na *manga*, e melhorados na *manga* digital, o videojogo vai prolongar o filme através do “elemento cinematático”. No entanto, existe na simbiose videojogo-filme um diálogo de convergência, na acepção de que nos fala Jenkins.

Começemos pelos filmes que adaptaram para cinema os videojogos de *anime*. *Street Fighter II – The Animated Movie* (Gisaburo Sugii, 1995) foi um dos primeiros a fazer essa transição de forma bem-sucedida. O formato do jogo de lutas em estilo desenho-animado era facilmente convertido para *anime*, pois as personagens e os cenários não exigiam narrativa complexa de suporte. *Final Fantasy VII: Advent Children* (Tetsuya Nomura, Takeshi Nozue, 2005) continua em especial a história das personagens do jogo *Final Fantasy VII* e reapresenta-as com um aspecto mais adulto. As acrobacias e magias dos combates em grupo, as corridas de motos futuristas, monstros e robôs “mech” são trazidos do universo do videojogo para o de uma *anime* de alta qualidade (tridimensional). Figuras colossais, efeitos-vídeo de luxo e

rostos asiáticos de tipo *manga*, tiroteios entre multidões e planos de cinema quase impossíveis de repetir no real constituíam a imagem de marca de *Final Fantasy VII*. Na concorrência, outros universos foram adaptados para *anime*, como *Resident Evil Degeneration* (2008), obra que, apesar de situar a narrativa no género de história de terror, evidencia a mesma tecnologia gráfica de videogame (3D) e códigos “cinemáticos” que *Final Fantasy VII: Advent Children*. A melhor adaptação, até ao momento, de videogame para filme, é de um projecto amador que refez a ficção da série *Metal Gear Solid*, de Hideo Kojima, em *Metal Gear Solid: Philanthropy* (Giacomo Talamini, 2009). A equipa italiana da Hive Division que procedeu a esta adaptação criou uma história nova, gerando parte das instalações e os robôs “Metal Gear” em imagens 3D. Segundo a história, o protagonista Solid Snake entra furtivamente em instalações inimigas, resgata reféns e coordena com sucesso uma equipa de intervenção. O filme tem a mesma estética de fotografia (imagem em tons esverdeados) e recria situações típicas dos jogos *Metal Gear* no respeitante a espreitar nas esquinas, usar camuflagem, lutar contra robôs e encontrar itens úteis cómicos. Analisar os filmes que são feitos sobre jogos implica desvelar a simbiose entre videogame e filme; ou entre o “mundo do filme” e o “mundo do jogo”, como prefere Jenkins: “In the era of digital effects and high-resolution game graphics, the game world can now look almost exactly like the film world – because they are reusing many of the same digital assets” (2006: p. 104). Reutilizar os mesmos meios e partilhar recursos é o que acontece entre o videogame e o cinema “live action”. Pelo facto de se utilizarem as mesmas tecnologias, quer o “game world”, quer o “film world” apresentam semelhanças. Obras de *anime* como *Sin – The Movie* (Yasunori Urata, 1999) e *Dead Space: Downfall* (Chuck Patton, 2008) só existem porque prolongam as narrativas dos respectivos videogames. *Sin – The Movie* mostra o universo policial do videogame *Sin* (1998) em *anime* mas faz uma apresentação da ficção noutra formato, ao passo que *Dead Space: Downfall* permite que se veja parte da história do jogo *Dead Space* (2008) em *anime*, o que ocorre antes da narrativa do jogo, tratando-se, assim, de uma prequela ao videogame em formato *anime*. O jogador começa o jogo a bordo da nave ISG Ishimura depois dos acontecimentos trágicos que a animação revela.

O contrário sucede igualmente nos videogames que são prolongamentos de *anime*. Esse é o caso de *Astro Boy – The Videogame* (2009). A versão de “Astro Boy” em jogo é o equivalente ao filme de acção. Voar sobre Me-

tro City, disparar contra robôs inimigos, lutar acrobaticamente e saltar sobre plataformas é algo que se faz noutros jogos similares, mas neste, “Astro” é comandado pelo jogador e, apesar de tudo, tem rosto humano. *Zone of The Enders* (2001), *Mobile Suit Gundam: Gundam vs Gundam* (2008) e *Macross Ace Frontier* (2008) dispõem de outra estética: permitem jogar no universo das respectivas *anime* sem explorar outra coisa diferente na narrativa senão apresentar robôs antropomórficos. De acordo com Debord (1991), “no mundo ‘realmente invertido’, o verdadeiro é um momento do falso” (p. 12). Assim se apresenta o videojogo de assinatura nipónica: um mundo falso que responde a interações por depender da “realidade invertida”, dado que se manipulam figuras que anteriormente também não tinham referente concreto. Temos, noutro ponto intermédio, o cinema que recorre à estética do videojogo sem que o adapte ou seja adaptado por este. Em causa, está um tipo de cinema que tenta parecer-se com um videojogo, de imagens fotorrealistas. *Iron Man* (Jon Favreau, 2008) recorre a uma estilização idêntica à dos jogos, tendo continuação em *Iron Man* (2008), o videojogo. O público *otaku* é um grande apreciador de *Iron Man* (2008) porque, segundo a história, o protagonista veste-se com uma armadura sofisticada, que se assemelha aos “mobile suits” do universo de *Gundam*. O último filme de James Cameron, *Avatar* (2009) revela um planeta, habitado por criaturas azuis (os Na’vi), idêntico à Terra, chamado Pandora. Nas suas exóticas florestas, os exércitos humanos procuram um minério metalizado em torno do qual uma guerra se declara. Se tivermos em conta a narrativa do filme, e considerando o que Jenkins diz, relativamente à partilha de recursos, constata-se em *Avatar* (2009), o videojogo, uma continuação do mundo 3D do filme. Há três décadas, o filme pioneiro a estabelecer uma simbiose com os videojogos foi *Tron* (Steven Lisberger, 1982), o qual, aliás, abordava os jogos em conteúdo e em forma. A sequência *Tron 2 – Legacy* (Joseph Kosinski, 2010) prossegue essa lógica ao mesmo tempo que renova o *design* de objectos e cenografias do ciberespaço. *Transformers* (Michael Bay, 2007) e *Transformers 2: Revenge of the Fallen* (Michael Bay, 2009) são filmes sobre a *anime* de robôs antropomórficos encomendada nos anos 80 pela Hasbro. O fabricante de brinquedos teve interesse comercial na produção da *anime* (Poitras, 2001; Napier, 2001). Michael Bay opta por criar filmes em que as prequelas são livros de romances e as sequelas videojogos. Convertidos para videojogos, os filmes de Bay assumem outras características, de simbiose e de estilo asiático. Jonathan Ross em *Asian Invasion* (Rod Edge,

2006 [1 de 3]) explica: “(...) não é surpreendente que a distinção [no Japão] entre ‘live-action’ e animação se tenha esbatido de um modo muito feliz” (tradução nossa). E a verdade é que tal não ocorre apenas na relação jogo-filme, porque também entre filme convencional de “live-action” e *anime* (como Ross argumenta), a fronteira tem sido esbatida. O primeiro filme de animação em 3D no qual até os actores foram digitalizados foi *Final Fantasy: The Spirits Sítio* (Hironobu Sakaguchi *et al.*, 2001). A totalidade da cenografia digital albergava figuras computadorizadas para as quais foram emprestados movimentos humanos. Este é o filme de cariz mais híbrido. Os irmãos Larry & Andy Wachovsky adaptaram a série de *anime* de *Speed Racer* (2008) e o resultado parece um videojogo surreal. As corridas com bólides coloridos supersónicos no filme aproximam-se dos jogos em que o jogador comanda naves dentro de túneis. Outros exemplos, como *Casshern* (Kazuaki Kiriya, 2004) e *Natural City* (Min Byeong-Cheon, 2003) mostram cidades futuristas. Ambos recorrem à estética *anime*, dispondo de iconografia facilmente identificável, desde cenografias 3D a motivos de ficção científica como robôs e combates exagerados que dobram as leis da Física. *Natural City* é conhecido como “a tentativa japonesa de refazer *Blade Runner*” (Scott, 1982). As cenas mais marcantes de *Natural City* têm combates com ciborgues, interacção com hologramas e armas futuristas, mas é a linguagem *anime* que mais se evidencia, através do estilo rápido da edição de imagem.

A partir do ano 2000, a causa da expansão da *anime* deveu-se ao aparecimento do filme *The Matrix* (Larry & Andy Wachovsky, 1999) que originou uma nova trilogia sobre cibercultura. A imagem sincopada, os planos de câmara lenta com a trajectória das balas, as lutas aceleradas, com planos de câmara em movimento, os combates idênticos aos de *Dragonball Z* (1990) e o uso de espada, em estilo *samurai* por Morpheus, ou os tiroteios em jeito de filme *western* entre Neo e o Agente Smith são características de um formato de cinema que impõe a estética *anime* ao espectador, desta feita, no cinema “live action”. Na saga *The Matrix* (Larry & Andy Wachovsky, 1999-2004), os elementos cinemáticos recuperam a forma da *anime* através das perseguições de moto com movimentos rápidos (inspirado em *Akira*), personagens que voam em *Matrix Revolutions* (2004) – como Super-Homem –, saltos acrobáticos como os da introdução de *Ghost In The Shell* (Trinity de *Matrix* imita a Major Kusanagi da *anime*), ou como Morpheus corta o veículo dos gémeos “upgrade” com uma espada de *samurai* antes de o incendiar em *Matrix Re-*

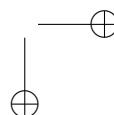
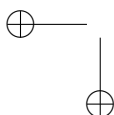


loaded (2003). Com esta série de três filmes, os irmãos Wachovsky homenageiam a *anime*, o que acontece de novo com a versão oficial de *anime* de *The Matrix – The Animatrix* (Mahiro Maeda *et al.*, 2003). Os três videojogos subsequentes sobre o universo da “Matriz” prolongam a estética dos filmes, que por sua vez ampliam a fórmula da *anime*, facilitando a compreensão do que Jenkins (2006) defende: “‘The Matrix’ consiste em entretenimento para a era da convergência dos *media*, integrando múltiplos textos de forma a criar uma narrativa que não se pode limitar a um único *médium*” (p. 95, tradução nossa). E, de facto, *The Matrix* foi um fenómeno de comunicação no final dos anos 90 por ter apresentado uma narrativa não dedicada a um só *médium*. Para Matt Hanson (2004), se “a experiência de jogo é tão envolvente, tão ‘cinemática’, porque não se expande a experiência para filme ou mundos ‘on-line’ interactivos, onde cada corrente de narrativa propõe uma camada de dimensão nova?” (p. 47). A resposta é dada em *Final Fantasy XIII* (2010), um ambicioso videojogo de RPG apresentado como um filme, com aventura, acção e enigmas numa narrativa massiva, dependente da interacção dos jogadores com personagens de *anime*.

1.5 PUBLICIDADE E VIDEOCLIPS

1.5.1 Anúncios em Reconfiguração

Empregamos esta expressão de “anúncios em reconfiguração” para nos referirmos aos “spots” de publicidade que precederam, acompanharam e duraram após o lançamento do filme *Transformers* de Michael Bay (2007). À data de lançamento do filme, os robôs hábeis em mudar de forma apareciam em anúncios de várias marcas. Oficialmente, a maioria destes anúncios não utilizava as figuras do filme original, mas replicava a estética, promovendo robôs do estilo *anime*. Reconfiguração é também o que ocorre com os anúncios, pois marcas como a Citroën e a SAAB, por exemplo, obtiveram notoriedade com os anúncios que fizeram. O fenómeno assinala-se ainda de outro ponto de vista, mesmo no filme *Transformers 2 – Revenge of The Fallen* (Michael Bay, 2009), a sequência, porque, no próprio filme, marcas como Audi fazem-se representar como robôs “transformers”. Ao analisar-se filmes e anúncios coniventes com a estética dos “transformers”, constatamos que os anúncios imitam sequências dos filmes, e que os filmes têm sequências de anúncios. Em suma, os filmes



de Michael Bay vincam a tendência de associar elementos da *anime* à publicidade, especialmente entre o triénio de 2007-2010. Nesse exacto sentido é que a publicidade se encontra em reconfiguração.

Por efeito da imparável catadupa de anúncios exibidos na TV, os “spots” em concreto a que nos referimos poderão ficar rapidamente esquecidos, entre as novidades e o seu ruído. Mas poucas são as hipóteses dessa tendência ficar esquecida. “Ruído e esquecimento estão hoje inextricavelmente ligados. Basta pensar nesse império do esquecimento que a mediação electrónica hoje impõe a partir do seu uso imediatista, instantâneo e sempre a esvair-se da actualidade” dizia Tito Cardoso e Cunha (2005: p. 17). E, com efeito, a mediação electrónica é determinante para que se alterem as condições de impacto, notoriedade e os efeitos da comunicação, algo a que a publicidade não escapa na sua volatilidade.

Sobretudo no Japão, é complicado distinguir a robótica promovida e publicitária face à publicidade da robótica. Afinal, o Japão é o “reino dos robôs” [*robotto okoku*] como Frederik L. Schodt (2002) bem afirma, o que o torna um país peculiarmente obcecado com videogramas, de curta ou longa duração, nos quais as máquinas são tema e formato da imagem. Em consequência, os “spots” de publicidade ocidentais tentam recorrer a essa estética asiática da imagem de *anime* onde as máquinas são o epicentro da narrativa, por mais curta que seja.

Os anúncios em reconfiguração são, desde o filme de Michael Bay (2007), um fenómeno de publicidade TV e, acima de tudo, “online”. Pela Internet, os fãs de *anime* de robôs antropomórficos descarregaram os anúncios considerados “publicidade de culto”. Do ponto de vista do público, os anúncios representam o último estágio de publicidade lúdica, de uma imagem comercial oriental. Fascinado com as máquinas de consumo de aspecto brinquedo, o público identifica na publicidade o “elemento cinemático” que procura. Assim se compreende por que motivo as reconfigurações existentes nas imagens de publicidade são cada vez mais um mecanismo de desassossego, pois parecem ter assumido vida própria. Nos novos anúncios, o espectador encontra-se na difícil posição de discernir imagem e produtos de consumo, domínio do gráfico e mecanismo sendo confrontado com o anúncio e a máquina em simultâneo.

A estética da protecção agressiva adoptada pelos “transformers” e pelos “mechs” é traduzido numa fórmula publicitária. Para o público destes “spots”,

a mensagem que fica é a de que os veículos promovidos nas novas imagens são *per se* uma máquina a consumir, versátil e que protege o consumidor do cenário hostil. O que está em questão é uma operação estética. O anúncio vende o veículo e o veículo vende o anúncio. Aceitemos de Lipovetsky o argumento de que “tal como a moda é inseparável da esteticização da pessoa, assim a publicidade funciona como cosmético da comunicação” (1989: p. 252). Logo, os robôs podem ser compreendidos como um truque cosmético, um recurso de comunicação. É certo que cada época forma o seu constructo. Constructos de geometria variável, seres “antropóides” (Trías, 2005: p. 26) renovados são as máquinas da nossa época, máquinas mutantes que acumulam características de vários mecanismos já produzidos na cultura industrial moderna. Até a publicidade vai explorar essa *demografia imaginária* e revelar criaturas fantásticas para comunicar com os públicos novos.

E, pela lógica da MTV, consegue-se conciliar graficamente o aspecto lúdico e agressivo como estratégia de sedução publicitária. Impera, desta forma, um visual gráfico impressionante, representando os anúncios em reconfiguração uma entrada do anúncio publicitário ocidental no Oriente, ao mesmo tempo que uma expansão do anúncio oriental para o Ocidente. A linguagem videográfica comum vai-se tornando inequívoca. Entre o veículo de brincar, o brinquedo, e o automóvel real, a diferença dilui-se uma vez que o objectivo é mesmo cativar públicos mais jovens.

O paradigma da reconfiguração aparece já há algum tempo em cinema, em filmes nos quais são simbióticos o lúdico e o agressivo, como se pode constatar em *Batman Begins* (Christopher Nolan, 2006), antes de *Transformers*. Neste episódio de “Batman”, o “batmóvel” possui o estilo do brinquedo, a robustez do tanque militar e a performance de um luxuoso Lamborghini Countach. Alguns anúncios posteriores a *Batman Begins*, como o “Naturally Capable” (2007), da Nissan, mostram veículos todo-o-terreno a mudar para a forma de animais selvagens. No filme de Nolan, cada vez que o “batmóvel” era conduzido desprendia um rugido de máquina selvagem, que era também elegante e tão desmultiplicada como um “transformer”. Contudo, o aspecto multiforme, de uma carroçaria dinâmica, tem como antecedente o veículo “K.I.T.T.” (“Knight Industries Two Thousand”) da série *Knight Rider* (“O Justiceiro”), que fez furor na TV durante a década de 80.



1.5.2 Anime Music Video e MTV Asia

Dentro da *Galáxia de Anime*, os “videoclips” ocupam um espaço de relevância, quer na sua vertente original, de autor, quer na de utilizador, amadora, e encontram-se, enquanto fenómenos, interligados ao relançamento da MTV Asia, a sucursal regional da MTV Network no Oriente. A característica marcante dos canais de telediscos, mas em especial a MTV, por ser a estação pioneira, é a criação dos separadores de imagens de *design*, excertos de imagens em movimento chamados “idents”. O nome destes “clips” deriva da palavra “identity” (“identidade”) e o seu propósito é aproveitar os intervalos de conteúdos em televisão para promover a marca, através do respectivo logótipo, incluindo-se outras imagens e sons. Um exemplo dos “idents” é por exemplo a série de “idents” “Organic” feitos pela empresa Umeric por Ash Bolland (2008) com o objectivo de relançar a MTV na Austrália.

Tendo em conta que os telediscos não são lineares, e que derivam da imagem cinematográfica, faz todo o sentido aceitar o que Matt Hanson diz na obra *The End of Celluloid: Film Futures in The Digital Age* (2004), definindo um novo tipo de imagem, a “imagem-movimento avançada”:

“Next generation of moving-image and film styles and forms evolving out of basic linear cinema. Especially makes use of contemporary digital technologism hardware and software to create contemporary viewing experiences that may be non-linear, immersive, and adaptable” (p. 174).

Nos AMV (“Anime Music Videos”), encontramos as mesmas características do “videoclip”, ou seja, as mesmas da “imagem-movimento avançada” de que nos fala Hanson. Fãs de todo o mundo utilizam tecnologias digitais correntes para criar experiências novas para os espectadores, e que são não-lineares e novas. No entanto, o estilo cinematográfico continua a ser preponderante. Caso contrário, não seriam avançadas estas “imagens-movimento”. Hanson cria a expressão “imagem-movimento avançada” a partir da expressão anteriormente cunhada por Gilles Deleuze, a “imagem-movimento” (2004 [1983]). Aquilo que encontramos nos AMV corresponde à definição de Hanson, porque são utilizadores de todo o mundo que partilham “online” os seus telediscos amadores, recorrendo a sequências de *anime* originais e editando-as com as suas músicas favoritas. Tanto nos AMV como nos telediscos originais



da MTV, o que fica da exibição constante e fluída é o tipo de *regime gráfico*, a estética vigente de imagens de cada época, e que varia consoante as modas. Já dizia na sua época o teórico Herbert Marcuse (2006) que a cultura se encontrava “massificada” [quando o homem passivo fica como os produtos que consome (Howe [1970] cit. In Hans Bertens, 2005: p. 225)], pelo que era datada e ultrapassada, e somente o sonho a poderia resgatar. Sobre a cultura, dizia ainda:

“(...) this culture is, in some of its decisive elements, also a ‘post-technological’ one. Its most advanced images and positions seem to survive their absorption into administered comforts and stimuli; they continue to haunt the consciousness with the possibility of their rebirth in the consummation of technical progress” (p. 63).

A cultura “pós-tecnológica” seria aquela cujas “imagens avançadas”, como nos diz Marcuse, conseguiriam resistir às “comodidades” (N.T.: “mercadorias” no original), ao conforto e aos estímulos. Nas imagens, residiria a salvação no sentido em que estas assolariam as consciências com a hipótese condicional de um renascimento; um renascimento possível na consumação do progresso da tecnologia. Actualmente, verifica-se que a evolução ubíqua das tecnologias digitais e audiovisuais permitem qualquer utilizador fazer AMVs. São “imagens avançadas” porque não são mercadorias, visto serem disponibilizadas “online” gratuitamente e porque pervertem a função primeira do “videoclip” (promover música original à distância). Enquadra-se este tema na “cultura pós-tecnológica”, na perspectiva em que a tecnologia abre muitas e novas possibilidades, o que para os fãs de *anime* é um facto. “(...) Japanese Sci-Fi and anime fans, actively construct narratives and images of the characters far beyond those produced by the mass media” (Silvio: p. 207 in Lunning [Ed.], 2008).

Relativamente ao aspecto cultural do “videoclip”, Lipovetsky esclarece que a emergência desta “cultura clip”, em geral, acontece porque “(...) a uma cultura lírica ou melódica substitui-se uma ‘cultura cinemática’ com base no choque e no dilúvio de imagens, na busca da sedução imediata, da emoção da cadência sincopada” (1989: p. 284). Posto isto, se à cultura musical se sobrepõe a “cultura cinemática”, então os AMV integram também a “cultura

clip” e sobressaem por fazerem parte da “cultura cinemática” de animação japonesa. Logo, consolidam sob a estética da imagem em fluxo, a essência intermitente da “imagem-movimento avançada”, acentuando o imperativo da imagem super-ritmada.

É o arquivo histórico da *anime* que possibilita haver imensas sequências disponíveis para que os fãs as remisturem, carreguem para a Web e troquem entre si, fomentando a “cultura clip” de que nos fala Lipovetsky. Sem a forte contribuição dos fãs de *anime*, não se encontrariam conteúdos facilmente partilháveis nas redes. Através dos AMV, os utilizadores promovem artistas, séries e filmes de *anime* de culto. A base do AMV é a comunidade de fãs que investe em refazer, em “remediar” (Bolter & Gruisin, 2002) imagens de autor recorrendo a meios particulares. Sítios Web como AnimeMusicVideos.org tornaram-se pontos-de-encontro indispensáveis para a comunidade que aprecia simultaneamente telediscos e animações japonesas. Podemos entender os AMV como uma nova vertente da *estética-MTV*, uma versão não-oficial da MTV Asia. Afinal, os AMV são oficiosos, um fenómeno subcultural. Também se poderá acrescentar que são uma cultura *non grata*, dado que são editados sem o consentimento dos autores das imagens e das músicas. Mesmo assim, divulgam a arte desses artistas. Entre os inúmeros AMV submetidos diariamente aos sítios da Web temáticos, o grande problema é encontrar rótulos, títulos e datas. A maior parte destes “clips” é simplesmente colocada “on-line”, preocupando-se os seus autores, acima de tudo, com o respectivo contributo para a *Galáxia de Anime*. Pormenores como registo de autoria e datas de realização são preteridos na maioria das vezes, tornando a catalogação e a referenciação caótica. Porém, em termos gerais, os AMV entram na “cultura clip” criada pela MTV. O que era, inicialmente, um simples canal de “telediscos”, logo se tornou a concretização do que músicos como Afrika Bambaataa & The Soulsonic Force apelidaram na música “hip-hop” de um “Planet Rock” (1986). A melhor visão de um “planeta ‘rock’” que existe é a que a MTV implementou com a sua estética própria (Dery, 1994).

Alguns músicos recorreram à *anime* para promover as suas músicas em “videoclips” originais. Esse fenómeno ocorre desde que a música *King of my Castle*, do álbum *Program Yourself* (1999), do grupo Wamdue Project, apareceu no canal de música francês MCM (um rival da MTV) com imagens de *Ghost in The Shell*, a conhecida obra de animação de Mamoru Oshii. Basicamente, os grafismos de luxo, da ciborgue Major Kusanagi a ser construída,

logo no início do filme, são as imagens que preenchem o “videoclip” dos Wamdue Project. Este grupo de música conseguiu reunir o público da sua música electrónica com o da *anime*. Isso foi conseguido ao adicionar-se a música *King of my Castle* às imagens do genérico do filme de Oshii. Existe, todavia, um fenómeno oposto: obras de *anime* com momentos de “videoclip”. Temos o exemplo, já conhecido há uma década, de *Street Fighter II: The Animated Movie* (Gisaburo Sugii, 1995), baseado num videojogo de lutas. Numa das sequências mais importantes, o lutador Ken conduz um automóvel enquanto a música *Them Bones*, do álbum “Dirt” (1992) do grupo “rock” *Alice in Chains* é reproduzida, sendo evidente a simbiose entre música e cinema *anime*. No que concerne a filmes de *anime*, o célebre *Interstella 5555: The Story of The Secret Star System* (Kasuhisa Takenouchi, 2003) – que contou com a supervisão do mestre Leiji Matsumoto –, é considerado o primeiro grande filme de *anime* musical. A *anime* corresponde ao álbum *Discovery* (2003) dos “Daft Punk”. O mesmo será dizer que este filme dos Daft Punk é a “banda-visual” para a sua música. A obra-prima em questão, *Interstella 5555*, foi feita no estúdio Toei Animation, um dos mais conhecidos. Leiji Matsumoto foi responsável por obras de *anime* notórias como *Space Battleship Yamato* [*Uchu Senkan Yamato*] (Leiji Matsumoto, 1975) (in Poitras, 2001: p. 36) e o seu estilo de animação encontra-se vincado em *Interstella 5555*. Esta *anime* é, na prática, um filme de *anime*, uma “imagem-movimento avançada”. Os canais de música só reproduziam faixas de música, “videoclips”, excertos de *Interstella 5555*, e não a obra cinemática completa. O regime gráfico desta obra é o da imagem não-linear, como o que Matt Hanson atribui à “advanced-moving image”, de cariz técnico. A obra de animação japonesa em questão pode ser decomposta e vista de forma linear, proporcionando ao espectador uma experiência visual moderna e contemporânea.

Saliente-se que, em termos de formato, o registo videográfico do “videoclip” tem estruturas predeterminadas. Sustenta Williams (2003), em *Why I (Still) Want my MTV – Music Video And Aesthetic Communication*, que estas estruturas “(...) de tempo se interlaçam com um fluxo de ‘videoclips’ rítmico, altamente organizado, altamente estruturado e altamente repetitivo” (p. 84, tradução nossa). O fluxo é a maior convenção do formato do “videoclip”, e que se justapõe perfeitamente à estrutura super-repetitiva da MTV. Kevin Williams refere que, actualmente, o cinema segue com frequência a forma do “videoclip” (2003: p. 96). Como foi dito por Lipovetsky, há uma relação



entre a “cultura clip” e a “cultura cinemática”. Durante a inauguração da rede MTV Asia (<http://www.mtvasia.com>), a animação *Code Hunters* (Ben Hibbon, 2006), vencedora dos MTV Asia Awards 2006, em Bangcock, foi exibida como se fosse um teledisco. O sucesso da *anime* de Hibbon deveu-se ao seu formato híbrido de elementos *anime* e “western”. Se tivermos em conta que a MTV surge na década de 80 do século XX, nos EUA, que se globaliza nos anos 90, e chega à Ásia nos anos 00 do século XXI, faz todo o sentido o que Kevin Williams (2003) defende:

“It has been called a new way of thought, a new way of life, a mood, an attitude, an atmosphere, a noplacé, a post-nuclear, post-holocaust, postmodern space without boundaries, definition, or location – a pure environment in which the past and future collapse into the present, a hedonistic world in which the visual dominates the verbal (...)” (p. 2).

É por estas razões que o formato do teledisco encaixa tão bem no mercado de *otakus* do Japão e da restante Ásia em desenvolvimento. Marcuse tinha referido a “cultura pós-tecnológica”, mas é Williams quem define o “videoclip” como um “não-lugar”, um espaço “pós-nuclear”, “pós-holocausto”, sem fronteiras. Na era dos conteúdos disponibilizados “on-line”, e num Japão evoluído que ultrapassou as suas ruínas, o “videoclip” é facilmente absorvido. O que os asiáticos vão encontrar na MTV Asia é a linguagem pós-moderna e pós-apocalíptica do “videoclip”, a sua estrutura plástica e gráfica acelerada, hiper-sofisticada. Nos AMV, os grafismos e a “grafia” diferente dos japoneses encontra um modo de saturar mais ainda a constelação de ícones bonitos da *Galáxia de Anime*.



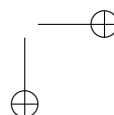
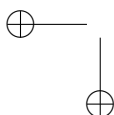




Capítulo 2

AS TEMÁTICAS PADRÃO

Existem na *anime* temáticas padrão que encontram no cinema e nos videogames a sua inspiração e o seu prolongamento. Como vimos anteriormente, existe uma simbiose entre jogo e filme. No diz respeito aos temas mais padronizados na *anime*, e nos videogames de *anime*, encontramos um ponto salientado por Susan Napier (2001), o de que, “(...) na contemporaneidade, o Japão é, talvez, particularmente adepto de tematizar a perda de uma forma quase ritualista (...)” (p. 221, tradução nossa). Temas como a “catástrofe” e o “mundo pós-humano” surgem na *anime* de modo a permitir exorcizar fantasmas colectivos e ritualizar o tema da “perda”. As animações que foram analisadas para esta tese têm pontos comuns. Uma parte menor das animações explora dois ou três temas quando grande parte da *anime* apresenta bastantes temas em simultâneo. Mesmo nos videogames de *anime*, detecta-se essa quase simultaneidade das temáticas padrão. A videografia da *anime* apresenta muitas narrativas. Contudo, o tema central (“a robótica”) obriga a maioria da *anime* a uma predeterminação temática. Em resultado disso, a *anime* que se eleva perante as demais só o consegue porque se apresenta com estilos e histórias novos. No mundo da animação produzida em série, a dificuldade não está em produzir mais *anime*, mas sim em produzir-se *anime* que seja representativa deste género vanguardista. Devido às limitações temáticas da *anime* relacionada com robótica, os cenários fundamentais para a maioria das animações são o mundo pós-holocausto e a civilização pós-humana. A imagem de um Japão devastado pelas armas de destruição massiva, as bombas



nucleares, transparece na *anime* como tema original. Marie Morimoto acredita que os temas dominantes, tais como os de “singularidade”, “isolamento” e “vitimização”, são típicos de um país que julga combater sozinho todas as adversidades (cit. in Napier, 2001: p. 40).

O tema da civilização pós-humana é, em algumas obras, um ponto de partida do dispositivo narrativo, tratando-se noutras de um assunto omitido, revelado a meio da narrativa por “recordação” (método de “flashback”). Usado de forma independente do tema da “imagem do holocausto”, serve de cenário futurista, mas é tão negativo quanto o do holocausto. Na prática, os dois temas costumam estar interligados, surgindo o holocausto como o passado recente da civilização pós-humana, ou enquanto final temível da civilização.

A ascensão das máquinas pode ser a causa da devastação futura. Numa primeira leitura, as máquinas são substanciais para nossa protecção, embora sejam, numa análise subsequente, ameaçadoras. Basicamente, as máquinas “más” legitimam as máquinas “boas” primeiras. A suspeição lançada sobre a tecnologia indica que as máquinas boas podem avariar. O perigo pode advir da robótica, e não somente de um tirano com exércitos de robôs ao seu dispor. A questão está também relacionada com o computador. Se o futuro do computador pode ser o robô controlado por Inteligência Artificial, então a ascensão das máquinas faz sentido. O título de uma das mais icónicas obras de *anime*, a *Ghost in The Shell*, de Mamoru Oshii, remete-nos para esse domínio do “fantasma dentro da máquina”, o “invólucro” que oculta algo. A temática padrão da “ascensão das máquinas” é decorrente de sociedades hipertecnológicas nas quais os problemas causados pela técnica têm como resposta apropriada mais técnica, combatendo-se “fogo com fogo”.

Um tema que recorre tanto na *anime* como nos videojogos é o da “fortaleza voadora”. Importado das imagens documentais da Segunda Guerra Mundial, o referido tema aparece na *anime* na figura do super-bombardeiro. Nos videojogos 2D clássicos dos anos 80, o clássico género de “shoot’em-up” (jogos de tiros) era conhecido pela presença, no final dos níveis, de um derradeiro adversário. Este, com o qual o jogador tinha que se digladiar para passar de nível, era o “chefe de nível”, consistindo na maior parte das vezes numa fortaleza voadora. As suas dimensões eram de tal modo exageradas que a fortaleza ocupava todo o ecrã. Uma chuva de tiros era dirigida a nave ou robô controlado pelo jogador. Na videografia de *anime*, esta temática assume a forma de castelo voador, couraçado gigante ou de grande nave espacial. Uma perspec-

tiva congruente com este argumento é a de LaMarre (2009): “No seio de um fluxo de imagens plano, destituído de hierarquia e relativizado, somos convidados a fazer uma escolha pessoal, a personalizar o nosso movimento relativo e a encontrar as nossas preocupações mais fulcrais” (p. 108, tradução nossa).

A ciborguização militar é um dos temas-estereótipo que encontramos na *anime* e que já existia na *manga*. Sabendo que os ícones máximos da *anime* são, nos anos 90, de vertente ciberpunk, é lógico que o tema da ciborguização militar seja frequente na actual *anime*, pois as obras que re-impulsionaram a *anime* focavam o tema da ciborguização. O facto de se tratar da ciborguização de tipo militar tem que ver com o facto de os nipónicos se sentirem fascinados com os mecanismos bélicos. As forças armadas limitadas de que o Japão dispõe, bem como a tendencialmente envelhecida população, levam a que a robótica do mundo real se dedique a colmatar deficiências nos idosos ou a resolver, na condição de prótese, problemas de saúde na população activa. Neste âmbito, a videografia da *anime* usa o tema da ciborguização como forma de abordar pelo lado bélico. Na contemporaneidade, o receio de a tecnologia vir a ser controlada por um déspota assusta os japoneses, cujo comportamento amigável se deve ao facto de terem sofrido a derrota na guerra. O tema da distopia e do totalitarismo é utilizado como aviso para os eventuais perigos da tecnologia quando dominada pelas pessoas erradas. De novo recordando os regimes não-democráticos do passado, a *anime* mostra a distopia na óptica do Japão. Em vez da mensagem esperançosa da utopia, temos a negatividade da distopia a funcionar como alerta. Regularmente, o tema da distopia aparece na *anime* juntamente com o do totalitarismo. Pior que saber que o futuro é pouco risonho ou mesmo negativo é saber que o futuro encerra a promessa de uma eternidade do mal, uma sociedade sem classes, uma uniformização imposta ou o holocausto súbito.

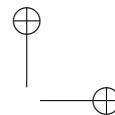
Acerca das figuras que aparecem nas ficções de *anime*, dir-se-á inclusive que surgem predominantemente em simultâneo. O gigantismo, por exemplo, é um tema muito frequente já que, na *anime*, os robôs, as instalações e os veículos são representados numa escala maior. Anteriormente, na *manga*, a robótica era apresentada de forma similar. Na *anime*, como a imagem é aprimorada, a mudança de escala nas máquinas torna-se mais perfeita e evidente. O gigantismo é um tema caro aos nipónicos, os quais, em cada grande obra de *anime*, se dedicam a detalhar as figuras e os cenários. Logo, o resultado é uma sensação mais realista de contemplar algo com uma estatura superior à

dos humanos. Enquanto tema, o gigantismo está nos antípodas da pormenorização ou dos ícones bonitos da cultura *kawaii*. Temos, de um lado, a figura simpática, arredondada, colorida e apelativa, surgindo do outro a máquina ou o monstro gigante, a colossal figura rectilínea, a besta lenta e enorme que os protagonistas temem. O videogame *Shadow of The Colossus* é indubitavelmente um grande ícone do gigantismo na *anime*.

Muito se poderá dizer sobre o robô guerreiro, sendo este, possivelmente, o tema mais estereotipado e até mesmo hegemónico na *anime*. Curiosamente, é também dos temas mais bem aproveitados nas conversões de animação para videogame. O robô guerreiro, como a expressão indica, sugere um robô com um comportamento idêntico ao do *samurai* da história japonesa. Os mais emblemáticos robôs guerreiros na *anime* são os de *Gundam* (Yoshiyuki Tomino, 1979), que têm conhecido “remakes”, novas versões, nomeadamente a *Mobile Suit Gundam Wind* (2000). São os “fatos”, ou melhor dizendo, os “exosqueletos” criados por Tomino que fizeram *Gundam* um ícone da cultura japonesa. Coloridos, futuristas e com rostos que se baseiam em estátuas greco-romanas, os robôs de *Gundam* eram conhecidos por parecerem deuses, mitos do futuro, o que talvez explique terem sido imensamente copiados.

Gundam é uma série e um filme de animação de robôs de sucesso no Japão não sendo, contudo, o único representante do género, já que as animações que abordam a temática do robô pilotado também conseguiram prolongar-se com facilidade nos videogames. Em formato de animação ou em formato de videogame, os robôs pilotados como os que vemos a protagonizar a história de *Macross Plus: The Movie* (Noboru Ishiguro, Shôji Kawamori, 1994) são praticamente “transformers”. Mudam da forma de robô para a forma de avião e vice-versa, igualando as façanhas transformistas de *Transformers*, que mudam da forma de robô para automóvel e da de automóvel para robô, entre outras configurações e veículos. Historicamente, quem criou este conceito de robô “pilotável” (Winge: p. 70 in Luning [Ed.], 2006) foi o artista Gô Nagai, em 1969, na obra *Mazinger Z*. Desde esse momento que este se tornou um tema muito reproduzido pela concorrência no sector da *anime*, sendo no Japão o mais bem convertido para videogames, incluindo os de nova geração.

Por último, se existem temas de ascensão das máquinas, robôs pilotados, robôs guerreiros e histórias apocalípticas que se desenrolam em lugares desolados, então também terá de haver lugar para os heróis das civilizações pós-humanas. É neste curso que surge o tema do amigo robótico, a máquina amiga



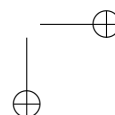
do homem e da mulher, protectora da criança e defensora da humanidade. Desde *Mighty Atom*, passando por *Iron Giant* (1999) e até *Gunparade March: Operation One* (Katsushi Sakurabi, *et al.*, 2004), o amigo robótico é a solução do problema das máquinas. Sempre que, na narrativa de *anime*, as máquinas se tornam um problema apesar das suas promessas é o amigo robótico que instaura a ordem e defronta as máquinas perniciosas em posição de “torre” (Bolton, 2007: p. 126 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Temos exemplos disso em *Patlabor* (Mamoru Oshii, 1989) e em *Robotech: The Shadow Chronicles* (Dong-Wook Lee, Tommy Yune, 2006), mas é *Vexille* (Fumihiko Sori, 2007) um dos casos mais interessantes, visto que a ascensão das máquinas não é unitária, mas sim desencadeada por biliões de peças de metal reconfigurado, o que exige a intervenção de um amigo robótico especial.

Dois temas que funcionam como enquadramentos maiores para a narrativa na *anime* são a “metatopia” (Eco, 1989) e a “blade-runnerização” (Gibson, 2002). Na *anime* em que se explora a imagem do futuro optimista, a da metatopia, a fantasia é positiva. O futuro da sociedade é trabalhado enquanto extensão do tempo actual. Nos mundos “blade-runnerizados”, a humanidade não vive necessariamente no melhor dos futuros. Estranho e degradado, o meio-ambiente parece uma cenografia de um futuro que se deveria evitar.

2.1 O GÉNERO MECHA

A animação japonesa tem muitos subgéneros – como o policial, o dos sonhos, o terror, o *samurai*, as lutas ou drama – mas o género mais conhecido, e que é nesta tese apresentado em especial, é o género *meka* (termo japonês para “mecha” (Napier, 2001: p. 11; Levi, 1996: p. 161; Hornyak, 2005: p. 58; Singer, 2009: p. 89), o qual incide particularmente sobre o desenvolvimento da robótica num futuro próximo. O domínio de robótica que é promovido no género “mecha” é a “mecatrónica” (Schodt, 1988; Hornyak, 2006: p. 10), o âmbito interdisciplinar da máquina mecânica com a máquina electrónica e robótica.

Nos EUA, a figura do “mech” tem origem nos jogos de tabuleiro e nos romances de ficção científica sobre esses mesmos jogos. Existem também filmes de animação (*Full Metal Panic! TSR [The Second Raid]* [Yasuhiro Takemoto, 2006]) e videojogos (*Armored Core 4* [2007]) sobre “mechs”. No entanto, no



Japão, o interesse por “mecha” advém da experiência que o país tem na alçada da robótica. O sonho de um país desmilitarizado como o Japão é ter uma estrutura de supervisão, um entreposto móvel superpoderoso como foram os porta-aviões durante a Segunda Guerra Mundial, mas de menores dimensões. Assim se divulga a figura do “mech” em animações como *Gunparade March: Operation One* (Katsushi Sakurabi, 2004) ou videojogos relativos ao mesmo tema, como a série *Metal Gear Solid* (1990-2010), onde o protagonismo está nos “mechs” Ray, Rex, Arsenal e Peace Walker.

Do ponto de vista técnico, o design dos “mechs” faz destes robôs *máquinas uterinas*, ainda que sejam conhecidos por “fatos” ou “exosqueletos”. Dentro destes mecanismos, no seio do seu “cockpit”, o indivíduo é acolhido pela máquina. Neste aspecto, o sistema é idêntico ao de um avião de combate. A propósito do modo como o “mech” é controlado, poder-se-á entendê-lo enquanto *veículo-carlinga*. Afinal, tal como o habitáculo de um automóvel ou de um avião, o “mech” é um veículo dirigível, podendo ser simultaneamente autónomo.

Algumas das características mais marcantes dos “mechs” são os seus canhões e mísseis (armamento), escudos (protecção), asas, jactos e pernas metálicas (locomoção). Tudo aquilo de que o “mech” dispõe encontra-se relacionado com a projecção (disparo de projectéis), a deslocação (deslizar), e a velocidade (voar em modo supersónico). Ao incorporar características de automóvel, avião, helicóptero e mesmo de tanque militar, o “mech” apresenta-se como um veículo capaz de aterrar e descolar verticalmente como um avião de guerra Harrier. O aspecto do “mech” é o de uma máquina antropomórfica reduzida à sua estrutura, uma estrutura que possibilita que “o sujeito permaneça mesmo em movimento”, o que Okada Toshio designa como sendo o “subjéctil” (cit. in LaMarre, 2009: p. 136).

Em termos estratégicos, os “mechs” figuram na *anime* do mesmo modo que aparecem nos videojogos, ou seja, enquanto super-estruturas de defesa de um território horizontal a partir de uma posição vertical. A natureza régia de sentinela faz-se representar no “mech”, na dimensão mecânica do brinquedo militar que tudo vigia. O antigo posto de vigilância do exército foi reconfigurado no “mech”, pois este simboliza a infantaria do futuro. Inclui-se neste tema da estratégia o facto de o “mech” ser uma máquina que consegue tornar o intransponível em transponível, como se fosse o derradeiro veículo todo-o-terreno. O “mech” é nómada e ostenta uma geometria variável, conceito que

advém da engenharia aeroespacial. Jean-Louis DeGay, do US Army Natick Research Development and Engineering Center, sublinha com veemência que “o soldado do futuro é um F-16 [avião de guerra multi-funcional] com pernas” (cit. in *Ghost Recon Future Soldier* [2010], tradução nossa). DeGay refere-se aos “mech”. “Mecha” é um gênero que se torna interessante, propondo muitos tipos de máquinas mesmo no âmbito da imagem. Tudo é imagético, um misto de imagem e máquina, como *Appleseed* (Shinji Aramaki, 2004) nos mostra desde os automóveis (automáticos), passando pelas pessoas (humanóides), até às cidades (cibernéticas).

2.1.1 Gigantismo

O gigante é um tema que exhibe algo ameaçador, uma arma última, um ser de todos os seres. No cinema, figuras de porte colossal, dotadas de uma estatura enorme relativamente ao humano, estão presentes em muitas obras de *anime*. Os seres de elevadas dimensões estão contemplados em imagens que salientam o gigantismo. Em filmes em que os temas se aproximam dos da *anime*, as figuras gigantes também fazem a sua estreia, sobejamente em concordância com o gênero “mecha”. *Iron Man* (John Favreau, 2008) apresenta o herói Tony Stark em confronto final com Obadiah Stane, um inimigo de porte colossal. Fatos robóticos computadorizados transformavam, neste filme, os seus utilizadores em super-heróis ou super-vilões. Na segunda parte de *The Matrix*, o filme *Matrix Reloaded* (Larry & Andy Wachowsky, 2003), assistimos à resistência zionista (de Zion) a invocar o exército de “mechs” para combater a invasão das máquinas. A diferença de estatura entre os “mechs” pilotados e os soldados é grande, mas é bastante mais significativa perante o “swarm” (enxame) das máquinas atacantes. *Matrix Revolutions* (Larry & Andy Wachowsky, 2004) prossegue com o mesmo conflito, dando continuidade à narrativa e revelando o final, o momento em que os múltiplos gigantes tombam e os enxames de “squids” (“lulas”) cibernéticas conhecem a derrota. Abordando um outro tipo de ficção científica, *Sky Captain And The World of Tomorrow* (Kerry Conran, 2004) expõe uma história de guerra em que o “mundo de amanhã” é marcado pela vinda de exércitos de robôs gigantes que disparam raios laser. Nesta obra de Conran, homenageia-se os filmes de robôs dos anos 50-60, que figuraram em cinema de série B. No final de *Sky Captain And The World of Tomorrow*, é numa imponente aeronave que reside a

salvação da humanidade, pois a extinção é iminente. Em *Star Wars I – The Phantom Menace* (1999), existem exércitos em Naboo com bestas grandes e, numa das cenas de perseguição, Obi-Wan e Qui-Gon fogem de enormes criaturas predadoras por entre desfiladeiros submarinos. No quarto episódio da série de ficção científica de *Terminator* (1984-2009), o filme *Terminator (4) Salvation*, realizado por Jonathan Mostow (2009), Marcus Wright e Kyle Reese conseguem escapar de um ataque à resistência humana concretizado por um exterminador colossal.

O aparecimento de figuras de aspecto robótico em grande escala remonta sempre ao clássico *Terror of Mechagodzilla*, a versão mecanizada de “Godzilla” (encarna a bomba [Schnellbacher, 2007: p. 32 in Bolton *et al.* (Ed.), 2007]) por Ishiro Honda (1975). Abordagens como esta aproximam-se do tipo de gigantes aterrorizadores, as máquinas do mal, algo que tem igualmente lugar em *Virus*, de John Bruno (1995). Bruno apresenta uma distopia robótica em que um navio de investigação militar soviético se torna um acervo de criaturas mecanizadas conscientes. No final da história, os protagonistas tentam escapar de um ser que é maior que tudo, um colosso de detritos robóticos extremamente perigoso a bordo do navio. Afastado do tema do gigante amedrontador, temos obras como *Tomb Raider*, de Simon West (2001). A transposição da história do videogame homónimo para filme privilegiou a apresentação de um enorme robô, do qual Lara Croft se serve para treinar as suas habilidades acrobáticas e de pontaria. A tentativa mais audaz de representar o robô gigante implica que, gigante após gigante, se construa um colosso onde outros encaixem. Michael Bay obtém disto imagens em *Transformers 2 – Revenge of The Fallen* (2009), o gigantismo-limite, durante a sequência que ocorre no Egipto. As tentativas de gigantismo-limite haviam começado na série de TV *Power Rangers* (2005), que apresentava heróis equipados com fatos especiais a unirem-se num robô para enfrentar uma ameaça igualmente colossal (Poitras, 2001: p. 20).

O gigantismo é uma das mais conhecidas temáticas padrão. Alimentando uma certa disputa com o cinema convencional de efeitos especiais e os videogames, a *anime* dispõe de grandes obras acerca do gigantismo, umas mais directas que outras. Em *A.D. Police – Bad Blood* (2004), os robôs gigantes intimidam os cidadãos apenas devido à sua estatura. *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988), por exemplo, apresenta outras figuras de gigantismo como os magnânimes arranha-céus das corporações de Neo-Tokyo, ou a atroz muta-

ção biológica de “Akira”, a personagem, no final da história. O protagonista desencadeia uma colossal mutação por desconhecer ser uma arma biológica humana. No domínio do colosso de metal, *Astro Boy*, na versão de David Bowers (2009), é relevante. Grandes figuras fazem a sua estreia na animação de Bowers, a começar pelo robô militar que mata o filho de Dr.Tenma, o jovem Tobio, estreando também o simpático e grotesco colosso de ferro-velho que “Astro Boy” monta com a ajuda dos novos amigos. Mais próximo do cinema convencional, a animação de computador *Final Fantasy: The Spirits Sítio* (Hironobu Sakaguchi, *et al.*, 2001) mostra três tipos de gigantismo relacionados com criaturas, instalações e veículos. Os monstros desmaterializados que aparecem fora das cidades correspondem ao primeiro exemplo, enquanto as cidades fortificadas e as aeronaves correspondem respectivamente aos segundo e terceiro exemplos. A própria noção de “fantasia final” a que o filme alude prende-se a uma fantasia em larga escala.

Filmes de *anime* como *Full Metal Alchemist* (Seiji Mizushima, 2005) continuam o imaginário do gigante de metal sem introduzir novidades. *Howl's Moving Castle*, de Hayao Miyazaki (2004), coloca o gigantismo em figuras híbridas, como é o caso do “castelo andante”, um veículo que é também instalação de passageiros. A magia do enorme castelo a vapor mecanizado residia nos sítios onde parava e nas personagens que transportava. Brad Bird, em *Iron Giant* (1999), reposiciona o tema do gigantismo robótico japonês numa animação mais convencional, na qual o robô é acompanhado e controlado por uma criança (Singer, 2009: p. 89). A mesma relação criança-robô existe em *Laputa – Castle in The Sky* (Hayao Miyazaki, 1986). Contudo, esta obra de Miyazaki não dispõe somente de robôs grandes. Tal como o título da *anime* indica, o gigante não é aqui um robô mas algo maior, um castelo flutuante no céu. *Space Battleship Yamato*, do lendário Leiji Matsumoto (1979), é uma obra de *anime* que reapresenta o gigante couraçado Yamato (um dos maiores da Segunda Guerra Mundial) como nave espacial. Mais sofisticada que um castelo, a nave Yamato seria capaz de mudar de forma não obstante a sua grande dimensão.

Katsuhiro Otomo, em *Steamboy* (2004), leva-nos a conhecer o mundo robótico na era da máquina a vapor. A história atinge o seu auge quando o protagonista combate a ameaça final, que consiste numa imensa explosão de vapor transformada em gelo. Contudo, as manifestações mais originais do gigantismo não são as de robôs, mas sim as de instalações como a que *Steamboy*

exibe. Formas de gigantismo arrojado encontram-se presentes em *Vexille* (Fumihiko Sori, 2007), uma *anime* em os protagonistas fogem pelo deserto para escapar de biliões de peças de metal que formam um último predador. Novas abordagens do gigantismo são apresentadas em obras mais originais. *Ponyo on The Cliff by The Sea* (Hayao Miyazaki, 2008) relata a viagem de “Ponyo”, uma princesa peixe-dourado que aspira a sereia e, finalmente, a humana. A paixão pelo jovem Sosuke leva Ponyo a desafiar a sua natureza e a cavalgar ondas gigantes. Quase no termo da história, Ponyo é ajudada pela “senhora que não tem nome”, conhecida como a “tal senhora”, uma bonita entidade divina do mar, hipercolorida e gigante, que ajuda Ponyo a chegar a terra. Do outro lado da *anime* audaciosa de Miyazaki temos *Neon Genesis Evangelion* (Hideaki Anno, 1995), o romance pós-apocalipse em que criaturas alienígenas, os “Angels”, invadem o nosso planeta. O único meio de as combater é recorrer às unidades “EVA”, gigantes robôs biomecânicos de carácter antropomórfico pilotados telepaticamente por adolescentes. Surge, na mesma linha de, *Zone of The Enders* (Tetsuya Watanabe, 2001), baseado no videojogo de Hideo Kojima, tendo como tema central o conflito bélico entre robôs colossais nas colónias espaciais. Nas palavras de Frederik L. Schodt:

“(...) os robôs gigantes, a versão japonesa dos super-heróis, têm a função de defender a Terra contra as forças do mal e, para tal, são equipados com escudos, campo de força protectora, foguetes, supervisão, bem como a habilidade de voar. Visualmente, eles parecem metálicos samurais gigantes, uma imagem projectada do inconsciente colectivo japonês” (cit. in Luyten, 1991: p. 188).

Uma das obras mais emblemáticas de robôs gigantes é intitulada *Iron Giant* (Brad Bird, 1999), o “Gigante de Ferro”, cujo nome japonês original é *Tetsujin 28-Go*, e conta as peripécias de um jovem que controla um robô gigante do exército. O jovem é filho do cientista que inventou o robô e controla-o sem que o pai ou o exército o saibam, tendo sérios problemas em ocultá-lo de todas as pessoas, uma vez que se trata de um gigante de ferro, como o próprio título indica. Aliás, autores como Hornyak (2006) destacam esta ficção, na sua vertente japonesa, acrescentando:

“‘Japan’s first super robot was a towering, needle-nosed humanoid machine called ‘Tetsujin 28-Go’, or ‘Ironman N°28’ (known

as ‘Gigantor’ in some countries). Artist Mitsuteru Yokoyama, who was inspired to become a cartoonist by Osamu Tezuka, began serializing the manga in iconic boys’ magazine ‘Shonen’ in 1956.

Ironman is a clunky steel titan secretly created by the Japanese military in the final days of World War II in a desperate bid to avoid defeat. Twenty-seven times they fail to produce a workable prototype, but the twenty-eight attempt becomes a three story-tall, remote-controlled machine with a head shaped like a knight’s helmet, incredible strength and a jet backpack that rockets it through the air at a neck-snapping Mach 5. Though Ironman doesn’t save the Japanese Empire, the twenty-five-ton monster is later to put to work clobbering criminal gangs and enemy robots around the world. Ironman is controlled by its inventor’s son, whiz kid Shotaro Kaneda, a twelve-year-old detective who wears a blazer, shorts and a pistol” (p. 58).

A temática padrão do gigantismo prolonga-se nos videojogos que partilham total ou parcialmente a linguagem da *anime*. *Armored Core 1-4* (1997-2007) é uma das séries mais famosas onde o gigantismo é enfatizado. Todas as figuras dos videojogos da série *Armored Core*, isto é, os “cores” que o jogador controla, são enormes, armadas e perigosas. Nos jogos de robôs, o conflito é uma justificação para a existência dessas máquinas gigantes. O mesmo acontece em *Dinasty Warriors Gundam* (2007), um jogo em que o conflito entre titânicos robôs tem lugar em larga escala. Centenas de robôs munidos de sabres-laser, mísseis e jatos propulsores defrontam-se no solo e no ar. A abordagem de *Earth Defense Force 2017* (2007) é mais distante da *anime*. Porém, o assalto de criaturas robotizadas de dimensão massiva apresenta-se de modo idêntico ao dos jogos *Armored Core* ou *Dinasty Warriors Gundam*, visto que o jogador controla uma pequena figura humana e não um colosso antropomórfico. A longa série romântica de *Final Fantasy VII-XIII* (1997-2010) coloca também o protagonismo nos humanos, mas as adversidades são todas de porte impressionante: as naves futuristas, as fortificações, os coliseus, barcos, robôs, monstros marinhos e cidades deslumbram o jogador. A empresa Team Ico, no videojogo *Ico*, também posiciona o controlo do jogo numa personagem humana. Aquilo que é de facto gigante e interminável são

as secções muralhadas da fortaleza onde “Ico” acorda, os inúmeros calabouços, masmorras, pontes, torres e moinhos. O que se deve fazer é fugir de um espaço onde apenas se sente solidão. Mais comum é o tipo de videojogos onde os gigantes de metal se confrontam. Em *Iron Man* (2008), o jogador joga com Stark, o herói do filme, que tem de fugir das masmorras do Afeganistão e derrotar, no final, um “homem de ferro” ainda maior. *Lost Planet: Extreme Condition* (2007) segue uma lógica similar, mas separa o gigante do humano. A história ocorre num gélido planeta perdido, no qual criaturas estranhas sobrevivem. As criaturas de dimensões superiores requerem que a personagem do jogo conduza um “mech” para sair vitoriosa. *Metal Gear Solid* (1998-2010), de Kojima, é uma série jogos de ficção científica na qual os gigantes são sempre robôs. Ao longo da já extensa série *Metal Gear*, o jogador é confrontado com “mechs” e ameaças maiores como os robôs Rex, Ray, Arsenal e Peace Walker. Todavia, os próprios cenários afiguram-se imponentes, não sendo por acaso que os conflitos têm lugar em submarinos nucleares, porta-aviões, bases aéreas, estações petrolíferas ou petroleiros. *Metal Gear Solid 4: Guns of Patriots* (2008) inovou com os ágeis e enormes bípedes biónicos Gekko e o mini-robô Metal Gear Mkii. Por fim, há que mencionar *Shadow of The Colossus* (2005), a prequela de *Ico*, jogo de drama épico *anime* em que o protagonista parece insignificante ao escalar o corpo de qualquer um dos dezasseis gigantes. Após derrotar os colossos, o protagonista salva uma princesa do sono eterno, mas sucumbe à energia negativa captada dos colossos.

2.1.2 A Fortaleza Voadora

O tema da “fortaleza voadora” tem uma presença significativa em filmes de acção, embora não seja tão extrapolado quanto é na *anime*. *Battlestar Galactica* (Michael Rymer, 2003) é a série de TV, de segunda geração, onde os malévolos “Cylons” desferem um imperioso ataque sobre as cidades do planeta Terra enquanto procuram destruir as naves onde segue população humana a fim de colonizar outros planetas. A única nave na qual os humanos resistem aos atentados dos “Cylons” é “Galactica”, a fortaleza espacial. Outro tipo de abordagem é seguido por Neil Blomkamp em *District 9* (2009), um filme em que a fortaleza voadora não é o último abrigo da humanidade. Ao invés disso, a nave que paira sobre Joanesburgo, na África do Sul, aguarda reabastecimento para que possa retomar viagem. *Sky Captain And The World*

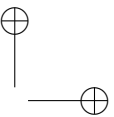
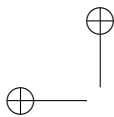
of Tomorrow exibe uma base aérea suspensa no céu, onde a tripulação feminina do esquadrão é chefiada por uma militar de pala num dos olhos (Franky Cook). Sem ser no gênero de ficção científica de série B, *Star Trek – First Contact* (Jonathan Frakes) dispõe de outros elementos já que, primeiramente, todas as naves da série *Star Trek* são fortalezas voadoras, ao passo que, neste episódio de 1996, a ameaça advém do emergente “Cubo Borg”, uma fortaleza cúbica onde a tripulação cibernética da sua “colmeia” se prepara para atacar os humanos. O tema aqui abordado fica retido na mente dos nipônicos aquando do bombardeamento, no decurso da Segunda Grande Guerra, das cidades capitais do Japão por aviões B-29, designados por “Flying Fortress”. *Barefoot Gen* (Masaru Mori, 1983) é a *anime* que foca detalhadamente o bombardeamento. O ideal da fortaleza permanece culturalmente no Japão. Aliás, o tema do robô gigante é uma versão dessa fortaleza capaz de correr, saltar e disparar (agir antropomorficamente). Noutros casos, como na *anime* que Bowers fez de *Astro Boy* (2009), o “menino-robô” sofre uma expulsão de Metro City pelo próprio pai, o Dr. Tenma, que rejeita a cópia robótica de Tobio, o seu falecido filho. Ao sair de Metro City, “Astro” repara que a cidade onde viva era uma protegida cidade flutuante. Já no filme *Final Fantasy: The Spirits Sitio*, o desfecho da acção ocorre numa estação espacial embora os protagonistas tenham anteriormente sido obrigados a voar em enormes aeronaves, fortalezas aéreas parecidas com pássaros.

Com recurso ao raro final feliz, Hayao Miyazaki, o mais conhecido realizador de *anime* do Japão, assinou a série de *TV Future Boy Conan* (1979), conhecida em português como *Conan – O Rapaz do Futuro*. Depois de um conflito armado em que as grandes potências recorreram a armas ultramagnéticas, as placas tectónicas do planeta Terra tornam-se instáveis, dando-se origem a terremotos e maremotos. Debalde a tentativa, por parte dos humanos, de escapar ao apocalipse, as fortalezas voadoras em que embarcam despenham-se. “Conan” e “Lara” são os principais sobreviventes, e terão agora de viver num mundo radicalmente alterado onde, na sequência do caos atómico, novos arquipélagos emergem. A única potência militar existente, a representante da “civilização-máquina” (expressão de Fiedler [1965: p. 365] cit. in Hans Bertens, 2005: p. 29), é “Indústria”, detentora de algumas máquinas voadoras. Ainda de Miyazaki, *Laputa – Castle in The Sky* apresenta muitos combates aéreos e, em si, “Laputa”, com o seu aspecto de complexo egípcio, é também uma cidadela flutuante. Obras de *anime* como o tríptico

Memories (Koji Korimoto *et al.*, 1996) apresentam dois temas relacionados com a temática da fortaleza voadora; uma das histórias (“Magnetic Rose”) ocorre numa nave fantasmagórica descoberta em 2092 por agentes de recolha de lixo-satélite. No interior deserto da nave, uma senhora de vermelho aparece na penumbra a cantar ópera. Na segunda história (“Cannon Fodder”), o enfoque está no massivo couraçado e no seu complexo funcionamento de disparo. No entanto, a obra de referência sobre o couraçado enquanto fortaleza é *Space Battleship Yamato*, de Matsumoto. As *anime* de *Robotech: The Shadow Chronicles* (Dong Wook-Lee) e *Steamboy*, do mestre Katsuhiro Otomo, são igualmente significativas. Dentro do universo de *Robotech*, as fortalezas são representadas como estações espaciais, paíóis flutuantes prontos a colocar em acção, mediante orientação remota de “operadores” humanos, robôs humanóides. Optando pelo passado recente, em vez do futuro próximo, Otomo apresenta o mundo vitoriano da máquina a vapor e as máquinas robóticas, algumas com aspecto majestático ou tenebroso, que daí poderiam ter surgido. O forte robótico movido a vapor que surge no final é exemplo de uma boa exploração do tema da fortaleza dos céus. *Howl’s Moving Castle* (2004), de Miyazaki, mostra por sua vez um castelo que se serve de pernas robóticas para caminhar, abrigando e transportando estranhas personagens através de qualquer acidente geográfico.

Os tipos de fortaleza voadora que aparecem nos videojogos variam entre os de “bombardeiro”, “nave” e “navio”. *Ikaruga* (2002), *Iron Man* (2008) e *Ace Combat X: Skies of Deception* (2006) são videojogos em que a fortaleza aparece como ameaça final, representada pelo “chefe de nível”. As estações de combate inimigas em *Ikaruga* descarregam torrentes de projectéis para impedir o progresso do jogador, havendo sempre uma fortaleza maior de nível para nível e, por conseguinte, uma ameaça imparável, à semelhança de *Iron Man*, em que o jogador tem de se desviar de projectéis, disparos de robôs, e deve impedir um bombardeiro de lançar um tapete de bombas. *Ace Combat X: Skies of Deception* (2006) apresenta missões em que o adversário temível se faz representar por uma fortaleza aérea em forma de peixe, mais concretamente uma raia. O jogador abate-a se destruir, primeiro, o mecanismo de defesa, a não ser esta se torne invisível ao radar.

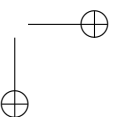
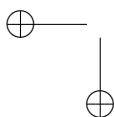
Quanto aos videojogos em que se explora o conceito de “nave”, um expoente desse tipo é *Dead Space* (2008), o qual não é um título de *anime* puro. No entanto, se considerarmos que este sucede à *anime* *Dead Space: Downfall*,



podemos então entender o jogo como um prolongamento mais realista da animação. De acordo com a história, a tripulação da USG Ishimura é dizimada. Uma equipa de salvação dirige-se a Ishimura, danifica a sua nave aquando da acostagem e depara-se com um massacre. Assim que os protagonistas exploram melhor a nave, concluem tratar-se de uma fortaleza espacial que esconde estranhas e perigosas mutações. *Final Fantasy VII-XIII* (1997-2010), sete últimos capítulos da série da Square Soft-Enix, são palcos de diversas fortalezas. As naves com formas de animais, os vaivéns de imponentes dimensões e as cidades voadoras são elementos que pertencem ao tema padrão que aqui apresentamos. *Rogue Galaxy* (2007) continua o estilo de *Final Fantasy* e coloca uma série de piratas espaciais a navegar literalmente pela noite espacial. Sem atmosfera a limitar a visibilidade, os céus de *Rogue Galaxy* são estrelados e cintilantes, sobretudo a bordo das “naus” espaciais, que se deslocam pelo cosmos como fortalezas de madeira movidas a remos. Desertos repletos de vermes gigantes, selvas infestadas de tribos diabólicas e as fantásticas cidades futuristas em estilo Azteca são alguns dos lugares onde aterra o “navio” voador ladeado por canhões.

2.1.3 Robôs Guerreiros

O robô guerreiro é uma poderosíssima figura da *anime* adoptada do modelo do *samurai*, do andróide e do endosqueleto do robô de filmes norte-americanos como *The Terminator* (James Cameron, 1984). As sequências de robôs guerreiros mais elucidativas retratam o futuro nuclear, a guerra nocturna travada entre a resistência humana em *The Terminator* e em *Terminator 2 – Judgment Day*. *Terminator 2 3D: Battle Across Time* (James Cameron, 1996), cuja criação se destina exclusivamente ao visionamento num espectáculo de parque temático é a obra mais relevante. Neste episódio específico, o T-800, representado por Arnold Schwarzenegger, aparece no futuro, de moto, protegendo e orientando John Connor até ao interior da pirâmide de “Sky Net”, o centro das máquinas. No filme *Robocop* (Paul Verhoeven, 1987), por exemplo, o robô polícia é apresentado como: “Parte Homem, Parte Máquina. Inteiramente Polícia” (tradução nossa). Kazuaki Kiriya mostra, em *Casshern* (2004), como um protagonista geneticamente manipulado pode vencer exércitos de robôs guerreiros sem dificuldades. Este, porém, não é um filme sobre “mecha”, mas baseado em lutas semelhantes às de videojogos como *Tekken 6* (2009). Os



robôs armados, ao invés de protagonizarem a narrativa, cumprem o papel de antagonistas. *The Returner* (Takashi Yamazaki, 2002), um romance de ficção científica, apresenta nos seus primeiros instantes robôs guerreiros do futuro em combate. Já no final, o único robô que aparece é um “transformer” de um avião Jumbo 747.

Há uma questão que se torna pertinente no que diz respeito à *anime*: por que motivo as animações de robôs guerreiros são violentas? Na verdade, essa violência gráfica é transposta das narrativas de *samurais* para as de robôs. Mudam as personagens, mas o estilo continua sangrento. As imagens são violentas, mas a violência não é o cerne da questão, do mesmo modo que, no Teatro *Kabuki*, as batalhas estilizadas não são o que importa mais, havendo uma focalização na extravagância dos guerreiros armados. Como esclarece Sonia Bibe Luyten: “A violência parece já estar presente na tradição japonesa. A figura dos *samurais*, descrita pela literatura, emerge de um clima de lutas constantes, onde o que não faltava era sangue, cabeças rolando e corpos dilacerados pelas espadas” (1991: p. 64). Porém, Luyten argumenta como se a violência fosse quotidiana. Sobre o contexto cultural que torna a violência parte da vida dos japoneses, há que recuar ao Japão feudal. Cada senhor feudal, o *daimyo*, era protegido pelos seus guerreiros pagos, os *samurais*. E, neste mundo, as lutas territoriais eram constantes. Os japoneses sabiam lutar por necessidade, não pela violência. Ruth Benedict explica que:

“Below the Imperial Family and the court nobles, there were four Japanese castes ranked in hierarchal order: the warriors (‘samurai’), the farmers, the artisans, and the merchants. Below these, again, were the outcasts” (2005: p. 61).

O problema era que, no topo, estavam os guerreiros de espada. Constatase que, na *anime*, o tema do robô guerreiro sobressaiu mais, e que mesmo o robô usa espada, arma que as grandes figuras japonesas sabiam manusear. Devido ao aparecimento das novas consolas portáteis, os videojogos de robôs guerreiros têm aumentado. Porém, a *anime* ainda é o género-rei. Encontramos robôs de combate em várias animações. Em *Astro Boy* (David Bowers, 2009), por exemplo, quando “Astro” cai no ferro-velho, é encontrado por outras personagens e, de seguida, é forçado a lutar contra outros robôs no circo. Quase no término do filme, “Astro” combate o maior de todos os robôs guerreiros,

um distorcido robô militar que põe em risco a cidade e absorve tudo em que toca.

A *anime* de sucesso acerca de robôs guerreiros é muito homogênea. Kôichi Chigira, em *Full Metal Panic!* (2005), faz uma *anime* de robôs guerreiros respeitando a convenção de existirem soldados pequenos, grandes robôs e lutas cujo resultado é a devastação total em redor dos colossos antropomórficos. O mesmo se pode constatar em *Gundam* (1979), a *anime* de Yoshiyuki Tomino que é considerada um ícone cultural do Japão. Segundo o universo de *Gundam*, os objectivos dos robôs guerreiros são defender os humanos de ataques por unidades robóticas similares. *Gundam Seed Destiny* (Mitsuo Fukuda, 2006) é uma versão mais sofisticada do universo de *Gundam* e também apresenta combates de robôs guerreiros, inclusive no Espaço, onde as suas carnagens brancas e reluzentes se destacam pelas formas vectoriais de que dispõem. Não deveremos, no entanto, falar dos robôs guerreiros sem que mencionemos o arquétipo, *Mazinger Z* (Gô Nagai, 1972-74), a primeira obra de *anime* em que um robô guerreiro se transforma. O próprio conceito de “warrior bot” de que fala Hornyak (2006) começa com Nagai.

Mobile Suit Gundam Wing: Double Pack Vol. 1 (2006) segue a lógica de *Mazinger Z*, a do “veículo transformador”. *Gunhed* (Alan Smithee & Masato Harada 1989) aposta, por sua vez, na visão militar do robô guerreiro, tal como *Gunparade March: Operation One* (Katzushi Sakurabi, *et al.*, 2004), exibindo robôs estacionados em hangares de bases militares. O robô guerreiro surge tanto como o futuro da força aérea como da infantaria. Analisadas estas duas obras, notamos que, mesmo sendo antropomórficos, os robôs guerreiros são tratados como “meios”, “instrumentos” e “armas”. No caso de *Patlabor* (Mamoru Oshii, 1989), os robôs são recursos policiais, armas estratégicas para serem utilizadas sempre que necessário, e em *Robotech: The Shadow Chronicles*, o modelo de *Patlabor* é transposto para o Espaço. A paz é mantida através de um centro de controlo espacial e a guerra acontece também fora de órbita, uma vez que o Espaço oferece um campo de batalha sem limites.

Nem todos os robôs guerreiros são autónomos e nem todos são pilotados. Existem os dois tipos. *Macross Plus – The Movie* (Noboru Ishiguro *et al.*, 1994) e *The Transformers* (Nelson Shin, 1986) são representativos do modelo de sucesso, o de robô de combate pilotado. Os robôs de *Macross* transformam-se em aviões, caças de guerra, enquanto os de *Transformers* mudam de forma para veículos automóveis. Excepcionalmente, há “transformers” bons (“Au-

tobots”) e “maus” (“Decepticons”) que mudam a sua configuração exterior para se assemelharem a tanques, helicópteros, animais quadrúpedes (tigres) ou artrópodes (escorpiões). O tema dos robôs guerreiros de *anime* é dos mais explorados em videojogos. O público *otaku* é devoto desse estilo de videojogos, sobretudo os de *Gundam* (1993), dado o estatuto cultural que lhes é atribuído no Japão. A fama desta série foi responsável pelo aparecimento de videojogos similares que, por sua vez, não foram precedidos por filmes de *anime*. Isto significa que a estética *anime* do género “mecha” se pode afirmar directamente, sem que tenha de passar pelo conceito de “conversão de *anime* para videojogo”. A série *Armored Core 1-4* (1997-2007) é exemplo de edição directa para videojogo. Todavia a estética, a linguagem e a técnica de se fazer *anime* estão presentes. Os “cores” são robôs próximos dos “mechs”, não dispondo do estilo *samurai* e rostos de estátua como os robôs de *Gundam*. Num mundo apocalíptico, os “cores” são a armadura necessária para que o humano se mantenha vivo.

A (con)versão de *Astro Boy* em videojogo, em *Astro Boy: The Videogame* (2009) permite explorar interactivamente as peripécias de “Astro”, que é expulso de casa, obrigado a utilizar os seus dispositivos para lutar contra robôs mercenários, ajudar robôs indefesos, voar pelos céus da fabulosa “Metro City” e escapar a adversidades típicas de cada lugar. Nenhuma ameaça se compara aos gigantes de ferro com que se debate nos céus ou no circo. *Dinasty Warriors Gundam* (2007) é um caso interessante de junção de dois universos de jogos de *anime*: o mundo dos *samurais* de *Dinasty Warriors* e o dos robôs guerreiros de *Gundam*. O resultado é um jogo de exércitos inteiros a lutar entre si para atingir a vitória. *Gundam Battle Universe* (2008) e *Kidou Senshi Gundam: Gundam Vs Gundam* (2008) investiram nessa área dos robôs guerreiros. *Gundam Battle Universe* tornou o videojogo desse género mais estratégico e *Kidou Senshi Gundam: Gundam Vs Gundam* introduziu bons e maus “Gundam” a lutar entre si num jogo dinâmico e prático. *Iron Man* (2008) estende o imaginário do filme e transporta o jogador para situações iguais ou idênticas às do filme homónimo. Apesar de o “Homem-de-Ferro” ter origem e estética norte-americanas, a versão de videojogo do filme exhibe uma linguagem síntona com a da *anime* de robôs guerreiros. *Transformers – The Game* (2007) e *Transformers 2 – Revenge of The Fallen – The Game* (2007) são puros videojogos de robôs guerreiros. Ambos levam o jogador a participar em corridas, perseguições, lutas ou trocas de tiros em ambientes

relacionados com os filmes homônimos. *Macross Ace Frontier* (2008) é um jogo que permite controlar um robô antropomórfico igual aos da *anime* de *Macross*. Com a ajuda de um operador, pode-se combater inimigos no solo (como robô) ou no ar (como avião). A solução equilibrada foi apresentada há mais tempo, em *Space Harrier* (1985), um jogo de tiros de contornos lendários, da empresa SEGA, onde o protagonista podia caminhar de arma na mão sobre um piso axadrezado, ou, por outro lado, erguer-se no ar com um foguete propulsor, de arma em punho, e alvejar os monstros que se cruzavam no seu caminho.

2.1.4 O Robô Pilotado

Em filmes como *Transformers* (Michael Bay, 2007), acerca da ficção japonesa homônima da década de 80, o robô é um robô pilotado, e como tal tem outro significado, trata-se de uma extensão tecnologicamente mais avançada do automóvel. Não é, de forma alguma, por acaso que, em *Transformers*, o seguinte é dito pelo vendedor de automóveis: “(...) os condutores não escolhem os carros... os carros escolhem os condutores” (tradução nossa). A mesma cena repete-se na banda desenhada feita por Oprisko & Milne (2007: p. 12) sobre o filme de Bay (2007).

Pilotar robôs implica uma ligação mais forte entre a máquina e o condutor. O imaginário do robô pilotado começa com Gō Nagai, autor de *anime* que, enquanto aguardava o momento de poder atravessar uma estrada, reparou que os condutores de automóveis retidos no engarrafamento preferiam contornar os demais. Segundo Hornyak, Gō Nagai teve o seu momento “eureka” quando disse: “(...) ‘um robô em que uma pessoa pode viajar e controlar como um carro!’” (2006: p. 60, tradução nossa). O que Nagai pretendia representava, para o piloto, a união perfeita entre homem e máquina (*Idem, Ibidem*). A lógica em questão é a da “automobilização”, um fenómeno que, para Peter Sloterdijk (2002), é intrínseco à sociedade moderna. Sloterdijk acredita que esta sociedade “(...) realizou mesmo, pelo menos um dos seus planos utópicos, o da completa automobilização, aquela situação em que cada sujeito adulto se move a si próprio, ao volante da sua máquina que se move a si própria” (p. 36). Ao examinarmos as afirmações de Gō Nagai, constatamos que a criação do robô pilotado reflecte um maior desejo de mobilização, o da automobilização total, de que nos fala Sloterdijk, como sendo algo que se globalizou.

A mobilidade do sujeito encontra na cinética da máquina automóvel o ponto de simbiose perfeito para um novo tipo de movimento. No que diz respeito ao robô pilotado, este é um ícone da nova automobilização. Caso contrário, os robôs no Japão não seriam vistos como sendo “drivable”, isto é “dirigíveis” (Schodt, 2002: p. 245) ou “transformers”, ou seja, “transformadores” (Matthews, 2004: p. 12).

Para o público do controlo, o fã de *anime*, a temática do robô pilotado é a mais fascinante. O público pretende conduzir, dirigir, pilotar um robô antropomórfico tal como vê os heróis da *anime* fazer. Detecta-se na *anime* e nos videojogos do género uma enorme influência de reputadas obras de cinema de ficção científica. Um filme de cinema que fez furor em 1986 foi *Aliens*, de James Cameron, em que, no final, a heroína “Ripley” conduz um robô chamado “loader” (“porta-cargas”) para combater uma criatura “xenomórfica” (Singer, 2009: p. 89). Décadas depois de *Aliens*, Cameron lançou *Avatar* (2009). Nesta obra mais recente, a humanidade descobre Pandora, um planeta florestal dominado por criaturas exóticas e perigosas, um “parque jurássico” do futuro cuja fauna e flora exóticas são pontuadas por cores incandescentes. A RDA, a força militar de intervenção humana que chega a Pandora, fá-lo com aeronaves, bombardeiros, soldados e robôs pilotados. Contra os humanos, existem predadores diversos a aguardar o desenlace da busca de um precioso minério, denominado “Unobtainium”. Os habitantes de Pandora, os Na’vi, montam aves gigantes e lobos-víbora, disparam setas e conseguem sintonizar-se com o arquivo mnemónico florestal sagrado, enquanto a RDA dispõe de robôs e “avatares” (soldados humanos que controlam a o corpo de clones alienígenas). Os robôs pilotados pelos humanos em *Avatar* são iguais aos de *District 9*; a sequência em questão coloca o protagonista humano infectado a pilotar um “mech” para vencer as adversidades e, assim, proteger uma família alienígena.

Iron Man, o filme de John Favreau (2008), coloca Tony Stark e o seu rival no papel de pilotos de robôs, facto aparentemente negável pelo fechamento total da armadura de Stark, mas óbvio no seu rival, porque o robô expunha parcialmente o piloto. Robôs pilotados aparecem quer no cinema, quer na *anime*, em modo de carlinga ou de “esqueleto”. *Stealth* (Rob Cohen, 2005) aprofunda o tema, revelando, num futuro próximo, a existência de aviões de guerra furtivos pilotados por Inteligência Artificial. O filme de Cohen apresenta o robô pilotado por si mesmo, embora também pudesse ser tripulado,

em modo carlinga, por ser um avião. No modo de “esqueleto”, *Matrix Reloaded* e *Matrix Revolutions* são originais, apresentando grandes exércitos de “mechs” pilotados por humanos. *District 9* apresenta, no seu final, uma personagem híbrida que consegue pilotar um “mech” sem qualquer treino prévio. A mesma situação acontece com o jovem “hacker” de *Sleep Dealer* (Alex Rivera, 2008), que aspira ligar-se à Rede para trabalhar na construção do espaço virtual. Logo que se consegue ligar descobre, através de um espelho, o seu aspecto no *lugar-máquina*, um robô remotamente controlado.

Dentro da *anime* do robô pilotado, existem duas variantes. Na primeira, os robôs transformam-se em aviões, como acontece na *anime Macross Plus: The Movie* (Noboru Ishiguro, Shôji Kawamori, 1994). Aqui, o piloto que se encontra dentro da máquina assiste à sua transformação a partir do interior. Na segunda variante, temos robôs pilotados como os da *anime The Transformers* (Nelson Shin, 1987), em que o piloto conduz a máquina disfarçada de automóvel ou qualquer veículo, mas assiste à transformação a partir do exterior do robô pilotável. Nas décadas de 60 e 70 as obras de Gô Nagai, como *Mazinger Z* (1972-74), e os exosqueletos das de Yoshiyuki Tomino, como *Gundam* (1979), prosseguem a “robô-mania” de forma acentuada. Embora, em termos de significado, estes robôs pilotados tenham muito a destacar, existem sempre novidades. O robô-pilotado simboliza o futuro do autómato, a herança do automatismo, a actualização da fortaleza móvel e um reforço da autoridade. Nas ficções de *anime*, constata-se que as obras mais interessantes sofrem imitações. Todavia, em vez de se gerar aversão às cópias das grandes obras de *anime*, estas reforçam a imagem do robô como ícone cultural no Japão, indissociável da cultura gráfica de *anime*. Os robôs pilotados tornaram-se uma convenção da popular animação japonesa, o que levou à consolidação do género “mecha”. O cinema “live action” contribui para aumentar o imaginário do robô pilotado, apesar de a *anime* ser líder neste tipo de imagens e narrativas. Aliás, esta temática padrão só tem sentido se for explorada com a devida linguagem audiovisual, o que, por sua vez, a aproxima muito do videojogo.

Na incontornável *Voices of a Distant Star*, Makoto Shinka (2002) opta pelo silêncio, o vazio espacial, em detrimento das constantes batalhas de robôs. A protagonista da história deixa o namorado na Terra e parte para a exploração de Marte, onde a guerrilha entre robôs aumenta. Nesta *anime*, a volatilidade das imagens e dos sons foi substituída por um ambiente mais íntimo, o “cockpit” robótico da jovem piloto de robôs. A maioria deste tipo

de *anime* exprime uma imagem de poder. *A.D. Police – Bad Blood* (2004) tem como personagens centrais as figuras robóticas da “polícia avançada”, a última arma contra o crime. Kazuyoshi Katayama apresenta uma narrativa similar em *Appleseed* (1988) e Shinji Aramaki repete-o em *Appleseed* (2004). A questão é que, na versão de Aramaki, os robôs pilotados e os fatos cibernéticos parecem-se com “veículos de vestir”, uma extensão antropomórfica do corpo humano. Os robôs parecem muito reais devido à tecnologia gráfica utilizada em 3D com “cel-shading”. Em *Appleseed: Ex Machina*, Shinji Aramaki (2007) continua o mesmo estilo de *anime*, onde uma ameaça biológica exige que se pilotem robôs para combater uma pandemia. Na versão anterior de 2004, Aramaki colocou a cidade perfeita de Olympus sob a ameaça de gigantes robôs artrópodes. O robô pilotado é um tema onde a máquina inevitavelmente se justapõe à guerra, nunca deixando de ser entendido enquanto arma. *Full Metal Panic!* (Kôichi Chigira, 2005) coloca o robô na narrativa como arsenal disponível para eventuais conflitos armados. Mamoru Oshii, em *Patlabor* (1989), escolhe a mesma estratégia de apresentar um robô como um veículo de combate, um *veículo-carlinga*. Nos céus tropicais de *Macross Plus – The Movie*, os robôs deixam colunas de fumo. É tudo o que fica do seu rasto supersónico, das explosões coloridas e das harmoniosas reconfigurações entre a forma de robô e a de avião. A versão biomecânica do robô tripulado é revelada por *Neon Genesis Evangelion* (Hideaki Anno, 1995b), o universo em que os robôs são a esperança de uma humanidade abrigada em “bunkers”. No desolado mundo pós-holocausto, as unidades de robôs EVA permitiriam perscrutar os territórios atacados pelos extraterrestres Angels. Tomemos outros exemplos: com vista a proteger a população da Terra da *civilização-máquina* dos “Decepticons”, a raça dos “transformers” envia, para protecção dos humanos, robôs “pilotáveis” designados de “Autobots” – “robôs autónomos”.

Na imagem do videogame tridimensional, a crescente expansão dos mapas onde a acção decorre e os detalhes das figuras tornam o videogame de robôs pilotados um espaço de eleição para *anime*. Como bem refere Gosling, existe algo de confortável na pilotagem do robô, dado que este é simultaneamente casulo e veículo, uma prótese última capaz de abrigar o piloto de forma “uterina”. Relativamente a esta questão do “cocooning” (“encasulamento”) Gosling (1996) acrescenta:

“Perhaps there is something comforting about being cocooned in

a form-fitting machine or mechanized body armor, especially for the Japanese, who have staked so much of their future on technology. Certainly anime such as ‘Patlabor’ (Giant Police Robots) radiate a feeling of kinship and loyalty between man and machine that I find highly motivating (...)” (p. 3-4, § 16).

O que Gosling diz é relevante. Considerando o “cocooning”, esse “encasulamento”, proporcionado pelo conforto da *máquina uterina*, pode-se entender o robô pilotado como um veículo de protecção total contra um ambiente hostil. Acerca do “encasulamento”, Napier (2001) aponta que o jovem Shinji, protagonista de *Neon Genesis Evangelion*, protege-se no robô pilotado ao entrar num “espaço tipo-uterino preenchido com líquido” (p. 98). Fechado no seu interior líquido, o piloto justifica o robô enquanto “símbolo uterino”, expressão que Marshal McLuhan (2002, p. 84) empregava para se referir à publicidade automóvel, afirmando também que a forma de representar velocidade e poder fálico era confrontada com a tentativa de se criar um mundo de “conforto uterino” (*Idem*, 2002: p. 84), como uma versão cibernética do útero materno. Ortega (2007) prefere salientar a “consciência uterina” do robô EVA 01 (p. 229 in Lunning [Ed.], 2007) e LaMarre (2009) crê que uma nova “mater-mãe-matéria¹” se dissemina pelo social, uma “máquina de maternidade²” (LaMarre, 2009: p. 234).

Qualquer que seja o videogame de robôs em questão, o facto de ser jogado transforma-o num jogo de robôs pilotados, porque a relação do jogador com o robô assenta no pressuposto de controlo. A figura do robô aparece no videogame para ser pilotada, conduzida; para alvejar e desferir golpes, escamotear-se ou elevar-se nos céus. No videogame *Lost Planet: Extreme Condition*, o jogador está mais limitado que nos jogos habituais de robôs pilotados, conduzindo somente um “mech”. *Macross Ace Frontier* (2008) é mais ambicioso e permite que o jogador se sinta um piloto e dirija um veículo que muda de configuração: avião no céu e robô no solo. O piloto é o jogador. *Mech Assault* (2002), *Mech Assault 2: Lone Wolf* (2005) e a série *Mechwarrior 1-4* (1989-2000) afastam-se do imaginário japonês de robôs e possibilitam somente que pilotos de “mech” combatam “mechs” conduzidos por outros pilotos (jogador ou computador). *Metal Gear Solid* (1998-2010) consegue ser um expoente

¹“Mater-mother-matter”, no original (N. do T.).

²“Mothering machine”, no original (N. do T.).

dos videojogos de robôs pilotados e *Transformers – The Game* (2007) o outro extremo, na medida em que todas as narrativas de *Metal Gear Solid* invocam uma ameaça robótica, um robô para lançar ataques nucleares. Mas o essencial do jogo é evitar que os robôs sejam pilotados e funcionem com sucesso. Por isso, o protagonista é, entre outros, o humano Solid Snake. No que respeita aos *Transformers – The Game*, acontece exactamente o oposto. O propósito é pilotar robôs que mudam de configuração e tirar partido disso em corridas, combates e perseguições; participa-se com a máquina. Controlar mecanismos robóticos tinha limitações na *anime* porque o público era espectador passivo, ao passo que, nos videojogos, a diversão passa pelo controlo.

2.1.5 A Ascensão Das Máquinas

São muitos os filmes em que robôs de estatura titânica ou andróides semelhantes partilham normalmente do antropomorfismo. Não se pode mencionar a *anime* de robôs e dispensar um tema padronizado na “mecha” como o da “ascensão das máquinas”. Jogos de luta de robôs como *Rise of The Robots* (1994) e filmes como *The Terminator 3 – Rise of The Machines* (2003) aprofundam este tema, o da máquina malévola que se ergue. A nova T-X de *The Terminator 3 – Rise of The Machines* é um robô de aspecto sensual e maternal. O cinema tem abordado o tema de muitas maneiras. *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982) expõe uma distopia de robôs rebeldes que pretendem conquistar mais tempo de vida. Em *Casshern*, seres humanos geneticamente alterados combatem ferozmente exércitos de robôs brilhantes e, em *I, Robot* (Alex Proyas, 2004), todos os andróides NS-5, iguais ao robô que protagoniza a história (Sony), afrontam os humanos que protegem ao receber indicações da Inteligência Artificial Vikki. Todos os lares em *I, Robot* passam a ter um andróide opressor, em vez de um robô auxiliar. No filme em que Chris Cunningham trabalhou os efeitos especiais, *Judge Dredd* (Danny Canon, 1995), os robôs militares são instrumentos para que a classe que os controla ascenda ao poder. Ao longo dos três episódios da série *The Matrix*, mas sobretudo em *Matrix Reloaded* e *Matrix Revolutions*, agentes e programas geridos pelo programador – o Arquitecto – visam fazer as máquinas ascender. Controlando o tempo, os protagonistas de *The Returner* (Takashi Yamazaki, 2002) lutam para evitar essa ascensão noutro contexto, o do tempo presente. *Star Trek – First Contact* introduz uma população cibernética que se impõe convertendo humanos em

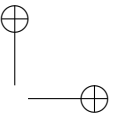
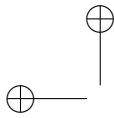
ciborgues (como é o caso do Capitão Picard) e humanóides em máquinas sensíveis (no caso de “Data”). A nave desta população, que antes fora humana, é o Cubo Borg, cuja rainha afirma “eu sou princípio, eu sou o fim, eu sou os Borg”. Para George Lucas, o exército das máquinas é gerido por um outro tipo de infantaria, o dos clones. *Star Wars II – Attack of The Clones* (2002) revela como aparece o gigante exército de soldados equipados com capacetes e armaduras brancas, o mesmo exército que originará o grão-exército da República. Darth Vader ascende ao poder ao instrumentalizar os clones e tendo ao seu dispor os robôs “mecatrônicos”. Jonathan Mostow apresenta um outro tipo de registo em *Surrogates* [Substitutos] (2009), um mundo próximo do nosso em que a debilidade dos humanos os leva a controlar domesticamente “robôs substitutos”. Cada cidadão desloca-se com a sua máquina ao invés de fazê-lo pessoalmente com o seu frágil corpo. A ascensão destes “substitutos” legitima que, no final, um polícia opte por desligar toda a rede de substitutos. *Virus* (John Bruno, 1995) tem como história principal um vírus transmitido via satélite que atribui vida às máquinas de um navio. A revolta origina um homicídio em massa. Mas os robôs aguardam latentemente o seu momento oportuno. Dentro do universo de *Transformers 2 – Revenge of The Fallen* (Michael Bay, 2009), os robôs “Decepticons” ascendem após um momento de secreta hibernação. O seu ataque feroz desvela uma força ainda maior que antes. A sequência de *Tron* (Steven Lisberger, 1982), *Tron 2 – Legacy* (Joseph Kosinski, 2010), apresenta um novo jogo de máquinas em que os humanos não são bem-vindos. “Flynn”, o protagonista do mundo digital de “Tron” diz que este já não é um jogo. Do mundo nocturno e brilhante, onde pilotos de “motos-de-luz” correm em pontes e plataformas vítreas, a ameaça reside no pacífico aspecto do *lugar-máquina* translúcido.

O episódio “Second Renaissance” da *anime The Animatrix* (Mahiro Maeda *et al.*, 2003) relata a desavença entre robôs e humanos, a revolta da sociedade face aos constructos e a posterior subida dos robôs ao poder com o advento da Inteligência Artificial. Miyazaki, na distopia de *Future Boy Conan*, coloca “Conan” e Lara no papel de actores de um mundo devastado por máquinas. O céu enegrecido de colunas de fumo e a noite iluminada pelas explosões fulminantes davam lugar, em dias radiosos, ao arquipélago. Carcaças de naves e escombros do cataclismo provocado pela última ascensão das máquinas avistavam-se em qualquer parte.

Permanece na *anime*, como temática padrão, a derradeira ascensão das

máquinas, embora tal se assemelhe, nos videojogos, a um cliché. Robôs que se erguem das cinzas, endosqueletos que atravessam obstáculos e sistemas de vigilância conscientes são comuns na *anime* que aborda esta temática. Um dos videojogos mais marcantes dentro dos de *anime*, ainda que seja considerado como um “desenho-animado interactivo”, é *Escape From Cybercity* (1992). Ajudado por um resistente mais velho, o jovem herói tem de conseguir fugir através da cidade controlada pelas máquinas, escapar da polícia de olhos luminosos e descobrir o caminho até ao comboio galáctico. As peripécias desse trajecto incluem fugir por becos, destruir tanques, andar num “skate” supersónico e chegar ao planeta do vigilante através de uma ferrovia imaginária. Veículos atiradores, hordas de inimigos e instalações perigosas dificultam o progresso do jogador. O objectivo é derrotar o sistema cibernético de vigilância das máquinas da “ciber-cidade”. As roupas de moda dos anos 70, as cores frias dos cenários, as rajadas de luz dos disparos e as “linhas de movimento” eram tipicamente *anime*.

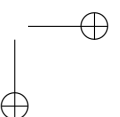
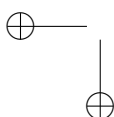
Bionic Comando (1988) também posiciona o jogador num mundo destruído pelas máquinas, no qual o herói conta com o auxílio de um braço ciborgue. O jogo de lutas intermináveis *Dinasty Warriors Gundam* (2007) é característico da guerra pela ascensão. Máquinas antropomórficas de ambas as facções digladiam-se para impor a sua dinastia. *Earth Defense Force 2017* entretém o jogador com essa ascensão de robôs titânicos, tornando possível jogar contra a invasão das máquinas numa unidade defensiva da Terra. Os jovens protagonistas de *The Bouncer* (2001) unem esforços contra uma sociedade de malfeitores que pretende controlar um satélite. *Breakdown* (2004) situa o jogador num jogo de *anime* em que acção é vista na primeira pessoa. As imagens subjectivas de *Breakdown* revelam o protagonista e os seus parceiros a lutar contra uma infantaria ciborguizada. Céus infestados de aeronaves a pugnar entre nuvens de tiros é o que *Ikaruga* (2002) exhibe. Mas, neste caso, até a aeronave que o jogador comanda integra o mundo máquina. A série *Metal Gear Solid* (1998-2010) é considerada como a que mais adiante levou os videojogos de *anime* sobre robôs, por revelar os gigantes robôs de pernas biónicas Gekko, a unidade “Beauty and The Beast” e as estrelas bípedes nucleares Metal Gear, que atribuem o nome a esta série de jogos. A unidade “Beauty And The Beast”, patente neste videojogo, revela um conjunto de cinco ciborgues que foram outrora bonitas mulheres, agora transformados em ciborgues de guerra com configurações próximas das de figuras mitológicas. A primeira



designa-se por “Laughing Octopus”, a segunda é “Crying Wolf”, a terceira é “Screaming Mantis”, a quarta é “Raging Raven” e a quinta é “Iron Eagle”, mas desconhece-se quem controla esta ameaçadora figura robótica.

2.1.6 O Amigo Robótico

De entre todos os temas da *anime*, nos quais o robô é central, o do “amigo robótico” é o que mais optimismo apresenta. Se analisarmos cuidadosamente a cultura popular de *anime*, constatamos que o arquétipo do amigo robótico é importante, explorando a fantasia infantil do robô como “máquina de estimação” (“robot-as-pal”). O antípoda do robô protector é o robô ameaçador, no que concerne à temática. Essa polarização é detectável na *anime*. Temos, por um lado, a ascensão das máquinas, ao passo que, do outro, surge o amigo robótico. É através do cinema que o tema padrão do amigo robótico nos chega, embora adquira muito mais eloquência através da *anime*. Ultimamente, este tema tem-se tornado muito presente em filmes de ficção científica, tais como *Bicentennial Man* (Chris Columbus, 1999). Inspirado na história *The Positronic Man*, de Isaac Asimov & Robert Silverberg (1994), o “homem bicentenário” mostra a luta de um robô pela sua evolução pessoal e a sua necessidade de se tornar mais humano. A família que o adquire começa por estranhá-lo ficando, no entanto, dependente das suas tarefas e façanhas. Com o passar do tempo, o amigo robótico é cada vez mais humanizado, até que opta pela mortalidade, falecendo finalmente com dois séculos de “existência”. No filme *I, Robot*, de Alex Proyas (2004), também inspirado numa história de Asimov, os robôs NS-5 são amigos da sociedade envelhecida. John Badham, em *Short Circuit* (1986), introduz o robô militar como uma máquina amiga, autónoma e até muito cómica no seu aspecto, pois dispunha de lagartas para locomoção e um rosto binocular. Não parecia um robô mas sim um grotesco electrodoméstico. *Star Trek – First Contact* é um filme que traz ao cinema o sofisticado humanóide “Data” (“dados”) numa situação de apuros, pois é obrigado pelos Borg a ser realmente “sensível”. Menos maduros, e com uma atitude sempre destemida, a dupla R2D2 e 3CPO lideram a tabela de robôs mais famosos do cinema na série *Star Wars* (George Lucas, 1977-2005). Outras configurações de amigos robóticos surgiram em *Stealth* (Rob Cohen, 2005), o avião de guerra furtivo gerido por uma Inteligência Artificial que, para proteger os protagonistas humanos, decide lutar até ao seu fim. O universo dos “extermi-



nadores” mostra em *Terminator (4) Salvation* (Jonathan Mostow, 2009) que as máquinas ou os seres híbridos (Marcus) podem ser amigos, tomando-se o exemplo da doação do seu coração orgânico, ao líder da Resistência Humana, John Connor, para transplante. Quando surgiu *Terminator 2 – Judgment Day* (James Cameron, 1991), o robô de aparência temível era afinal o amigo robótico de John Connor, então ainda jovem. O que torna o tema dos robôs amigos interessante é essa duplicidade, a aparência assustadora e o seu programa de existência. Bumble Bee, um dos robôs de *Transformers* (Michael Bay, 2007), tem como missão atribuída proteger o jovem Sam Witwicky.

Ser amigo de máquinas é uma questão bastante trabalhada na *anime*. Para os japoneses, as máquinas podem ser amigas dos humanos (Singer, 2009). Desde logo, tal inspiração advém de *Atom* notando-se em *Doraemon: Nobita to Midori no Kyojinten* (Ayumu Watanabe, 2008) através do gato robótico que acompanha o jovem Nobita. Um dos marcos neste tipo de narrativa é o filme *The Iron Giant* (baseado no romance *The Iron Man: A Children's Story in Five Nights*, de Ted Hughes [2005]) (também já referido nos capítulos anteriores, onde um menino encontra num robô o seu amigo ideal.

A.D. Police – Bad Blood (2004) tem gigantes robôs como uma segunda família da equipa de polícias protagonista da história. Vivem na sociedade “mecatrónica” de Olympus, em *Appleseed* (Kazuyoshi Katayama, 1988), criaturas cibernéticas em sintonia com homens. A heroína de *Appleseed: Ex Machina* (Shinji Aramaki, 2007), a mulher-soldado Deunan, é salva por um amigo ciborgue sem rosto humano, Briareos. Outras *anime* apresentam a amizade com robôs de forma mais vincada: *Astro Boy* (David Bowers, 2009) mostra o menino-robô a ajudar os cidadãos de Metro City; *Digimon: The Movie* (1999) e *Doraemon* introduzem os animais de estimação no papel de mecanismos simpáticos. *Full Metal Panic!* (Kôichi Chigira, 2005) e *Ghost in The Shell* (Mamoru Oshii, 1996) dispõem de dois géneros de protagonistas: os heróis fortes (humanos e ciborguizados) e as cómicas e simpáticas mascotes.

A temática do robô benfeitor encontra nos videojogos de *anime* um território onde se pode mudar a história da ficção. Comandar um robô protector significa, em *Dinasty Warriors Gundam* (2007), proteger a infantaria e impor a dinastia defendida pelos guerreiros robóticos. *Ghost In The Shell* (1997) coloca o jogador na perspectiva de um engraçado robô artropóde da polícia. Um exemplo de amigo robô reside em *Megaman 1-4* (1987-1992), uma série de jogos de acção protagonizada por um jovem robô. Metal Gear Mkii, em

Metal Gear Solid 4: Guns of Patriots (2008), desempenha o papel de mini-robô transformável que se parece com uma máquina de filmar Sony portátil. Na moldura narrativa deste videogame, o propósito do mini-robô é sondar, filmar e transmitir imagens do cenário de guerra, podendo inclusive electrocutar adversários para dar vantagem ao protagonista Solid Snake. Num estilo mais cómico, no videogame *Rogue Galaxy* (2007), as equipas de piratas espaciais fretam caravelas para cruzar a galáxia, desempenhando os robôs papéis centrais na história. Grande parte da acção que o jogador experimenta acaba por ser em parceria com as personagens robóticas, o que faz o jogador entender não estar sozinho no jogo.

2.1.7 A Ciborguização Militar

À parte das ficções mais conhecidas sobre máquinas antropomórficas, algumas obras de cinema recentes focam a ciborguização com a mesma estética da *anime* e dos videogames. *Avatar* (James Cameron, 2009) é uma dessas obras. Os helicópteros de mono-lugar que aparecem a ser pilotados pelos soldados da corporação RDA, bem como os “mechs”, são genuinamente *anime*. Os fatos mecanizados usados por Tony Stark em *Iron Man* (John Favreau, 2008) fazem do industrial militar um super-herói. A tecnologia ciborgue e o arsenal é que atribuem poderes especiais aos seus utilizadores, que a partir daí se tornam especiais. O aldeão Memo Cruz, de *Sleep Dealer* (Alex Rivera, 2008), só sonha com a sua entrada na Rede e, desde criança, tenciona pilotar um drone, isto é, um UAV (“Unmanned Aerial Vehicle” [Aeronave Não-Tripulada]). Rob Cohen, em *Stealth* (2005), apresenta o futuro da força aérea: uma aeronave autónoma gerida por computador, a arma militar perfeita. Fantasias deste género continuam presentes na *anime*. O tema da ciborguização associa-se sempre às forças de ordem pública ou às do exército, como em *Appleseed*. Em *Ghost in The Shell*, a protagonista Motoko Kusanagi é uma entidade cibernética, uma mulher-robô ligada à Rede de comunicações capaz de deter ameaças que assolam o espaço digital de Tóquio. Kusanagi não só intercepta comunicações via rádio, como também se revela portadora de um fato de camuflagem termo-óptica que lhe permite espelhar o ambiente que a envolve, cena que, aliás, abre o filme aquando de um assalto. Mais radical, a perspectiva de Otomo (1988) apresenta em *Akira* um jovem que esconde ser uma bio-armas. No ponto crítico, “Akira” desencadeia uma mutação orgânica

incontrolável. A prequela *Dead Space: Downfall* (Chuck Patton, 2008) exhibe os momentos de massacre a bordo de uma nave, a “USG Ishimura”. Para sobreviver aos ataques dos mutantes, tudo depende do fato de lâminas vestido pelo herói. Os fatos mecanizados usados pelos soldados em *Final Fantasy: The Spirits Site* são tão perfeitos que não parecem incrustar-se em torno de um soldado humano mas sim robôs compactos.

Onde este tema se eleva é nos videojogos. No futuro distópico que Kojima apresenta em *Metal Gear Solid 4: Guns of Patriots*, as guerras são instituídas por empresas militares privadas. Os maiores obstáculos às missões do protagonista Solid Snake são as armas usadas pelas facções corporativas da guerra. Solid Snake, o herói que sofre de envelhecimento acelerado, tem no seu fato ciborgue um “upgrade” à sua energia vital. Com este tipo de fato “high-tech”, é permitido replicar o aspecto de texturas do ambiente envolvente para obter a camuflagem ideal. Ainda no mesmo jogo, identificam-se outras personagens como Raiden que, ostentando um fato cibernético e uma lâmina de alta frequência, corta em partes os poderosos bípedes biônicos Metal Gear Gekko.

Sem tecnologias, o soldado não se torna um ciborgue. Além das opções de fato mecanizado, exosqueleto justo, robô “mech” ou artrópode, o limite da ciborguização não é o estado híbrido. A prometida descorporização é igualmente invocada nos videojogos. *Ghost in The Shell* (1997) prolonga o universo da *anime* e fá-lo colocando o jogador na posição de um robô artrópode, por sua vez guiado remotamente pela protagonista ausente do jogo, Kusanagi. Posto isto, aceita-se pela sua pertinência o argumento de Fidalgo e Moura:

“As ‘ciberculturas’ recuperam e fomentam a hostilidade pelo corpo mortal, invejando a permanência da máquina. A utopia da imortalidade, da durabilidade, solicita um corpo perfeito, revisto e corrigido, desembocando, nas correntes mais extremas, no desejo da ausência do corpo” (2004: p. 203).

Se a ausência de corpo não for o objectivo da ciborguização militar, então é o estado híbrido que se destaca, tal como a garra extensível de Nathan Spencer em *Bionic Commando* (1988) ou o reluzente fato mecanizado de Stark em *Iron Man* (2008). A durabilidade técnica do sistema de protecção é um sonho que se discute sobretudo na *anime* do género “mecha”.

2.2 LUGARES EM TRANSFORMAÇÃO

Nas *anime* criadas pelo único país até hoje bombardeado com dispositivos nucleares, o conceito de transformação é central. Vemos imagens de cidades desatomizadas (*The Place Promised in Our Early Days* [Makoto Shinkai, 2004]), robôs que se transformam em veículos (*Transformers Armada* [Hidehito Ueda, 2007]), pessoas que entram em mutação (*Akira* [Katsuhiro Otomo, 1988]) e utopias de máquinas dinâmicas (*Ulysses 31* [Jean Chalopin, 1981]). A transformação perpétua é algo constante na fantasia de *anime* (Allison: p. 19 in Lunning [Ed.], 2006). Através da transformação ecológica de *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982) – ou tecnológica, no caso de *Vexille* (Fumihiko Sori, 2007) – assistimos ao surgimento de indícios de uma civilização pós-humana. Na esteira da transformação total, as narrativas retratam a distopia, o que não deveria ter tido lugar. Janet Staiger define este estilo como o de “future noir”, isto é, o de um “futuro negro” (cit. in Napier: p. 108 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007).

Uma das maiores transformações aparece associada ao totalitarismo (como é o caso de *Appleseed* [Shinji Aramaki, 2004]), o desejo de mudar, na sua totalidade, o mundo pelas armas. Hiroki afirma que “a ficção científica é assolada pelo fantasma da totalidade” (2007: p. 79 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007, tradução nossa). Enquanto ponto de partida e engenho narrativo, assinale-se, também a catástrofe surge na *anime*, em repetição, funcionando como uma transformação em “loop”, uma transformação revisitada, invocadora do passado. Em posição distante, situa-se a “metatopia” (Eco, 1989), a continuação futura do nosso presente, uma transformação da realidade presente em prol de uma “imagem do futuro” (Polak, 1973) tida como ideal e positiva. Ainda que negativa, a transformação do mundo presente em *Blade Runner* – o filme – promete um futuro que nos parece provável, o que William Gibson (2003) define como lugares “blade-runnerizados”.

Na animação japonesa o conceito de transformação tornou-se forma e conteúdo; um estilo narrativo. Hayao Miyazaki (2008), em *Ponyo on The Cliff by The Sea* selecciona uma personagem, designada de “aquela pessoa”, como uma senhora do mar, uma ninfa enorme que se transforma e muda de cor. Miyazaki fantasia as suas próprias memórias infantis em *anime*, optando por personagens, mecanismos que se alteram e lugares modificados. Existe sempre nas suas obras uma figura de transformação, metamorfose. Acerca disto,



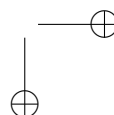
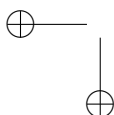
Paul Wells defende: “A metamorfose [na animação] (...) legitima o processo de ligação entre imagens sem relação aparente, edificando relações originais entre linhas, objectos, etc., e subvertendo as noções estabelecidas da forma clássica de contar histórias (...)” (cit. in Napier 2001, p. 36, tradução nossa). Entende-se o uso do tema da “metamorfose” como um dispositivo narrativo que possibilita outra forma de contar histórias.

Além disso, há uma outra estética na transformação, uma “estética da desapareição”. Primeiro, as coisas existem de uma forma, passando depois a existir de outra. Só assim se repara na transformação. Paul Virilio explica, em *The Aesthetics of Disappearance* (1991), que esta nova estética é uma estética da desapareição porque “a procura das formas é apenas uma procura do tempo, não havendo de todo, porém, formas sem a existência de formas estáveis” (p. 17, tradução nossa). Ao não existirem mesmo quaisquer formas, estas deixaram de permanecer estáveis, entraram em mutação, o que acontece porque as formas deixam de estar domesticadas e se soltam num regime de transformação. Perseguem-se novas formas, uma estabilidade, pois a estética vigente é a da desapareição da forma antiga.

O novo paradigma instalado requer não só uma figura robótica mas sim uma que se transforme em várias subfiguras, desmultiplicando a sua tecnologia em diversas formas possíveis, um pouco como o andróide de mercúrio líquido T-1000 que surge no filme *Terminator 2 – Judgment Day* (James Cameron, 1991) ou os “transformers” do filme de Bay (2007, 2009). Embora Tezuka, na sua época, desconhecesse o facto, em *Mighty Atom*, o artista criou a base para as figuras que mudam de forma na *anime*. Schodt (2002) afirma:

“Although Tezuka could never have known it at the time, in *Atom* he also laid the groundwork for what may arguably be modern Japan’s greatest contribution to world fantasy – the interactive, drivable, transforming giant mecha-robots that have altered children’s play habits all over the world” (p. 245).

Na perspectiva de Polak (1973), o homem era “o único depositário e transformador da cultura” (p. 1, tradução nossa). O Futurologista acreditava que, “pela tecnologia [,] o *homo sapiens* podia transformar todas as coisas” (1973: p. 142). Mas não é no sentido generalista ou humanista que o conceito de transformação aparece na *anime*, como Susan Napier sustenta: “a ‘transformação e mudança’ que o *médium* destaca resistem a qualquer tentativa de



catalogação específica em termos culturais” (2001: p. 236, tradução nossa). Isto, porque o povo japonês passou literal e realmente por um processo de transformação. É por isso que o tema é caro aos criadores de *anime*, como Napier explica ter sido influente desde *Akira* até *Neon Genesis Evangelion* (2001: p. 165-166). Hornyak (2006) descreve que os famosos robôs de *Gundam* criados por Tomino como “Mobile Suits” (“Fatos Móveis”) eram futuristas mas convencionais, e que “(...) ‘Gundam’ não se pode transformar em configurações alternativas fisicamente impossíveis” (p. 63, tradução nossa). É esta procura das formas estáveis que leva, segundo Paul Wells, os espectadores a ver *anime*, assistindo a formas novas e “[sendo] convidado para um mundo fluído e desestabilizado” (cit. in Napier 2001: p. 36).

2.2.1 Civilizações Pós-Humanas

A era da pós-humanidade é uma temática recorrente na *anime*. Com a abordagem ao tema da civilização pós-humana, retratam-se épocas além do humano, ou os momentos em que deixam de existir condições para haver humanidade como a concebemos. Nas ficções sobre civilizações pós-humanas, é costume ver-se as máquinas substituírem a humanidade (*The Matrix*), ou a cuidar do que dela resta (*Wall-E* [Andrew Stanton, 2008]) verificando-se, contudo, a presença de entidades não-humanas ou de civilizações diferentes (*Battlestar Galactica* [Michael Rymer, 2003]). Quanto a cinema sobre a temática da pós-humanidade, podemos englobar várias obras que introduzem novas figuras, pois funcionam como retratos do mundo pós-humano. James Cameron, em *Avatar* (2009), apresenta os altos e azuis nativos tribais; os Na’vi; *Battlestar Galactica* (Michael Rymer, 2003) retrata o ataque dos robóticos Cylons a Caprica, uma cidade de humanos; e *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982) desvela no nevoeiro da metropolitana Los Angeles andróides que exigem mais tempo de vida. Viver na cidade de Joanesburgo em *District 9* (Neil Blomkamp, 2009) é, obviamente, viver uma situação de pós-humanidade. Favelas e “ghettos” infestados de extraterrestres numa zona militarizada, de quarentena, em África do Sul, é o retrato sarcástico do pós-humano criado por Blomkamp. Anteriormente, nos filmes de ficção científica de *Star Trek – First Contact* e *Star Wars I – The Phantom Menace*, as viagens inter-estelares proporcionariam o contacto com outras civilizações, dada a dimensão do cosmos. Noutras abordagens, a pós-humanidade aparece na nossa era e no nosso planeta. *Surrogates*

[*Substitutos*] (Jonathan Mostow, 2009) exhibe uma sociedade “mecatrônica” na qual os humanos se fazem representar no quotidiano por andróides substitutos, cujo desligamento total é a solução. E, em *Transformers*, Michael Bay (2007) mostra como os robôs alienígenas já se encontravam na Terra, disfarçados, congelados ou adormecidos.

A introdução que Sarah Connor faz em *Terminator 2 – Judgment Day* é representativa do mundo pós-humano, quando diz: “No dia 29 de Agosto de 1997, extinguiram-se três mil milhões de vidas humanas. Os que sobreviveram ao holocausto nuclear chamaram-lhe ‘O Dia do Juízo Final’. Vive-ram apenas para enfrentar um novo pesadelo: a guerra contra as Máquinas” (tradução nossa). Neste contexto, as máquinas são a causa do holocausto. O mesmo argumento é reencontrado em *The Matrix*. Segundo Morpheus, o mundo como o conhecemos não passa de uma cenografia digital. Depois do holocausto provocado pelo conflito entre robôs e humanos, os poucos humanos sobreviventes descobrem registos da civilização, retratos do mundo moderno e urbano do século XX, o modelo da civilização urbana (a cidade capital norte-americana). Com base nesses registos fílmicos e escritos, os sobreviventes criam em computador um mundo sintético para utilizarem em Rede como escape. O problema é que as máquinas sabem que os participantes acedem à “Matriz” conscientemente, recebendo sensações. Se morressem na “Matriz”, morreriam no Real. A narrativa complica-se logo que as máquinas de Inteligência Artificial descobrem poder aniquilar humanos ao enviar para a “Matriz” programas assassinos denominados “agentes”.

Faz parte da videografia de *anime* explorar o mundo pós-humano. Afinal, é desde que Tezuka criou a *manga* e a *anime* que se universalizou a figura pós-humana do menino-robô. Através do filme *Ghost in The Shell: Solid State Society* (2007), de Kenji Kamiyama, ficamos a conhecer uma realidade grotesca. De acordo com a história, a quantidade de pacientes dependentes de computadores e sistemas de apoio, em hospitais, atinge tal proporção que “hackers” tentam aceder a essa rede de consciências. Desconhecendo a realidade exterior, os pacientes dessa rede permanecem ligados a um servidor que os apoia à distância. Kamiyama termina a sua *anime* com uma sequência em que se explica que nessa “solid state society” (registada em digital) as consciências dos pacientes podem emergir como algo novo. Esta visão pós-humana é quase coincidente com o tema da ascensão das máquinas.

Definitivamente integrada na temática da pós-humanidade, *Future Boy*

Conan é a série de *anime* mais marcante, porque mostra o que acontece a toda a humanidade. Segundo a narrativa, a humanidade entra, em Julho de 2008, em vias de extinção devido ao holocausto. Ocorre uma guerra devastadora entre duas grandes nações com recurso a armamento que desencadeia terremotos e maremotos. Depois de um caos nocturno, a Terra desvia-se do seu eixo e os continentes imergem no único oceano final. Na tentativa de sobreviver ao apocalipse, os humanos descolam numa nave que acaba por se despenhar. Uma das naves escapa à destruição ao cair numa ilha não engolida pelo mar. Após a devastação, Conan é “o rapaz que vem do futuro”, no sentido em que sobrevive, representando a esperança para a humanidade. A história de Conan tem lugar no mundo em que a “avançada sociedade industrial” pereceu (LaMarre, 2009: p. 58).

A civilização pós-humana aparece na *anime* à guisa de sequência, enquanto continuação do que ficou adulterado. *Akira*, de Katsuhiro Otomo, começa precisamente com a marca da pós-humanidade: o local de bombardeamento nuclear. Esse é o motivo que origina a construção da nova cidade em seu redor, designada por Neo Tokyo (“nova Tóquio”). A justificação para que se foque directamente a civilização pós-humana aparece na *anime* de gigantes biomecânicos intitulada *Neon Genesis Evangelion*. Esta série é dedicada ao tema da civilização do porvir, realmente pós-humana. Ao misturar iconografia religiosa com os arquétipos do género, incluindo uma história de cariz épico, *Neon Genesis Evangelion* adquire relevância do facto de não apostar no heroísmo das máquinas. Acerca desta série de culto, Matthews afirma: “enquanto as unidades Evangelion são a única esperança da Terra, os sinistros e sombrios projectos por detrás da tecnologia são retratados como imorais. A tecnologia é um mal necessário (2003-2004: p. 11, tradução nossa). Ao contrário da narrativa-modelo da *anime* sobre robótica futurista, onde o robô é heróico, a tecnologia é, em *Neon Genesis Evangelion*, vista como a única arma; a esperança da humanidade reside nas salvadoras unidades “Evangelion”³. Os gigantes biomecânicos são vistos como uma tecnologia necessária; má, mas útil. Shinji é um jovem que assiste ao cataclismo anunciado como o “Segundo Impacto”. O desastre acontece dentro do círculo Polar Ártico e provoca um aumento do nível médio da água do mar. Duas décadas após este “Segundo Impacto”, o nosso planeta é invadido por um exército de gigantes alienígenas;

³Significa *gospel* em Grego e etimologicamente “Boa” [Ev] “Nova” [Angelon].

os Angels. A salvação da humanidade reside numa unidade de robôs experimentais, a Evangelion, normalmente pilotados por adolescentes telepatas. Shinji é a segunda criança a aderir ao projecto para pilotar o primeiro Evangelion operacional: o EVA Unit 01. Ao longo dos episódios desta série de *anime*, surge uma relação conflituosa entre Shinji e o robô Evangelion, porque a relação intuitiva entre o jovem piloto e a máquina é grande. Mais tarde, Shinji apercebe-se de que o seu robô não é tão diferente dos alienígenas Angels. A mensagem que fica é a de que Angels e Evangelions são tecnicamente similares, o que torna os robôs bons numa espécie de mal necessário, como metáfora para a tecnologia militar real.

Promove-se o tema da civilização pós-humana até mesmo nos videojogos em 2D. *Last Resort* (1992) é um desses jogos. Aos comandos de uma nave, o jogador tem de destruir todas as formas não-humanas de adversidades, sejam estas mecanizadas, ciborgues ou orgânicas. Este jogo de tiros horizontal parecia uma animação, sobretudo porque, no plano de fundo, mostrava os arranha-céus corporativos iguais aos da *anime* de *Akira*. A apoteose da animação tem lugar em *Escape From Cybercity* (1992), um videojogo que utilizava o sistema de filme interactivo, e no qual para fugir da vigilância dos seres alienígenas era preciso ser perseverante. Orientar o protagonista requeria astúcia para explorar as ruas labirínticas de um lugar distópico patrulhado por vigilantes aterrorizadores.

2.2.2 Distopia e Totalitarismo

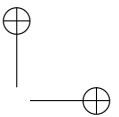
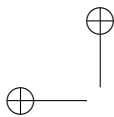
A *anime* é muito conhecida pelas suas personagens. Paisagens utópicas fazem tanto parte do grau de sucesso da *anime* quanto essas personagens *sui generis*. No entanto, para se abordar a temática padrão da distopia e do totalitarismo, convém esclarecer os termos. A “distopia” é o oposto da “utopia”, a qual, por sua vez, é algo que ainda não teve lugar, *topos*, “*atopia*”, (Boym, 2001: p. 149) e que, se não ocorreu, é portanto “utópico”. Neste contexto, a “distopia” é uma situação negativa que ainda não aconteceu, logo é “distópica”. Ambas as perspectivas sugerem um futuro, e que algo deve e/ou poderá ser muito idêntico ao que o utópico ou distópico descrevem. Um dos teóricos que estudou a questão do “futurologismo”, Fred Polak, refere: “a utopia mostra ao Homem como este está constantemente a demolir o seu mundo e como o poderá reconstruir” (1973: p. 142, tradução nossa). Ter noção do mundo

como algo que pode ser refeito é exactamente o que define a consciência utópica, sendo nesta parte que o tema do “totalitarismo” intercepta o da distopia, porque a figura totalitária julga que a imposição da sua perspectiva resultará em algo positivo, o que não se concretiza na realidade. A distopia decorre de uma reconstrução do futuro, onde a demolição do antigo é forçada e ilegítima. Descreve-se o futuro não desejado tornado real na distopia, o mau futuro realmente presente.

Na extensa videografia sobre a distopia e o totalitarismo, destacam-se algumas obras de cinema. Em *Battlestar Galactica* (Michael Rymer, 2003), da humanidade resta apenas um grupo de sobreviventes numa nave. Os bombardeamentos perpetrados pelos Cylons reduzem a população humana. Para os Cylons, só mortos os humanos serão bons. Noutra distopia, a distopia urbana de *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), o futuro promete ser desequilibrado. Não se sabe o que é real e o que é virtual, as memórias particulares são, afinal, corporativas, animais orgânicos são um luxo e os andróides recusam “morrer” cedo. *Blade Runner* expõe a distopia de megalópoles com problemas demográficos, energéticos e climáticos. No filme *Children of Men*, Alfonso Cuarón (2006) desvela as peripécias de um burocrata aborrecido que tenta proteger Kee, a única mulher grávida do mundo; trata-se de uma distopia genética. Mais violenta, a distopia ética de *Judge Dredd* (Danny Canon, 1995) centra-se na actividade de um polícia que é também carrasco num mundo sem ordem. Os robôs NS-5 de *I, Robot* (Alex Proyas, 2004) deixam de ser amigos dos idosos e impõem-lhes prisão domiciliária. Aquando da sua actualização, impõem um regime totalitário. Na distopia cibernética de *The Matrix* (Larry & Andy Wachowsky, 1999), o mundo só existe dentro do computador, enquanto imagem sintética. A ruína exterior contrasta com utopia interior. Com o propósito de se salvar as espécies naturais, em detrimento da humanidade que não interessa, no filme *Sky Captain And The World of Tomorrow* (Kerry Conran, 2004) o louco Totenkopf desfere invasões militares com robôs, provocando o pânico global. Mas esta não é a distopia militar mais complexa, porque na quadrilogia de *The Terminator* (1984-2009), a infantaria ciborgue gerida por Sky Net decide exterminar a raça humana num nano-segundo. Constatamos inclusive que a distopia ciborgue é muito associada à noite, ao apocalipse das trevas, como demonstra Cameron em *Terminator 2*, revelando no início do filme as máquinas em ascensão. Os humanos da distopia ciborgue de “terminator” sobrevivem em “bunkers”, tal como os de *THX: 1138* (George Lucas, 1971),

filme que descobre a distopia farmacológica; uma humanidade dependente de fármacos, que se religa com as entidades divinas através de imagens electrónicas. Aprisionados em espaços subterrâneos, os cidadãos desconhecem que o controlo é quase total. Spielberg, em *A.I.*, exhibe a distopia “mecatrónica”, o mundo de robôs preparados para amar humanos que, por sua vez, não estão preparados para aceitar robôs. Já no final de *A.I.*, depois de o mundo que conhecemos terminar, as máquinas seriam o último fóssil, o registo da humanidade, a única cópia deixada para trás; uma cópia total.

As várias distopias supra referidas têm correspondências no domínio da *anime*. De entre as várias vertentes de distopias apresentadas nas animações japonesas, as mais destacadas são as do género “mecha”, que implicam uma sociedade “mecatrónica”, como *Voices of a Distant Star [Hoshi No Koe]* (2002). Neste filme de Makoto Shinkai, a história é protagonizada por uma jovem que parte para o espaço a fim de combater alienígenas, deixando para trás o namorado na Terra, pois optou por ser mulher-piloto de testes em Marte. Quando a animação começa, a jovem piloto Mikako afirma que pensava que “o mundo existia até onde as ondas de comunicação de telemóvel chegassem” (Hiroki, 2007: p. 82 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Se não fosse possível comunicar via telemóvel, então é porque se estava já fora do mundo. O seu espanto aumenta quando, mesmo perto de Júpiter, consegue enviar mensagens SMS para o namorado que anseia pelo seu regresso há oito anos. A distopia aqui é a dos sentimentos, em que, paralelamente à Terra pacífica, existiriam locais inóspitos necessitando vigília constante. *The Transformers* (Nelson Shin, 1986) é uma história de distopia tecnológica. A vinda dos “transformers” bons (os “Autobots”) à Terra para defender os humanos dos “Decepticons” é algo que acontece para evitar a distopia; os robôs afectam a humanidade com a sua tecnologia bélica ultrapoderosa. A “All-Spark” é procurada pelos “transformers” por poder tornar de modo viral todas as criaturas em mecanismos violentos. Cybertron, o planeta de onde os “transformers” são oriundos, fora destruído pela tecnologia insustentável dos seus nativos. *Bubblegum Crisis: Tokyo 2040* (Hiroki Hayashi, 1998) retrata a distopia urbana, a cidade como local de crime. As protagonistas de *Bubblegum Crisis* tentam erradicar o crime das ruas de Tóquio, ainda que os marginais não sejam os mais violentos da *anime*. O gangue de motociclistas de *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988) é mais perigoso e louco do que os criminosos de *Bubblegum Crisis*. Além disso, *Akira* foca a desigualdade social; de um lado, arranha-céus e do outro,

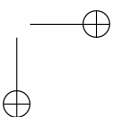
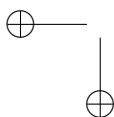


ruas; os marginais Vs. corporações; os jovens e os idosos. Noutras obras, a distopia acopla-se melhor ao totalitarismo, como no caso de *Appleseed* (Shinji Aramaki, 2004). Olympus, a espelhada e reluzente cidade povoada por sociedades humanas e “mecatrônicas”, é atacada por titânicos robôs manipulados por uma facção que pretende fazer um golpe de estado. Longe da Terra, em *Dead Space: Downfall* (Chuck Patton, 2008), a distopia espacial revela como aconteceram os homicídios em massa a bordo da nave mineira. Na origem do sinistro está a extracção do mineral “the marker”, que perverte a mente de quem dele se aproximar. *Final Fantasy: The Spirits Sitio* tem como narrativa central a difícil busca de espíritos especiais num universo ameaçado por translúcidos fantasmas. As imagens de distopia ecológica sublinham que a Terra é um ser vivo. Miyazaki explorou a distopia de modo diferente em *Future Boy Conan*: partiu do crepúsculo da guerra para a imagem de um arquipélago solarengo de ilhas verdejantes. O espectador só descobre que houve cataclismo porque existem indícios do passado (escombros, ferro-velho e utensílios) submersos. Contudo, as distopias que melhor retratam o infortúnio são *Ghost in The Shell: Solid State Society* (Kenji Kamiyama, 2007 e *Resident Evil: Degeneration* (Makoto Kamiya, 2008). Na primeira, a distopia sanitária tem como vítimas os pacientes que se encontram ligados ao servidor hospitalar, e na segunda, a distopia biotecnológica é sustentada pela Umbrella Corporation, a corporação que perde o controlo de um vírus, o qual deforma e transfigura as suas vítimas, depressa alastrando em proporções pandémicas.

2.2.3 A Catástrofe em Repetição

A primeira bomba atômica foi largada pelo bombardeiro norte-americano B-29 (“Enola Gay”) em Hiroshima, no Japão, às 08:15 da manhã do dia 6 de Agosto de 1945. Três dias depois, outra bomba cairia em Nagasaki. Desde esse momento, a imagem de uma destruição massiva tornou-se ainda mais presente na cultura popular. A cultura visual japonesa não se separou dessa imagem de um “big boom” e alimentou o fascínio em relação ao “evento apocalíptico”. Matthews (2003-2004) diz que esse tipo de evento pode ser visto em muita da *anime* de ficção científica ciberpunk:

“(...) from the nuclear blast in the opening sequence of ‘Akira’,
the massive alien attacks in ‘Neon Genesis Evangelion’, or the



apocalyptic, world-destroying war sequences in ‘Final Fantasy’. The medium of animation is perfectly suited to the apocalyptic genre, since it has no need for special effects or a large budget to effectively wow the audiences with scenes of mass destruction. Yet, ‘why’ are the Japanese so intrigued by this concept? Many believe the answer lies in the fact Japan is the only nation to witness an apocalyptic event between man and technology” (p. 8).

Repetir a catástrofe é uma das maiores características da *anime*. Para entender esta temática padrão, é útil o argumento de Sloterdijk (2002) de que “(...) as repetições entusiásticas são o grande veículo de inovação” (p. 59). De facto, não é por acaso que Otomo repete o silencioso desencadear da explosão nuclear em *Akira* (1988). Se concordarmos com o argumento de Sloterdijk, compreendemos como Otomo transforma a *anime* num veículo de inovação, explorando essa repetição de modo entusiástico. No entanto, Sloterdijk refere ainda existir um “ser-para-o-movimento” (2002: p. 64) e que “a Modernidade caracteriza-se como ‘mobilização propriamente’, isto é, como ser-para-a-auto-aniquilação” (*Idem, Ibidem*). É isto que Otomo mostra em *Akira*: personagens obcecadas com o movimento, comunidades dinâmicas, catástrofes em potência, figuras que existem para o cataclismo. Segundo Jean-Luc Nancy a subdivisão da História em múltiplas histórias finitas faz realçar a “historicidade enquanto performance” [1993: p. 114] (cit. in Malpas, 2005: p. 98), ou seja uma história para o movimento.

Mahiro Maeda *et al.* volta a mostrar a destruição exterior fora do universo da “Matriz” em *The Animatrix* (2003). Porém, nenhuma obra de *anime* é tão elucidativa, descritiva e exaustivamente pormenorizada quanto *Barefoot Gen*, de Masaru Mori (1983). Nesta obra, Mori exhibe a vida de uma família de camponeses entretidos com os seus afazeres no dia em que os derradeiros bombardeamentos têm lugar. Existe uma séria representação das explosões. Afinal, o realizador experienciou pessoalmente a catástrofe. Nesta *anime*, refaz-se a *manga* de Keiji Nakasawa, cuja história posiciona o jovem “Gen” a salvar-se da Hiroshima bombardeada. O que se verifica em *Barefoot Gen* é que “a repetição também pode ser inquietante”. Para Eugenio Trías (2005), a inquietação pode advir do facto de se tratar de uma “repetição que produz um efeito mágico e sobrenatural, acompanhado do sentimento de ‘déjà vu’” (p. 45). *Barefoot Gen* é a obra mais dedicada ao *déjà vu* da catástrofe e que

repete pormenorizadamente, em jeito de filme documentário, o que aconteceu no dia 6 de Agosto de 1945. A questão é que em grande parte da *anime*, sobretudo no subgénero de “mecha”, a catástrofe é invocada como enquadramento narrativo; é sempre o que aconteceu e também é o que pode vir a acontecer. Hironobu Sakaguchi, *et al.*, em *Final Fantasy: The Spirits Site* (2001), apresenta um universo onde os espíritos especiais são raros (“blue gaia”). Este filme em 3D é uma narrativa de “realidade fantástica” como os jogos da série *Final Fantasy*. A história tem lugar em 2065 e é protagonizada pela cientista Aki Ross, que sofre constantemente de um pesadelo, supostamente provocado pela necessidade de uma raça de alienígenas (os “red phantom”) em comunicar que o seu mundo-natal fora extinto (Monet, 2007: p. 194 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). *Steamboy* (Katsuhiro Otomo, 2004) compreende uma outra estratégia: em vez de explorar a catástrofe que aconteceu, concentra-se na catástrofe que poderia ter tido lugar, em género de “história alternativa” (Hamilton [1996: p. 209] in Malpas, 2005: p. 104). Quando, na era da máquina a vapor, surgem dispositivos robóticos estilo “mecha”, de aparência vitoriana, o Armagedão é activado pela natureza dessa tecnologia, o vapor, a bomba de pressão, a tecnologia pneumática.

Transposta para o universo dos videojogos, a narrativa de catástrofe conhece outros desígnios. Ficamos a saber que, no final do décimo capítulo de *Final Fantasy [X]* (2001), quando toda a gente se encontra reunida no coliseu, a heroína Yuna declara: “todos... todos perderam algo precioso. Todos perderam lares, sonhos e amigos” (tradução nossa). Sublinhar a forma como a “perda” é retratada e ritualizada na *anime* é algo que Napier (2001) já tinha levado a cabo. Acerca da forma como o Japão enfrentou a perda, a sua derrota na guerra, Ruth Benedict (2005) disse inclusive, sobre o pós-guerra: “o grito que irrompeu do Japão (...) foi ‘Is shin’ – revolver o passado, restaurar. Foi o oposto do revolucionário. Não foi, sequer, progressivo” (p. 74, tradução nossa). De facto, esse *Is shin*, esse “grito”, o recuar ao passado em nome da regeneração é o que encontramos na *anime*. Pelas imagens de uma catástrofe repetida comunica-se o que aconteceu. *Full Metal Panic* (Kôichi Chigura, 2005), *Neon Genesis Evangelion* (Hideaki Anno, 1995) e *Gunparade March: Operation One* (Katsushi Sakurabi *et al.* 2004) focam a detonação de engenhos como início do caos e como solução para terminar conflitos.

Compreende-se ser complicado apagar da mente colectiva dos japoneses o registo dos bombardeamentos em Hiroshima e Nagasaki. Trata-se, afinal,

de um evento ocorrido há pouco mais de meio século. Herdando bastante deste contexto histórico, a série *Future Boy Conan* revela a história de uma *civilização-máquina* que comprometeu o futuro da humanidade. Na tentativa de fugir aos efeitos do holocausto, os indivíduos, como afirmámos anteriormente, embarcam numa nave que acusa problemas técnicos, e que não consegue escapar à força gravitacional, despenhando-se na Terra destruída. “Conan” é o rapaz do futuro no âmbito em que o seu regresso à Terra é um regresso após o apocalipse, a destruição. Toda a história se desenrola numa ilha, a única área que escapou, inexplicavelmente, ilesa à devastação.

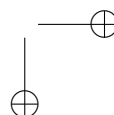
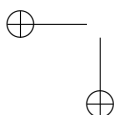
Posicionam-se a experiência e o passado como algo idêntico. Uma das características, para Kenneth Boulding, da condição humana é que “(...) enquanto todas as experiências pertencem ao passado, todas as decisões são sobre o futuro” (cit. in Polak, 1973: p. V, tradução nossa). Repetir a catástrofe é rever o passado, no caso da *anime* e dos jogos que a esse género pertencem. Responde-se ao futuro expondo máquinas a lidar com situações delicadas do ponto de vista humano ou material. As imagens da catástrofe consolidam uma *hipérbole gráfica* que se apresenta como um ponto de partida (“statement”) para o futuro. Sendo a catástrofe nuclear recente no Japão, as recordações somam-se às inúmeras demografias de seres imaginários de *anime*; o que permanece é precisamente a lógica sógnica da repetição, de um signo que se reconhece, que transporta a *catástrofe em repetição* e a *repetição catastrófica*. Como disse Barthes (1982) o signo é o que se repete. Sem repetição não existe signo, porque tem de haver “reconhecimento” (*op. cit.*). O tema padrão da catástrofe em repetição na *anime* fundamenta este género de animação. Reconhece-se o estilo *anime* pelos signos de destruição massiva. Ao conciliar o reconhecimento de signos e as imagens futuristas, o admirável mundo da *anime* conhece vários prolongamentos narrativos. Em todas as grandes narrativas de *anime*, a catástrofe é um tema indissociável da sofisticação das imagens, constituindo praticamente um reverso da mesma “grafia”, do mesmo estilo de gráficos; o que realmente fascina o público *otaku* é a repetição das imagens do cataclismo.

A catástrofe em repetição não desaparece tematicamente da *anime*, tendo-se já encontrado de forma latente na *manga* a preto-e-branco. Repetir a catástrofe é repetir para o futuro. Logo, as futurologias de ficção científica presentes nas fantásticas *anime* revelam algo novo. O que aparece agora, aparece após algo ter já desaparecido e, ao aparecer, aparece como novo. Novidade e



repetição estão, para o futuro, tal como o antigo e o conhecimento estão para o passado. Na obra *Repetition: An Essay in Experimental Psychology*, Søren Kierkegaard (1964) analisou o tema da “repetição” e defendeu que a liberdade mostra sempre um outro lado da repetição, como se existisse um novo campo de possibilidades sempre que algo se repete. O que a liberdade teme não é a repetição mas a mudança. Cada vez que algo se repete, ocorrem mudanças. No sentido deleuziano, “a repetição já tem em si a diferença” (Deleuze, 1989). Para Søren Kierkegaard, a repetição é estranha porque mostra a mudança com a diferença mas assegura a decepção. Sempre que algo se repete, a inquietação reaparece na medida em que algo criou uma decepção, uma desilusão.

A repetição só se manifesta na segunda vez quando o seu padrão já foi estabelecido na primeira, quando a unicidade não permitia ver obviamente o padrão, já que tem de haver pelo menos um par. A imagem da Guerra Fria e os bombardeamentos nucleares no Japão deixam um rasto, um resto, uma sequência de eventos que tem a sua própria mecânica. Deste modo, é pertinente falar de um acontecimento que motiva uma série de eventos e inovações através da repetição. Ao contemplarmos as imagens do holocausto na *anime*, temos a revelação pela repetição de ter havido um acontecimento original, a partir do qual tudo se propagou. Diz Søren Kierkegaard que a repetição é encontrada na mente do indivíduo, que é este quem a identifica. Quando se assimila a repetição, esta torna-se interior e a transfiguração é repetida. Neste contexto, o espectador da *anime* repara na repetição; na transfiguração patente nas imagens, interioriza a repetibilidade. O movimento é devir (“becoming”), sendo nesta mecânica que assenta a produção de imagens de *anime*, a repetição do Ano Zero como ponto de partida. Søren Kierkegaard refere: “(...) a ‘repetição’ é uma expressão decisiva do que a ‘recordação’ foi para os Gregos. Assim como estes pensavam que todo o conhecimento é recordação, também a filosofia moderna ensina que toda a vida é uma repetição” (1964: p. 33, tradução nossa). Posto isto, a repetição é uma forma de recordar, uma forma de registo; a vida é uma repetição porque assenta numa continuidade. O facto de as imagens da catástrofe não se dissociarem da *anime* significa que esta se torna passado rapidamente, pelo seu curto ciclo comercial, pelo seu regime de aparição-desaparição instituído pela lógica modal da novidade. As imagens de *anime* passam a “recollections” (recordações, memórias), em algo que é reflexo, registo e manifestação do passado. Repetir a imagem do rebentamento nuclear é tornar presente o cataclismo anterior, que se realça



mais ainda enquanto repetição pelo facto de tornar a imagem numa espécie de *devir-catástrofe*. Kierkegaard esclarece, neste sentido: “repetição e recordação são o mesmo movimento, mas em direcções opostas, pois o que é recordado já foi, sendo repetido para trás, enquanto a repetição propriamente dita é recordada para diante” (1964: p. 33, tradução nossa). Por esta via, a “recordação” da catástrofe em imagens é uma aferição do passado, que se efectiva no regime de repetição, pelo devir. A “recordação” é assim, na *Galáxia de Anime*, um método de actualizar o passado, de coleccionar os fragmentos da explosiva catástrofe retidos em narrativas de *anime*.

A repetição é nova (a imagem do videojogo, da *anime*), enquanto a “re-memoração” é antiga e sem uso instantâneo. É necessária juventude para desejar e “recordar” (aprender com a tradição), mas a repetição implica coragem (como para enfrentar um trauma colectivo). Na perspectiva de Kierkegaard, a vida é uma repetição. Por esta razão, “a repetição é a realidade, e é a seriedade da vida” (1964: p. 35, tradução nossa). No fundo, existe uma dialéctica da repetição, dado que o que é repetido “já foi”, pelo que, caso contrário, a repetição seria impossível. No entanto, é isso que fornece à repetição o carácter de novidade (1964: p. 52). Repetir na *anime* torna as imagens novidades.

Pode referir-se que a catástrofe, quando repetida, é uma forma de solicitar que a história seja refeita. Esta repetição deixa em estado prenhe a memorização que já passou o limite da catarse e da exorcização. O efeito é bizarro, já que todas as catástrofes se tornam imagem e, simultaneamente, repetíveis: quaisquer imagens catastróficas expõem-se em constante sinó-nímia. O significado é o mesmo de todas as imagens, porque se referem a uma imagem original; são meras novas versões. Os fragmentos da explosão moderna reconfiguram-se na implosiva natureza das *anime*, que é tipicamente pós-moderna. Zigmunt Bauman assume que a demolição é o território de proficiência da mente pós-moderna ([1992, p. ix] in Hans Bertens, 2005: p. 222). Com a imagem redundante da catástrofe, reforça-se o carácter obsessivo da repetição.

Se é possível uma análise do passado como lição, também será com certeza possível uma análise da repetição da imagem do passado como sendo pedagógica. Contudo, essa “pedagogização” da catástrofe pode ser, em si mesmo, um desastre, como afirma Peter Sloterdijk (2002):

“A ‘pedagogização’ da catástrofe acaba por fracassar também em

virtude de uma subversão estética. Como, na Modernidade, já não é propriamente possível atribuir um sentido metafísico ou moral aos grandes sinistros, já não se pode, sem mais, prover as imagens de catástrofes com legendas morais. Na medida em que a ‘legibilidade’ das catástrofes acaba, é posta a descoberto a sua visibilidade fenomenal, estética” (p. 78).

Explorar a catástrofe em imagens como instrumento pedagógico pode não ter sentido, porque as imagens podem ser uma subversão estética maior que a pedagogia subjacente, ou seja, o que se poderia aprender com as imagens dos grandes sinistros faz-se substituir pelo acto de mera contemplação estética dessas representações. No que diz respeito à *anime*, fica em realce a estética subversiva, o carácter repetitivo de um choque elevado várias vezes além da sua potência original. Retém-se a onda de choque, o clarão da explosão nuclear, mas não tudo o que aconteceu no Ano Zero de 1945, o mesmo ano que assinala um “após”, de “póstumo”, em Hiroshima, Nagasaki e Auschwitz. Mori, em *Barefoot Gen*, retrata na sua perspectiva tudo o que aconteceu aquando dos bombardeamentos, tentando ultrapassar o efeito estético da *anime* com explosões. A catástrofe repetida faz alusão ao grande sinistro. Fica apenas o ímpeto da auto-superação, uma relação problemática e também pragmática da catástrofe. Sloterdijk (2002) afirma que “o catastrófico tornou-se uma categoria. (...) a catástrofe carece menos de ser anunciada do que de ser registada” (p. 72). Séries de *anime* como *Neon Genesis Evangelion* [*Shin Seiki Evangerion*], de Hideaki Anno (do estúdio Gainax), acorrem à imagem nuclear como um momento em branco do qual decorre a história actual. Em *Evangelion*, explora-se a categoria da catástrofe; no ano 2015, após um cataclismo erradicar metade da humanidade e elevar a escassez de recursos, a nova cidade de Tokyo 3 é atacada por gigantescos biomecânicos apelidados, os Angels, e o jovem Shinji tenta responder como alternativa pela humanidade (Poitras, 2001: p. 57) com o veículo Eva Unit 01. Ler as entrelinhas de *Evangelion* é ler o apocalipse em plena reinscrição, a redundância da catástrofe “pedagogizada”, cuja mensagem é: “na juventude reside a esperança de combater a fatalidade final”.

2.2.4 Metatopias

Entre todos os temas que aparecem com mais frequência na *anime*, a “metatopia” surge como um dos mais positivos. O conceito é definido por Umberto Eco (1989) na obra *Sobre os Espelhos e Outros Ensaios*. Mas antes de se explicar o que significa a “metatopia” é conveniente falar da “utopia”. Em Grego, o termo *topos* quer dizer “lugar” e discurso (Boym, 2001: p. 77), e a “utopia” implica o tal “novo lugar”, que não existe. O futuro ainda não existe, logo não tem lugar. Contudo, a utopia não se reporta directamente ao “futuro”, apesar de considerar algo que só será utópico por reunir condições inexistentes no *hic et nunc*, o “aqui e agora” (Boym, 2001: p. 22). As novas concepções de “lugar” e de “futuro” referem-se à utopia no âmbito em que, segundo Eco (1989), se “pode imaginar [que] o mundo possível narrado seja paralelo ao nosso, [que] exista nalgum lugar embora normalmente não tenhamos acesso a ele” (p. 202). Em suma, a “utopia” é algo projectivo, construindo uma figuração da sociedade e do mundo ideal longe do nosso real topológico.

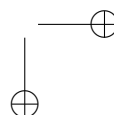
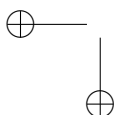
Na perspectiva de Polak (1973), “a utopia (...) possui um singular aspecto sintético que combina o cívico, o político, o sócio-económico, o humanitário, o cultural e o religioso. Faculta um plano total para a regeneração do Homem” (p. 174, tradução nossa). É precisamente este papel de “sintetização” da utopia que, para Polak, propõe um amplo plano de regeneração. O autor destaca ainda três áreas nas quais a utopia exerce influência no rumo da história: “(...) protecção para o futuro, força motriz e causadora do progresso social” (p. 179, tradução nossa). A partir destes argumentos, já se podem definir as “metatopias”, pois estas funcionam além do seu alcance topológico (espaço) e cronológico (tempo), continuando o aspecto sintético característico da utopia. Funcionam como imagem inspiradora do futuro (para o presente) e apelam à implementação de mudanças – ao progresso. Segundo Boym “é uma marca das novas utopias o facto de serem nem políticas nem artísticas, mas antes de mais tecnológicas ou económicas” (2001: p. 346), como acontece no Japão.

Nas obras de *anime* e nos videojogos de *anime* testados, verificou-se que a metatopia consiste num romance de antecipação. As narrativas incidem sobre um futuro aproximado do presente em vez de incidirem sobre um futuro longínquo. Em relação à “metatopia”, Eco afirma: “finalmente, o mundo possível representa uma fase futura do mundo real presente” (1989: p. 202). Baseia-se



neste argumento a definição da metatopia por “meta” “topos”, um lugar além do espaço e do tempo, uma extensão do presente até ao futuro. Concluímos que a “metatopia” decorre de uma preocupação de quem anseia pelo futuro, pela mudança. Segundo Polak, a vida não tem de ser tal como é, porque “o homem pode aperfeiçoar-se e recriar-se com base em qualquer imagem que escolher” (1973: p. 2, tradução nossa). O carácter de projecção utópica é acelerado na “metatopia” e antecipa a imagem do futuro, forçando-se o reflexo do presente no futuro. Justifica-se o futuro na actualidade. Alicerçadas na imagem de um futuro potencial, as fantasias do presente mudam, adaptam-se à versão vigente da imagem do futuro. A “metatopia” evidencia a imagem de um futuro idealizado em detrimento da imagem de um passado realizado. Polak defende esta duplicidade da imagem do futuro, sem que os argumentos de Eco sobre a “metatopia” sejam contrariados, pois o duplo processo do futuro é que este ocorre como se planeou e prepara-se para acontecer conforme desejarmos.

Sloteridjk (2002) apresenta uma teoria muito relevante para que se compreenda o tema das “metatopias”, falando em “utopia cinética” no seguinte excerto: “o projecto da Modernidade funda-se, por conseguinte (...) numa ‘utopia cinética’: todo o movimento do mundo deve passar a ser realização do plano que nós temos dele” (p. 24). Ou seja, a modernidade é como um segundo lado da “utopia cinética”, do novo lugar do movimento, do novo território da aceleração que deve ser realizado. Ser moderno é, então, ser móvel, cinético e utópico; é ser capaz de se realizar no real o que estava no plano. Por outras palavras, ser moderno é planejar o futuro. Ora a “metatopia” é típica da contemporaneidade, apresentando planos para o futuro. Não se trata tão-só de uma utopia tecnológica mas de uma “metatopia”, porque as imagens de *anime* mostram o que é possível fabricar-se no Japão (à excepção da Física impossível dos robôs “transformers”) e que futuro os nipónicos idealizam. O Japão continua a anunciar, na sua videografia de máquinas, a visão de um futuro que está a assemelhar-se à actualidade – um prolongamento. De um ponto de vista, digamos, “metatópico”, a tecnologia deixou de ser neutra, fazendo parte de si mostrar-nos o futuro. Logo, a “metatopia” pode ser vista como o modo como se promove o futuro, o futuro em compromisso com o presente; acarreta consigo uma outra determinação [*ganbari*] histórica (Sugimoto, 2003: p. 282), desvela a coordenação social e técnica. Tendo por base imagens globais, as animações japonesas apelam a um conceito de civilização comum, expondo um



futuro parecido com o de *Blade Runner*. Não podemos esquecer que Svetlana Boym já havia dito que “as fantasias do passado determinadas pelas necessidades do presente têm um impacto directo nas realidades do futuro” (2001: p. xvi), dado que “nostalgia” e “futuro” encontram-se interligados.

2.2.5 O Futuro é Blade-Runnerizado

Começamos por sublinhar que um futuro “blade-runnerizado” se representa com imagens de todos os temas padrão da *anime* até aqui analisados. Entre os céus coloridos e fluorescentes dos universos da “metatopia” e os nevoeiros industriais dos mundos distópicos temos a imagem de um futuro “blade-runnerizado”. “O futuro aparece saturado de elementos japoneses, uma percepção Ocidental destilada na imagem imensamente influente de Los Angeles idêntica a Tóquio em *Blade Runner*” (Bolton *et al.*, 2007: p. ix in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). A expressão original foi utilizada por William Gibson em *Pattern Recognition* (2003), no excerto em que é criticada a destruição do meio-ambiente por parte da indústria: “agora foi Blade-Runnerizado por meio século de uso e poluição” (p. 146, tradução nossa). Na sequência em que Gibson usa a expressão “blade-runnerizado”, a intervenção negativa do homem no meio-ambiente, invoca as imagens do filme de Scott (1982), como é evidente. A influência de *Blade Runner* na *anime* é grande. Faz parte das grandes temáticas que o futuro seja “blade-runnerizado”, porque o presente em devir na *anime* é um mundo de máquinas, imagens arrojadas, computação omnipresente e tecnologias indiscerníveis daquilo que copiam. Entidades cibernéticas perversas e fortalezas que parecem aeronaves, edifícios gigantes com reclusos luminosos e robôs pilotados são coisas que encontramos com frequência nos futuros “blade-runnerizados”. Este argumento é subscrito por Bolton *et al.* (2007: p. ix), que acredita que o filme de Scott antecipou os romances ciberpunk de William Gibson (*Neuromancer* [1984] e *Idoru* [1996]), “tomando a paisagem de sonho adrenalizada do Japão como modelo para o futuro” (in Bolton *et al.* [Ed.], 2007).

Nas revoltas de máquinas e nas guerras entre humanos e andróides, nota-se que as narrativas têm lugar numa “cidade do limite” (expressão de Trías, 2005: p. 19), espaços urbanos no limiar da sustentabilidade. As personagens tensas integram o mundo sem horizonte delineado da “blade-runnerização”, o

mundo que dispõe do melhor das “metatopias” (o amigo robótico) e do pior das distopias (a ascensão das máquinas).

É muito provavelmente um mundo pós-humano aquilo que a “blade-runnerização” nos reserva, já que a realidade também sofre intervenção das máquinas. Uma catástrofe ocorreu ou foi acontecendo gradualmente e desfigurou o meio-ambiente para que andróides, naves, estações orbitais e outro tipo de constructos pudessem partilhar o mesmo espaço-limite. Noutro texto anterior, *My Own Private Tokyo*, William Gibson (2001) descreve um momento seu de quando jantou tarde ao balcão de um quiosque de massa japonesa (“noodles”) de rua, em Shinjuku, o que para o autor é definido como: “o chá-vão clássico das ruas de Tóquio como melhores-do-que-o-*Blade Runner*” (p. 1, §3, tradução nossa). Este é um dos excertos que faz alusão ao mundo “blade-runnerizado”, como se *Blade Runner* pudesse ser traduzido nas imagens das ruas chuvosas e apinhadas de gente de Tóquio; um tipo de cenografia. A “blade-runnerização” compreende um tipo de arquitectura colossal e reluzente, máquinas inteligentes, veículos inovadores e novos meios de comunicação. O imaginário em questão aparece mesmo na *manga* de Masamune Shirow (1995) em *Ghost in The Shell*. Shirow começa o seu romance gráfico afirmando: “it is the near future. The world has become highly information intensive, with a vast corporate network covering the planet, electrons and light pulsing through it. But the nation-state and ethnic groups still survive” (p. 5). Todavia, Shirow prossegue a descrição da sua versão do mundo “blade-runnerizado” ao dizer que, no extremo da Ásia, existe um estranho conglomerado corporativo estatal chamado “Japão” (p. 5). Na temática padrão da “blade-runnerização”, o enfoque principal não é o futuro, mas sim o presente. Todas as proezas são realizadas no presente, as boas e as más. Polak, em 1973, utilizou a expressão “desfuturização”⁴. Para si, o “futuro des-futurizado”⁵ (in *Idem*: p. 194) era preocupante, dado que “desfuturizar” representaria uma retirada do pensamento construtivo acerca do futuro, de modo a que o indivíduo se embrenhasse nas “trincheiras” do presente (Polak, 1973: p. 195). A “blade-runnerização” é assim um tema sobre uma realidade em que tudo o que havia para pensar sobre o futuro já foi pensado. Recai sobre o presente uma preocupação maior, o realismo quotidiano concentra todas as atenções uma vez

⁴“Defuturizing”, no original (N. do T.).

⁵“Future defuturized”, no original (N. do T.).

que a tecnologia consegue realizar tudo. Dentro de um mundo sem futuro, ou “abstraido do futuro” (Polak), que poderá assemelhar-se a uma mera cenografia (Gibson) do presente, ficam os sintomas de uma “blade-runnerização”; o cenário metropolitano é um território para máquinas, constructos que também acreditam não ter futuro.

São inúmeras as obras de cinema que atribuem consistência visual ao mundo “blade-runnerizado”. *I, Robot* apresenta a distribuição de robôs em larga escala por toda sociedade, enquanto *Total Recall* (Paul Verhoeven, 1990) ilustra esse futuro distópico, onde as máquinas ultrapassam os humanos, e o virtual a realidade. Uma das representações mais efusivas pertence a George Lucas, que em *Star Wars II: Attack of The Clones* presenteia a audiência com uma cidade mais “blade-runnerizada” que a do próprio *Blade Runner* (a excessiva iconografia impõe-se assim na *anime*) durante uma das perseguições que envolvem Obi-Wan-Kenobi e Anakin Skywalker (o futuro Darth Vader) pelos céus de uma megalópole que é uma versão ampliada da Los Angeles de *Blade Runner*. Maior, repleta de naves a cruzar os céus em rotas predefinidas por entre os arranha-céus, a cidade parece ter extinguido o meio-ambiente natural circundante. Outra indistinção partilhada pela “blade-runnerização” prende-se com o binómio dia-noite. Não se compreende quando é dia ou noite. À excepção da diurna Delta City planeada em *Robocop* (Paul Verhoeven, 1987) pela corporação OCP (Omni Consumer Products), as restantes obras de cinema sobre o futuro “blade-runnerizado” elegem a noite como o momento supremo da megalópole. Em *Aeon Flux* (Karyn Kusama, 2005) o mesmo acontece: a cidade sofisticada encontra-se cercada por floresta selvagem e predadora. Steven Spielberg, em *A.I.* (2001), mostra um lugar hiper-iluminado onde os andróides se encontram, lutam e estabelecem relações comerciais, a “Flesh Fair”. Longe deste local, o realizador desvela o local onde o homem conheceu o seu infortúnio, o lugar dos arranha-céus submersos em água proveniente dos pólos derretidos. Por exemplo, os habitantes de Caprica, em *Battlestar Galactica* (Michael Rymer, 2003), enfrentam o extermínio e *Minority Report* (Steven Spielberg, 2003) apresenta cidades controladas onde os criminosos são detidos mesmo antes de matar as suas futuras vítimas.

Em animações japonesas como *Appleseed* (2004), *Ghost in The Shell 2: Innocence* (Mamoru Oshii, 2004), *Robotech: The Macross Saga* (2006) e *Cyber City Oedo 808 Vol1-3* (1999) existe esse cenário super-urbano, de extrema metropolização. Na perspectiva que Marshall McLuhan emprega em *Unders-*

tanding Media: The Extensions of Man (1994), a própria cidade é entendida, desde a industrialização, como uma imensa fábrica, uma mega-máquina de fluxos urbanos. O que se verifica nas ficções ciberpunk de William Gibson, em especial as de *Neuromancer* (1995) e *Idoru* (1998) é esse retrato de um mundo “blade-runnerizado”. A primeira tentativa de expor a cidade “blade-runnerizada” em *anime* foi em *Metropolis* (2001), o “remake” que Rintaro fez sobre o filme homónimo de Fritz Lang (1927), cuja mensagem consistia em sublinhar que entre a humanidade enclausurada no subsolo e as elites entendidas do topo deveria haver consenso. Por outros termos, a mensagem da obra de Rintaro continua a ser a mesma de Fritz Lang: o primitivo coabita com o moderno. Em *Metropolis*, Rintaro opta por fazer um retrato expressionista da Tóquio actual.

Abordagens mais clássicas na *Galáxia de Anime*, também feitas por Rintaro, trabalham a “blade-runnerização” de outro modo, como sucede em *Galaxy Express 999* [*Ginga Tetsudo*] – filme (1982) e série de *anime* (1982b) – em que Rintaro destaca Tetsuro na afronta que o pequeno herói faz ao “Machine Empire” e ao Count Mecha. Tetsuro fica pasmado quando vê a Megalopolis pela primeira vez, antes de entrar a bordo do Expresso Galáctico 999 rumo a outros planetas (Poitras, 2001: p. 36). Juntamente com as obras de Rintaro, ainda na mesma década, a “blade-runnerização” aparece em *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988). Pouco depois do início da animação, Tetsuo cruza as avenidas dos colossais arranha-céus lilazes de Neo-Tokyo com a sua moto avermelhada. Shinji Aramaki esculpe a espelhada e luminosa paisagem urbana de Olympus em *Appleseed* (2004); na obra *Applesed: Ex Machina*, Aramaki (2007) sugere que “desfaturizar” o futuro é fazer tudo hoje; e que cidades sustentáveis são cidades geridas e patrulhadas por máquinas. Na Metro City de *Astro Boy* (David Bowers, 2009), a cidade “blade-runnerizada” funciona como um condomínio fechado, por baixo da qual um mundo ferrugento se desenvolve.

Mais próximas da Los Angeles de *Blade Runner*, as cidades de *Bubblegum Crisis Collection Vol.3* (Takayami Fumihiko, *et al.*, 1987), [segundo Poitras (2001: p. 36)], *Cowboy Bebop* (Shinichiro Watanabe, 2001), *Cyber City Oedo 808 Vol.1-3* (1999), *Noir, Vol.1* (Kouichi Mashimo, 2003) e *Sin – The Movie* (Yasunori Urata, 1999) têm um elemento comum: o crime. Nos pólos urbanos “blade-runnerizados”, o crime faz parte da mecânica da cidade, pois alimenta o jogo de predação. Aliás, metade dos videojogos de *anime* acerca da “blade-

runnerização” dispõe de uma intriga policial, a qual parte do crime e coloca o jogador no papel de detective que se atreve a entrar na megalópole, ou na de quem simplesmente tem de fugir de cidades inumanas. Vejamos: Tetsuro, em *Escape From Cybercity* (1992), tem de escapar à cidade patrulhada por polícias robôs. Na versão de videogame de *Blade Runner* (1997) há uma personagem *anime* (Lucy), com a qual Ray McCoy – o jovem detective – foge no final do jogo. *Shenmue 1-2* (2000-2001) começa com um homicídio que leva Ryu Hazuki até Hong-Kong para o desvendar. Partindo igualmente de um cenário “blade-runnerizado” e de uma narrativa policial, *Yakuza 4* (2009) permite-nos jogar com Kiryu e enfrentar grupos de máfia japonesa, conhecidos por actos anti-sociais (Sugimoto, 2003: p. 265), perspectivando ascensão e poder para um criminoso nas ruas cheias de néons promocionais das cidades japonesas de Tóquio e Okinawa. *Ghost In The Shell* (1997) usa um estilo mais *anime* e requer que se comande um robô artópode para combater o crime; a sua vantagem reside na deslocação sobre todo o tipo de superfícies e direcções.

Na outra metade de videogames de *anime* sobre a “blade-runnerização”, a série *Final Fantasy VII-XIII* (1997-2010) é exemplar nas cidades e populações que apresenta fantasiadamente. É comum o tema padrão da “blade-runnerização” figurar em videogames de “realidade fantástica”. Outros jogos (também “RPGs”), como *Rogue Galaxy* (2007), apresentam cidades muito singulares, metrópoles de estilo Maya ou Azteca marcadas pelo modo como os veleiros flutuantes atracam no alto das torres. Em suma, o tema da “blade-runnerização” é típico da *anime*; começa no cinema e transpõe as barreiras de género até ao videogame. As influências do estilo *anime* encontram-se demonstradas nos brilhantes e colossais edifícios corporativos, iguais aos de *Akira* (1988), que surgem na linha de horizonte em *Last Resort* (1992), um videogame em que o jogador dirige uma aeronave pelos céus da distopia das máquinas. E neste futuro, o que existe está “blade-runnerizado”, o que significa que há uma ruína do passado, o que resta de outros tempos. Acredita Svetlana Boym que “a ruína nos lembra o passado, mas também o futuro, o que será do nosso presente tornado história” (2001: p. 79).

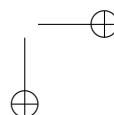


Capítulo 3

O CONTEXTO HISTÓRICO

A sofisticação da *anime* deve muito as idiossincracias do Japão. Urge igualmente dizer que o Japão não é exclusivamente moderno, já que “o modernismo é agora, mais do que nunca, a condição de todas as culturas do mundo”, como alegam Morley & Robins (2004: p. 171, tradução nossa), regra que não se furta à cultura gráfica de *anime*. Por ser uma cultura japonesa, propõe inovar. Com a *anime*, colmata-se a disfuncionalidade das grandes narrativas. Quando Lyotard (1979) fala na “Condição Pós-moderna”, é disto que se trata, de como ser possível haver narrativas que suplantem a função de uma “grand narrative” (Hiroki, 2007) já ultrapassada, onde as novidades esmagam com o seu formato cinético as narrativas maiores de outras épocas. Começa a mudança global entre 1970 e 1995 (Mizuno, 2007b: p. 179 in Lunning [Ed.], 2007).

Na *anime*, o passado, o presente e o futuro são elementos de grande importância, tendo cada dimensão temporal motivos que inspiram os criadores de *anime*. A figura pré-moderna do *samurai*, do lutador e do *ninja*, por exemplo, têm lugar cativo nas temáticas mais comuns da *anime*. *Tekken 6* (2009) é um dos videojogos que elegem os lutadores, enquanto *Shinobi* (2002) e *Tenchu: Shadow Assassins* (2009) destacam o *ninja*. Muitas são as obras que salientam as personagens do Japão antigo. Na pré-modernidade nipónica, o objecto de destaque maior é o autómato *karakuri*, o qual, tendo como função servir chá aos senhores feudais, constituía um símbolo de estatuto (Singer, 2009: p. 45). Devido ao animismo asiático, acreditava-se que os *karakuri* possuíam



um fantasma no seu invólucro. *Shinto* é o nome da religião do animismo e é a que tem no Japão mais crentes. Se integrarmos os *karakuri* na visão animista, compreendemos por que se acredita que possam ter vida própria.

Quando o Japão foi revolucionado pela Reforma *Meiji*, abriu-se campo a um moderno campo de possibilidades. O projecto da modernidade não se separou dos autómatos, pelo que o futuro do Japão ainda se lhes associa. Num país em que a população é devota de *Shinto*, há sempre a esperança de os robôs se tornarem conscientes.

Modernizar o Japão acarretou um violento processo de adaptação às formas de fazer e pensar as coisas dos Ocidentais, para o qual o Japão estava preparado após algum tempo de reclusão. Fascinado por fardas, regras e teatralidade, o Japão ergueu-se das cinzas da Segunda Guerra Mundial para se tornar a maior potência na área da electrónica, da robótica e da computação. O entretenimento, nomeadamente o de cariz popular, sofreu alterações com a revolução tecnológica que teve lugar no pós-guerra. Enquanto a Guerra Fria ocupou a atenção do mundo, as novas tendências e inovações técnicas foram vistas de modo intimidante por terem de levar o indivíduo à evolução constante. Toffler apelidou o fenómeno de “Future Shock” (1970), um fenómeno herdeiro da luta pela supremacia tecnológica entre as maiores potências que advinha das duas grandes guerras (Singer, 2009: p. 89). Já no final da década de 70, o Ocidente deparou-se com a potência por excelência da tecnologia, desta feita no Oriente: o Japão. É típico da contemporaneidade tentar ultrapassar-se barreiras anteriormente estabelecidas. A própria historiografia, o registo das acções e feitos humanos atingiu, para Fukuyama (2002), um fim. Para este autor, vive-se uma época de “pós-história”, pois a história já cumpriu os seus desígnios. Jean Baudrillard (1984) acusa também a fase de pós-modernidade de estar associada à “pós-história” (in Hans Bertens, 2005: p. 149). Nesta era, assiste-se também a um acontecimento desencadeado pelo Japão moderno de hoje, um “Renascimento Asiático” (Sloterdijk, 2002). Países como a República Popular da China, Coreia, Singapura, Malásia, Macau, Hong-Kong e Taipei seguem o feroz ritmo de industrialização do Japão. Renascida das cinzas, a sociedade japonesa inicia um renascimento industrial no seu território. Tem-se, por efeito, uma propagação da cultura japonesa, um fenómeno intitulado “japonização” (Kojève cit. in Agamben, 2004; Morley & Robins, 2004). Pelos filmes de *anime* e pelos videojogos, tal como anteriormente pela *manga*, o Japão promove-se internacionalmente.

3.1 PRÉ-MODERNIDADE

3.1.1 Karakuri – Os Autómatos Antigos

Além das referências aos objectos em si, em ensaios, os *karakuri* são mencionados especialmente em duas obras, uma *anime* e um videogame. Surgem, em primeiro lugar, em *Ghost in The Shell: Innocence* (2004), por Mamoru Oshii, e, em segundo, como personagens do videogame *Tokobot* (2005), um jogo da Tecmo acerca de *karakuri*'s futuristas feitos na era da máquina a vapor. Bolt, um aventureiro descobre-os e utiliza-os para manusear grandes mecanismos. À parte destas referências lúdicas, examina-se a história dos *karakuri* em obras de reflexão teórica. Com o propósito de entendermos essa figura pré-moderna, é preciso reter o que Polak nos diz em *The Image of The Future* (1973): “na sua origem as imagens do futuro são sempre aristocráticas” (p. 13). Luyten (1991), Schodt (2002) e Hornyak (2006) descrevem a pré-modernidade no Japão, a época em que só os aristocratas dispunham de autómatos, os quais sempre foram sinal de estatuto, o capricho de alguns senhores feudais. Encontramos no *karakuri* um registo tecnológico, o que de mais sofisticado se fez no Japão antigo. Deve dizer-se que o *karakuri* parece mais evoluído do que na verdade era. Brown (p. 231 in Lunning [Ed.], 2008), aliás, considera que o *karakuri* é animado, e não automatizado, sendo este tipo de particularidade que o torna estranho ao ponto de o autor descrever a sua animação como “inquietante” (p. 232 in Lunning [Ed.], 2008). Não nos podemos também furtar ao facto de os *karakuri* terem sido os primeiros andróides mecânicos de madeira, os pioneiros do mecanicismo no tempo do regime *shogun*. Na nossa época, pode parecer estranho a paixão que o público de *anime* nutre pelo género “mecha”. Porém, o público das castas altas do Japão – porque o Japão é uma sociedade de castas (Benedict, 2005) – investia numa *cultura-máquina*. Sem a pré-robótica dos *karakuri*, os andróides de hoje não protagonizariam histórias de filmes ou jogos de *anime*. Na tecnocultura actual da *anime*, a devoção existe, não face a esses primitivos autómatos, mas relativamente a novas mascotes mecanicistas que deixaram de constituir objectos de luxo de minorias privilegiadas.

Os autómatos antigos *karakuri* não só representavam uma pré-história da robótica, como representavam ainda o conceito de “máquina social” (Hornyak, 2006: p. 21), modelo que a robótica real tem adoptado mais recentemente

(em objectos de consumo como o cão-robô Sony AIBO). Os *karakuri* foram as primeiras máquinas sociais. Já no período *Edo* (1600-1867), os autómatos, de construção similar à de um relógio, provocavam delírios nos populares por se revelarem tão maravilhosos. Essa necessidade de maravilhoso, notável nas actuais obras de *anime*, reflecte-se como um *élan* visual na estética *anime*. Alguns dos *karakuri* mais comuns [*zashiki karakuri*] durante o período *Edo* eram basicamente autómatos de quarto, bonecos que serviam chá, aguardavam que as chávenas lhes fossem devolvidas antes de regressarem à posição inicial. Era costume que os robôs de *kimono* servissem bebidas e fizessem a vénia em jeito de cumprimento. Matthews (2003-2004) explica um pouco mais o contexto histórico destes autómatos como ícones do Japão:

“Shortly after the ‘karakuri’ was created, Japan fell into its isolationist era, banning all foreign influence and contact, except a small amount of Dutch trading in Dejima. Despite this, the ‘karakuri’ tradition continued. Furthermore, spurred on by developments imported from Western clock manufacturing, the dolls became increasingly complex and performed an ever broader range of tasks and amusements. These advancements eventually froze since the Japanese quest for knowledge seemed driven by the arts. This was in stark contrast to the West, where the development of the automaton was intrinsically related to scientific advancement” (p. 4).

Posto isto, o contexto histórico em que o autómato *karakuri* surge é de extrema importância, porque o seu aparecimento coincide com o período de protecção do Japão face ao Ocidente, o mesmo período em que os mercados ameaçaram a lógica estanque dos feudos com as suas rotas de comércio próspero e inconveniente para os *shogun’s* (Benedict, 2005). Quando o Japão abre de novo as fronteiras ao mundo, receptivo à industrialização agressiva, a herança cultural do *karakuri*, que permaneceu intacta, absorve o discurso técnico da ciência à sua maneira porque esteve mais associado a uma forma de artesanato, uma arte popular (Hornyak, 2006). O que o autómato absorveu, em termos de mecanicismo Ocidental da construção de relógios, fez de si um artefacto cada vez mais complexo, como sustenta Matthews. Contrariamente ao Ocidente, em que o autómato sempre foi dominado pela ciência, esse ponto

de mudança só se realiza depois da Reforma *Meiji*, com a abertura do Japão à modernização.

O tipo de dramatismo e de teatralidade que se verifica no comportamento dos robôs de *anime* é um facto. Mas, além disso, os autómatos antigos revelam uma relação de empatia com o teatro japonês. Existia já no teatro de marionetas uma forte componente robótica, no sentido em que o fantoche perfeito não deveria denunciar o seu manipulador. Nalgumas peças do teatro de marionetas *Kage-e* do século XVII só se viam sombras, embora noutros tipos de teatro, como o Teatro *Joruri* (Brown: p. 223 in Lunning [Ed.], 2008), agora apelidado de *Bunraku* (Levi, 1996: p. 160; Sugimoto, 2003: p. 244), que fora mais popular que o *Kabuki*, os fantoches não eram aparentemente muito diferentes dos autómatos *karakuri*. No caso concreto do teatro *Joruri*, as bonecas tinham olhos que se moviam e dedos articulados, atingindo cerca de 1,2 metros, pelo que exigiam três pessoas para as manipularem. As suas dimensões eram consideráveis para o público espectador e para quem os manipulava. Outro ponto de interrelação, que liga marionetas e personagens de *anime* consiste no facto de, tal como no Teatro *Kabuki*, as personagens falarem em monólogo usualmente expressando-se também através do corpo, o que se tornou convenção nas personagens femininas.

Mesmo no tempo dos *karakuri*, Nagoya era já o coração industrial do Japão. Perto dessa cidade, os populares praticam o ritual antigo de puxar um “templo móvel” a partir do qual se erguem marionetas. A cerimónia anual intitula-se *Kamezaki Shiohi Festival* e serve para se exporem marionetas tradicionais, revelando-se toda a narrativa nas roupas, na forma como são manipuladas e na estética do templo. Os ornamentos associam-se a toda a estética narrativa, privilegiando o exagero do festejo. O templo móvel é uma forma de transportar a maquinaria de ficção até às populações, como se existisse um mundo retido dentro do cenário. Na prática, o templo é apenas um “carro” ornamentado que percorre um trajecto. As suas marionetas movem-se em acção dramática [*Funa Benkei*], de acordo com o estilo do teatro *Noh*, o qual é definido por movimentos rápidos, enredos sobrenaturais e sons estranhos (Levi, 1996: p. 161). Pode afirmar-se que este tipo de carro alegórico se revelava como um santuário dotado de mobilidade.

Pensar o *karakuri* neste contexto histórico é pensar como o Japão sempre teve apetência para a modernidade, para a transfiguração. No jogo de máscaras teatral e no teatro de marionetas, permanece uma mudança de forma

que se compadece com o discurso técnico. Um dos autores que descrevem os teatros de marionetas da época *karakuri*, Hornyak, diz que os templos móveis eram uma espécie de “outdoor cabaret” (2006: p. 19), cabarés de rua. O ritual *Kamezaki Shiohi Festival* data do final do século XV e era definido como algo pleno de acrobacias e cenografia barroca. Não é de forma alguma casual o facto de as marionetas autómatas *karakuri* se assemelharem às que os bonecreiros manipulavam nos templos móveis. Mais ainda, todas estas figuras pré-robóticas são sintomáticas da arte dos *karakuri*, dado que este termo japonês significa “truque”, “mecanismo” e “engenhoca”. Como Hornyak esclarece, “o truque reside na independência com que os *karakuri* parecem agir. Os mecanismos, eixos, cordões de seda e os bonecreiros que os controlam escondem-se por baixo e no interior dos seus corpos, e ver o pequeno acrobata rodopiar por entre as barras é pura magia. Estes autómatos parecem autónomos” (2006: p. 17, tradução nossa). Todo o desafio consiste em fazer com que o *mise en scène* seja algo aceitavelmente real, como se não existissem manipuladores.

Um dos pormenores mais interessantes dos *karakuri* consistia, tal como nas bonecas do período Vitoriano, no facto de os bonecos terem rostos próprios, devido aos quais as reacções das pessoas mudavam, consoante a unicidade de determinada face. Shobe Tamaya IX criava autómatos de madeira de cipreste e bambu, esculpindo cada pedaço e articulando as peças. Tamaya simboliza uma linhagem da tecnocultura dos andróides de madeira, anterior ao mecanicismo do metal industrial dos dias de hoje. Desde então, 1780, os seus descendentes têm reparado e reconstruído bonecos mecânicos de madeira. O que torna o *karakuri* extremamente inovador é o seu funcionamento em circunstâncias sociais e rituais da cultura japonesa, o que faz de si um antecedente directo do robô de assistência social que o Japão desenvolve na contemporaneidade. Ao interagir com os humanos, o *karakuri* manifesta-se como autómato limitado mas interactivo.

Pelas mãos de artesãos como Hisashige Tanaka, os *karakuri* foram os constructos mais avançados durante o Período *Edo* (“Velha Tóquio”) no Japão, ou seja, antes de *Meiji*, entre 1600 e 1868 (Poitras, 2001: p. 22). É por este motivo que, nessa época, muitos Mestres adquiriam alcunhas como “Gadget Wizard” [*Karakuri Giemon*] por trabalharem nos relógios e nos autómatos, instrumentos tipicamente barrocos. Os mestres da antiga arte de fazer *karakuri* eram “Homens da Renascença japoneses”, como refere Hornyak (2006:

p. 25). Esse tipo de renascer implicou mecanicismo, tecnociência, cultura, uma outra visão do humano e a herança dos relógios. Dá-se destaque aos *karakuri* por imitarem crianças adoráveis, e não por serem robôs que imitam adultos. A tecnologia interna dos *karakuri* fazia de si misteriosos e peculiares constructos.

3.1.2 A Religião Shinto

Para os japoneses, o *karakuri* parecia assumir vida própria, em proporções que se assemelhavam à magia. A razão pela qual o Japão apadrinhou este autômato foi devido à presença de algo mais profundamente estrutural na sociedade japonesa: a religião *Shinto*. O “Shintoísmo” é a religião da maioria dos japoneses, como é referido por Benedict (2005: p. 30) e Sugimoto (2003: p. 255). No célebre livro *Anime Essentials*, Gilles Poitras (2001) invoca o tema da religião *Shinto* (p. 38) ao analisar as criaturas da floresta em *My Neighbor Totoro* do filme de animação de Miyazaki. Nesta sociedade, as práticas religiosas são uma questão de tradição, e não de análise racional. Levi (1996) avança que “‘Shinto’ é a religião da vida. Eles [os japoneses] nascem e casam ‘Shinto’”. Esta religião indígena, não-exclusiva, e desprovida de escrituras, assenta na devoção da *mana*, a energia de tudo (Sugimoto, 2003: p. 256). Além disso, os seus mais notórios e exuberantes festivais [como os dos templos móveis de *karakuri* em Nagai] são *Shinto* (p. 24-25). Faz parte da devoção desta crença religiosa, entre outras coisas, ver a máquina como uma criatura e acreditar-se que esta, um dia, possa ter vida. Fortemente influenciada pelo Budismo, esta crença religiosa é o que legitima a devoção dos robôs como seres e não como coisas, algo que Schodt (1988) também frisa: “O Budismo ensina-nos que todas as coisas possuem alma. De forma a compreender a alma de um robô e o seu verdadeiro potencial e limitações, temos de pensar nele como um amigo. Temos de nos tornar num robô” (p. 211, tradução nossa).

“Mecha”, o tipo de filmes de *anime* sobre robôs, é conquistador de audiências de público *otaku* pelo facto de o Japão ser maioritária e tradicionalmente devoto da religião politeísta *Shinto*. É apontado por Sugimoto (2003: p. 256) que a *Shinto* inclui elementos do animismo. E, quanto a *anime*, Takahiro Hayakawa (2008) declara que “a maior característica da *anime* [é] o animismo – o animismo asiático”. Por este motivo, a *anime* afigura-se como uma *vide-*

ografia das máquinas (considerando especialmente as obras analisadas). Na teoria de cinema sobre filmes de 1910 até 1920, usou-se uma outra expressão conceptual que deve também ser recordada, a de “cinematic animism”, segundo Monet (2007). Este “animismo cinematográfico” referia-se à capacidade de o cinema atribuir a um objecto ou ao mundo monumental filmado uma potência que fizesse matéria inanimada parecer viva (p. 200 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Além do “animismo cinematográfico”, existem mais outros dois termos providenciados, os de “cinematism” e “animetism”, por LaMarre (p. 120 in Lunning [Ed.], 2006). O primeiro aponta o estilo cinematográfico, enquanto o segundo indica um estilo específico da *anime*. Mas é Allison (2006) quem fala em “techno-animism” (p. 18 in Lunning [Ed.], 2006), a propensão do Japão para encarar os dispositivos técnicos como criaturas, à semelhança do que acontecia com os *karakuri*.

A importação do Budismo para o Japão preparou o país para a criação de autómatos pré-modernos. Ser politeísta na “terra do sol nascente” é cultivar a tradição de que tudo tem alma. “Dentro das concepções animistas de ‘Shinto’, as pessoas, tal como as forças da natureza (...), podem tornar-se ‘kami’” [forças naturais, espíritos; Deus] (Napier, 2001: p. 185, tradução nossa). Tal como Ruth Benedict havia já sublinhado, “o Japão é uma grande nação budista (...)” (2005: p. 237, tradução nossa). Praticar *Shinto* significa para o japonês seguir a tradição budista de que tudo tem alma e atinge o divino após a morte (Sugimoto, 2003: p. 256). Benedict salienta isso, que “qualquer japonês se torna ‘kami’ após falecer” (2005: p. 127, tradução nossa). Duas obras em que se foca a questão dos espíritos, da vida *post mortem*, e a energia primária de todos os seres são os filmes *Final Fantasy: The Spirits Site* (2001) e *Princess Mononoke* (1997). No primeiro caso, os cientistas procuram espíritos raros para entender e salvar a Terra (Gaia azul). No segundo, a natureza revolta-se contra os humanos depois do Deus-floresta ser morto. Certas personagens em *Princess Mononoke* têm a capacidade de ver *kami* (Poitras, 2001: p. 38). O tema dos espíritos é característico do tema “uncanny” (“o inquietante”) analisado por Sigmund Freud em *Uncanny* (2003), onde se diz: “A análise de casos relativos ao inquietante conduziu-nos de volta à antiga visão animista do universo, caracterizada pela ideia de que o mundo foi povoado com espíritos humanos (...)” (p. 147, tradução nossa). O que torna a temática da religião *Shinto* relevante na análise da *anime* é o facto de existir um enfoque especial sobre o animismo. As máquinas representadas (compu-



tadores, constructos de IA e andróides) na *anime* parecem ter vida, como se um espírito humano se tivesse alojado no seu interior. O cidadão do Japão pré-moderno acreditava ainda mais nessa condição animista do universo, uma forma de ver o mundo como se anteriormente tivesse sido povoado por espíritos. O “animismo” associava-se ao “inquietante”, como Freud declara, pois a “inquietação” encontrava-se adstrita à representação de algo relacionado com morte, cadáveres, espíritos e fantasmas (2003: p. 148). Esse seria o expoente máximo da inquietação, constatada porventura nos filmes de Mamoru Oshii, as obras *Ghost in The Shell* (1996), as quais tratam ciborgues que incorporam entidades de IA, espíritos, fantasmas, no seu invólucro. *Shinto*, além de credo é um tema que permanece na *anime*.

3.1.3 A Reforma Meiji

A transição, em território japonês, entre as eras feudal e moderna assinala-se com uma reforma que transporta consigo o nome do primeiro imperador do Japão moderno, o Imperador *Meiji* (Sugimoto, 2003: p. 256). Esta reforma, que teve lugar entre 1868 e 1912, muda também a cidade capital. Quioto é substituída, na reforma *Meiji* (Sugimoto, 2003: p. 64) por Tóquio como cidade mais importante.

Até à Segunda Guerra Mundial, o Japão devia a sua unidade ao Imperador, o qual, de acordo com a tradição *Shinto*, era encarado como “objecto super-religioso” (Benedict, 2005: p. 32). Com a Reforma *Meiji*, a sociedade japonesa sofre alterações nucleares. Wong defende que, este processo de modernização se deve ao facto de a reforma *Meiji* ter importado sofisticados modelos do ocidente para implementar em todos os domínios do quotidiano (p. 27 in Lunning [Ed.], 2006). Reformar implicou, no caso do Imperador, restaurar a sua posição no topo da hierarquia nacional, abdicando da reclusão doméstica que também o colectivo japonês sofria. Note-se que, durante o regime feudal, e mesmo na época em que o *shogun* Tokugawa dominava o Japão, o país estava sob uma política de isolamento, decretada pelos *shoguns* como resposta ao crescente poderio por parte da classe de mercadores, a qual, se o Japão não tivesse ficado isolado do Ocidente, teria destronado os *shoguns* do poder sem que o dinheiro fosse um entrave. Benedict esclarece-nos neste ponto:



“Quando os Tokugawas, à custa das leis mais drásticas que uma nação cumpriu à força, decretaram o isolamento do Japão no século XVII, eles retiraram o chão debaixo dos pés dos mercadores. O Japão tinha tido uma rota de comércio acima e abaixo das costas chinesa e coreana, e uma classe de negociantes estava inevitavelmente a desenvolver-se” (2005: p. 61-62, tradução nossa).

De acordo com a autora, esta classe em ascensão estava a ser inconveniente, e o resultado foi a política de *sakoku*, um conjunto de directrizes impostas para interromper o intercâmbio comercial no século XVII. Algumas medidas impostas implicavam a circulação apenas de barcos pequenos para evitar grandes transportes de carga. Afinal, uma classe de mercadores transnacional, competitiva, com recursos financeiros e influente na zona, podia facilmente alterar a mecânica da sociedade feudal por ser uma classe de pessoas que se mobilizavam em nome do negócio e que, com a riqueza crescente, poderia investir até mesmo em armas. O século XVII foi palco de muitas alterações relevantes na história do Japão. Os mercadores não tinham como escapar à lei da espada imposta pelos *samurai* e, além disso, a sua classe era considerada desestabilizadora na sociedade feudal do Japão (Benedict, 2005: p. 61). Na hierarquia social, os mercadores estavam na base da pirâmide, sendo-lhes superiores os agricultores e os artesãos. Somente os *samurais* eram vistos como seres à parte, pessoas não-normais. Durante dois séculos, o Japão é isolado do mundo e governado com regras muito rígidas, aplicadas em nome da segurança social e da estabilidade governativa. Quando o feudalismo cai na Europa e a ascensão da poderosa classe média acontece, os mercadores e os *samurais*, no caso nipónico, aliam-se. Com a Reforma *Meiji*, o Japão volta a abrir-se ao mundo em nome da sua modernização. O “shogunato” de Tokugawa acreditou que se deveria deixar a arma de fogo em prol de espada (LaMarre, 2009: p. 92) e, por isso, pereceu. Com os senhores da terra afastados do poder, preparou-se o Japão para uma economia de comércio moderno, através da qual os mercadores financiaram a Reforma *Meiji*; de carácter funcional e não ideológico ou militar, conforme Benedict (2005) afirma: “os mercadores, que financiaram as forças da Restauração, queriam expandir o mercantilismo sem que, no entanto, tivessem alguma vez incriminado o sistema feudal” (p. 76, tradução nossa). Destronar o sistema feudal, demover o *Shogun* do aparelho de poder nipónico, era o objectivo primeiro da resistência mercante. Até este

período, prevalecia uma “dupla regra”, em que o *shogun* governava e o Imperador era apenas simbólico, a qual expira em 1868 com a Restauração do Imperador. Isto provocou o fim da ostentação dos sinais de pertença a castas, tais como insígnias e roupas específicas, que foram tornadas ilegais. Abriu-se uma economia não-feudal que surtiu o efeito de todo um projecto de modernidade. O Japão inovador não se revelaria ao mundo se o país não se tivesse aberto ao Ocidente; caso o poder não retornasse ao Imperador com a Reforma *Meiji*, não existiria um Japão moderno no século XX. “Os japoneses queriam continuar em vantagem no seu ‘lugar devido’, na ‘posição que lhes era devida’, de observação do mundo moderno, sem desistir da lógica hierárquica” (Benedict, 2005: p. 81, tradução nossa).

Ainda acerca da sociedade japonesa, essencialmente feudal, sabe-se que era uma sociedade de estratos. Benedict diz que a “sociedade feudal japonesa era minuciosamente estratificada, na qual cada homem herdava um estatuto fixo” (2005: p. 61, tradução nossa). No entanto, acabar com o “shogunato” não representou o fim da hierarquia social ou do sistema aristocrático. O “shogunato” de Tokugawa, vigente antes da Reforma, governou o Japão durante dois séculos e meio, desde o século XVII, tendo instituído uma classe à parte da sociedade no interior de um sistema de castas, segundo nos diz Sugimoto (2003: p. 6). A Reforma *Meiji* marca o começo da era moderna japonesa com base nas regras rígidas de mudança de classe social (Benedict, 2005: p. 73). Passou a haver mobilidade social, mas de uma forma controlada.

Se as forças navais da Marinha norte-americana não tivessem feito pressão ao largo da costa japonesa em 1853 e 1854, o país estaria ainda refém do isolamento e das regras rígidas e sem economia aberta. Segundo Schnellbacher (2007), a Reforma *Meiji* foi um “golpe de estado”, o qual foi, “(...) por sua vez, parte de um programa de modernização agressiva” (p. 28 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007, tradução nossa). Dessa modernização voraz, o povo japonês já não se dissociou até hoje, uma vez que se importaram os princípios de “Civilização e Iluminismo” [*bunmei kaika*] (Foster: p. 10 in Lunning [Ed.], 2008).

3.2 MODERNIDADE

3.2.1 O Projecto

Schnellbächer (2007), como afirmámos anteriormente, argumenta que o período de “Restauração” *Meiji*, como também é conhecido, fazia parte de um programa de “modernização agressiva”. Sugimoto também refere este período como a “Meiji Restoration” (2003: p. 6). Ao recordarmos que os japoneses estiveram isolados durante dois séculos e meio, vítimas da política de *sakoku*, considera-se que o acto de modernizar teve impacto. Schnellbächer (2007) assinala o período histórico, dizendo: “Desde o século XVI em diante, os regentes militares japoneses praticaram uma política de isolacionismo. No entanto, perto dos meados do século XIX, a pressão sobre o Japão foi aumentando para que os seus portos fossem abertos ao mercado internacional” (p. 27-28 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007, tradução nossa). Apenas holandeses e chineses podiam entrar no porto de Nagasaki. Após as guerras travadas entre clãs de *samurais*, o Período *Edo* assinalou uma nova era. Por exemplo, durante o regime do *shogun* Tokugawa, impõe-se uma série de directrizes para se proteger o seu poder, tais como a política de *sakoku*, que leva ao encerramento do Japão ao mundo. Em 1639, proíbe-se o intercâmbio comercial e naval de e para o Japão. Duzentos e cinquenta anos depois da *sakoku*, o Japão abre-se, com avidez e curiosidade, ao Ocidente. Chefiada pelo Comodoro Perry, a força naval norte-americana chega ao Japão em 1853, transportando nos porões tecnologia completamente nova. Repare-se que a Revolução Industrial chega repentinamente ao Japão, como um “pacote tecnológico”, um “kit” que inclui barcos, a máquina a vapor, ferrovias, telegrafia, fábricas com produção em série e medicina Ocidental (Gibson, 2007: p. 2; Singer, 2009: p. 239). Quanto a este aspecto, Sloterdijk pensa que o Oriente real se precipitou na mobilização industrial, científica, política e militar, descurando as suas antigas maneiras de pensar e de ser (2002: p. 58).

Logo que é deposto o *shogun* de Tokugawa, expira a política de isolamento. Após o período secular de fechamento sobre si, o Japão encontra no futurismo da indústria automatizada o retrato da sua futura identidade. David Morley & Kevin Robins (2004) esclarecem-nos:

“A modernização era um projecto cumulativo, ‘orientado para o futuro’, assente nos pressupostos lógicos de uma progressão

tecnológica e de progresso. Assim, os seus vários elementos destinavam-se à exportação e deveriam transcender as suas origens europeias e exclusividade. Quer a modernização, quer a modernidade, com os seus apelos ao universalismo, podiam ser transpostos para outras culturas-hóspedes. No Japão o projecto de modernidade encontra um terreno fértil. A imaginação tecnológica e futurista sedia-se agora no Japão. A força conceptual e universal da modernização passou da Europa para a América, e desta para o Japão” (p. 153).

Estas declarações são relevantes porque, afinal, a modernidade é instituída pelos modernos, releva da procura de novos territórios para modernizar. A modernidade é um processo, e tecnologia o meio.

A “cybernation” de que falava McLuhan (1994: p. 347) entrou em “piloto-automático” no Japão. No entanto, toda esta aceitação do edifício consequentemente corporativo da técnica moderna só tem nexos porque existiram os autómatos *karakuri* de Takeda e porque os nipónicos absorveram a militarização tecnológica com o advento da tecnologia relojoeira e da arma Ocidental no decorrer do século XVI. O mecanicismo apaixonou os nipónicos em 1605, com o surgir do primeiro relógio no Japão. Tal acontecimento segue-se ao transporte, a partir de Espanha, do primeiro relógio para os senhores feudais em, 1551, pelo Missionário Francisco Xavier. Mais tarde, institucionalizou-se também pela primeira vez a arte de fazer relógios numa escola apelidada de “Seminário” em Nagasaki, aproximadamente em 1600 (Hornyak, 2006). Note-se que, no entanto, durante o período de isolamento – como Hornyak destaca – “sem contribuições do estrangeiro, os relojoeiros japoneses estavam confinados aos seus próprios dispositivos. Os relógios japoneses, conhecidos como ‘wado-kei’, transformaram-se em objectos ornamentais e de grandes dimensões destinados a adornar a mansão dos senhores dos ‘samurai’ e requeriam ajustes intrincados” (2006: p. 20, tradução nossa). Na senda dos Descobrimentos Portugueses, os exploradores que chegam ao Japão encontram uma cultura peculiar interessada no projecto da modernidade. Pelas palavras de Schodt (1988), ficamos a saber:

“It is safe to say that when the first Europeans – three Portuguese adventurers – arrived on the Japanese island of Tanegashima in

1543, they encountered a civilization whose level of technology in many crafts and industries, such as sword making and ceramics, was superior to that of the civilization they had left behind. Major exceptions to this were the scientific advances achieved in the West during the Renaissance, and the technology of guns and clocks” (p. 57).

A mudança tecnológica que os Ocidentais operam no Oriente nipónico acarreta outras transformações em cadeia. Basta, assim, como as palavras de Marcuse confirmam, que a transformação tecnológica ocorra para haver transformação política, a qual acontece como efeito da primeira transformação tecnológica, porque os usos da tecnologia mudam social e qualitativamente a sociedade apenas quando se altera o rumo do progresso técnico. Em suma, sempre que haja transformação técnica e política, as novas tecnologias despontam (Marcuse, 2006: p. 232). O Japão absorve esta superação da técnica pela técnica, tornando-a numa transformação em curso, como se esta fosse eternamente temporária. A tecnologia importada do Ocidente em *fin de siècle* (XIX) é-o novamente depois da Segunda Guerra Mundial não por orgulho, mas sim por conveniências modernas. Foi conveniente que o Japão se modernizasse, e fê-lo de forma combativa (Benedict, 2005). Mizuno (2007) crê que a aposta no “progresso” [*susumu*] (p. 108 in Lunning [Ed.], 2007) foi decisiva para modernizar o Japão, “e a modernidade aqui era sinónimo de Ocidentalização”, como sublinha Miyao (p. 98 in Lunning [Ed.], 2007, tradução nossa). Também era notável a presença da doutrina de “espírito japonês e tecnologia Ocidental” [*wakon yōsai*], a dicotomia que divide o mundo em duas esferas: o Japão [Oriente] e o Ocidente (Sugimoto, 2003: p. 183). Quando Sloterdijk (2002) afirma que a modernidade obedece a um impulso “(...) na medida em que se constitui metafisicamente como ser-para-o-movimento” (p. 64), o que se está a dizer é que da modernização sobressai a modernidade, ou seja, a mobilização “em si” mesma.

3.2.2 Ocidente Vs Oriente

Com a proeminente evolução do Japão, a dicotomia “Oeste Vs Leste”, tão em voga durante a Guerra Fria entre EUA e a então União Soviética, é substituída por uma outra – a de “Ocidente Vs Oriente”. Em termos de desenvolvimento,

o Japão representava algo diferente, como Yumiko Iida salienta: “O Japão encontrava-se localizado numa posição ambígua entre o Ocidente e a Ásia” (cit. in Miyao: p. 98 in Lunning [Ed.], 2007, tradução nossa). Segundo Huntington, acresce ainda o facto de o Japão ser visto como o único país não-Occidental a conseguir o feito de se modernizar sem se tornar necessariamente Occidental (in Sugimoto, 2003: p. 21).

A consequência da chegada do Comodoro Perry ao Japão no século XIX é a modernização deste país com tecnologia Occidental. “A América é por natureza uma nação tecnológica”, como afirmam George e Meredith Friedman (in Singer, 2009: p. 238-239, tradução nossa). É por isso que Perry pressiona o Japão a abrir as suas fronteiras. Dessa época até à dramática finalização da Segunda Guerra Mundial, já no século XX, o Japão passa por uma modernização agressiva, mas é depois da reconstrução de Hiroshima e Nagasaki que se torna um superlativo tecnológico. Nos anos 80, torna-se o símbolo avançado e inspirador do Oriente. Nesse período em que se começa a exportar em larga escala a *manga* para outros países, a sua economia fragiliza-se com uma depressão económica. Todavia, “o carácter incontornavelmente ‘global’ e ‘asiático’ da banda desenhada japonesa faz de si algo muito cativante”, como acredita Wong (p. 24 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Em geral, a tecnologia e os meios ocidentais que os japoneses importam são melhorados quando são re-exportados de novo para o Ocidente, o qual perde a sua aura mas ganha, em compensação, um novo modo de comunicar a sua imagem. E, neste aspecto, o Japão é tão moderno que representa precisamente o futuro do Ocidente. Tal como já se constatou até aqui, as metatopias são um dos temas comuns da *anime*. A paixão pelo futuro estimulou os japoneses a evoluir. Um exemplo do seu lado visionário é a sua ficção científica, cada vez mais associada a *manga*, *anime* ou videojogos. De acordo com Tatsumi (2007: p. 252), “(...) a ficção científica japonesa tem uma história antes e depois de William Gibson e outros autores ciberpunk terem descoberto o Japão” (in Bolton *et al.* [Ed.], 2007, tradução nossa). Nas imagens de *Akira* e *Ghost in The Shell*, a assinatura japonesa é evidente pelas temáticas escolhidas. A presença de robôs na narrativa torna estas obras de *anime* diferentes, como se constata no caso do videojogo *Last Resort*. De facto, “a ficção científica apresenta grandes diferenças entre as culturas ocidental e oriental, principalmente no que diz respeito a robôs. Enquanto o robô é amiúde suspeito na ficção científica

ocidental, o inverso ocorre no caso asiático” (Singer, 2009: p. 167, tradução nossa).

Aumenta a sinergia entre Ocidente e Oriente a partir do final do século XX. Se antes se falava em culto oriental do Ocidente, agora fala-se em “culto ocidental da Ásia” (Sloterdijk, 2002: p. 58). Napier (2001) e Poitras (2001) apontam que “durante a última parte do século XX, o Japão e a América do Norte trocaram ideias ‘pop’ e ‘subculturais’” (in Winge: p. 74 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Independentemente de quão sofisticado é o Japão, há coisas que não mudam. Benedict diz que “apesar da recente Ocidentalização o Japão ainda é uma sociedade aristocrática. Cada cumprimento, cada contacto deve indicar o tipo e o nível de distância entre homens” (2005: p. 47, tradução nossa). O facto de o Japão ser evoluído face ao Ocidente levanta outro tipo de questões, tal como: “será que isto significa uma mudança do poder (cultural) global da Americanização?” (Allison: p. 13 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Ou será que é representativo do Ocidente? Afinal, em termos de tecnologia, encontra-se ocidentalizado. Allison defende que o colapso ou a diminuição da América como centro cultural provoca um “reposicionamento da globalização” (ou “re-centralização da globalização”), como é dito por Iwabuchi Kôichi ([2003], *Idem, Ibidem*: p. 18). A *anime* é um bom exemplo de um produto que o Japão reposicionou para exportação e que, por seu turno, o torna num ícone global de cultura popular. “Ao contrário do Ocidente, a *anime* no Japão é um fenómeno de cultural ‘pop’ verdadeiramente corrente” (Napier, 2001: p. 7, tradução nossa).

O Ocidente é entendido frequentemente como o “nosso mundo”, e o Oriente enquanto o “mundo deles”, o dos “outros”, de uma outra e relativa “outricidade” (Hans Bertens, 2005: p. 8, a tradução nossa) internacional e histórica. Partindo deste princípio, não é de estranhar que, para os norte-americanos, a “asiatização” seja um “novo Oeste”. De um lado, temos a visão “western” da moderna tecnologia e a crescente globalização, subentendendo a “americanização” do mundo (Wong: p. 42 in Lunning [Ed.], 2006). Por outro, temos a viral expansão da cultura japonesa, implicando a internacionalização do Japão no mundo. Da tensão entre Ocidente e Oriente, surge outro tipo de sucedâneo que Morley & Robins (2004) fazem questão de salientar: “O Japão passou a existir, no seio do inconsciente político e cultural do Ocidente, como uma figura perigosa, já que desestabilizou a bem ordenada correlação entre Ocidente/Ocidente e Moderno/Pré-Moderno” (p. 160, tradução nossa).

Ao ser mais avançado que o Ocidente e mais ocidental, em alguns aspectos formais, que o próprio Ocidente, o Japão torna irrisórias as distinções entre moderno e pré-moderno, Oriente e Ocidente. Posto isto, o que inquieta o mundo “americanizado” e o território europeu é o facto de o Japão se emancipar, nomeadamente por tudo o que implica “modernização” coincidir com a “globalização”, a evolução do microprocessador, a robótica e os novos *media*.

O Japão reflecte na sua emancipação o carácter técnico das tecnologias em que investiu para se destacar. Mais ainda, dispensa o advento das tecnologias através da máquina de guerra, como acontece nos EUA (Singer, 2009), sublinhando uma consciência forte relativamente ao biológico e ecológico. De certo modo, o Japão é o país onde a tecnologia se radicalizou, e é também o país que parece estranho aos ocidentais. No texto que Benedict (2005) publicou acerca do país em questão, no pós-guerra, a autora começa por referir desde logo que “os japoneses foram os adversários mais ‘alien’ [estranhos] que os Estados Unidos alguma vez defrontaram numa luta de vale-tudo” (p. 1, tradução nossa). Mesmo assim, apesar de a estranheza fazer parte da imagem do Japão, Morley & Robins (2004) referem:

“The postmodern era will be the Pacific era. Japan is the future, and it is a future that seems transcending and displacing Western modernity. In so far as a nation’s sense of identity has become confused with its technological capability, these developments have, of course, had profoundly disturbing and destabilising consequences in Europe and in United States” (p. 168-169).

Na opinião de Morley & Robins, “a Era Atlântica do Ocidente”, com origem no controlado espaço comercial do Mediterrâneo, tem tendência a dar lugar a uma “Era do Pacífico do Oriente”. Ao transcender e “des-territorializar” a Modernidade Ocidental, o Japão Oriental fá-lo com exuberância, estabelecendo facilmente ligações ao universo de capital e cultura globais. A questão mais complicada, como os autores sublinham, prende-se na maneira como o Japão fundiu a sua identidade cultural com o processo de modernização, desestabilizando o Ocidente. Na origem da ávida receptividade do Japão à tecnologia está o período de isolamento, que o tornou culturalmente preparado para receber as tecnologias de fora.

Hoje em dia, já não se trata de identificar a “Americanização” do Japão, mas sim a “orientalização” dos EUA, pois o Oriente está a ganhar a compe-

tição entre estúdios de “software” e animação, quer no caso da *anime*, quer no dos videojogos. Os norte-americanos preferem ficção científica, enquanto os japoneses a fantasia. O que leva a que os japoneses, bem como o resto do mundo, sejam devotos das *anime* é o facto de, apesar de existir muita máquina nas suas histórias, as personagens serem dotadas de mais humanidade para contrastar com a robótica (Napier, 2007 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Isto é, no meio de tanto mecanicismo, mesmo em ficção, a videografia das máquinas da *anime* exige que as personagens sejam o mais humanas possíveis. Nas ficções norte-americanas, a presença de máquinas é usualmente indissociável da estética militarista (Singer, 2009), e onde os humanos estão em estado de desvantagem. Os EUA, através da Marvel, da DC Comics, da Dark Horse Comics, entre outras marcas da indústria de banda desenhada, veiculam um tipo de ideias nas quais o humano é, na maior parte das vezes, secundário. Apresenta-se o antípoda disso nas *anime*, onde o humano controla a máquina em nome da paz, sendo constantemente evocada a consciência ecológica e humanitária do Japão.

O Japão é o expoente da modernidade, do “estado da arte” da tecnologia e da ciência, a nação que conseguiu, com uma base tecnológica, enformar a história cultural. O Ocidente assiste ao modo como uma sociedade passa do feudalismo para o capitalismo pós-moderno “high-tech”. O diálogo entre o Oriente e Ocidente deu frutos, mas o facto de os Aliados terem ganho a Segunda Guerra Mundial deixou o Japão numa condição moderna de redenção que viria a ser visível no final do século XX como uma “vingança tecnológica” (Morley & Robins, 2004). A resposta à derrota na Guerra de 1939-45 termina na hipérbole do Ocidente que se construiu no Japão. *Mighty Atom* é a resposta em *anime* aos bombardeamentos nucleares (Singer, 2009: p. 167). A desatomização de Hiroshima e Nagasaki permanece na mente japonesa como o capítulo final de uma história pesada na qual o Ocidente venceu.

A expansiva cultura audiovisual do Japão é específica. E basta, por exemplo, contrapormos as animações dos EUA às do Japão para compreendermos a diferença. Algumas têm, acima de tudo, um “estilo cinemático”, ao passo que outras parecem ser apenas “desenhos animados”. Fazem já parte da história muitas animações americanas, onde parte se prolongou por exemplo na venda de brinquedos, como é o caso de *G.I. Joe: The Movie* (Don Jurwich, 1986) e *Action Force* (Don Jurwich, 1986). No entanto, a visão “americanizada” compromete-se inexoravelmente com o discurso do “Complexo Militar

Industrial” de que também fala Singer (2009). As imagens de *anime* pautam-se por outras características, o que Luyten descreve da seguinte forma: “não há lugar para super-heróis no Japão tal como são caracterizados no Ocidente: invencíveis, superpoderosos e justiceiros. Os heróis japoneses não se enquadram muito nessa categoria” (1991: p. 71). No seio da *anime*, existe uma absorção de motivos do Ocidente, um tipo de mimetismo cultural; enfim, toda uma reinterpretação dos ideais do Ocidente. Para Morley & Robins (2004), “é esta complexidade e ambiguidade na imagem do Japão que tem atribuído uma ressonância particular às fantasias ocidentais” (p. 148, tradução nossa). O que faz com que as ficções japonesas pareçam estranhas é esse carácter de simultaneamente parecerem modernas e pós-modernas, antigas e novas, tradicionais e sofisticadas, o que nos deixa na posição de consumidor de universos ressonantes de fantasias Ocidentais. Napier (2007) refere que as expressões de “ambivalência tecnológica” tendem a ser mediadas por cinema “live-action” (convencional) no Ocidente, enquanto no Japão se prefere a animação (p. 105 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Culturalmente, a ambiguidade permanece na cultura japonesa por ter sido necessário abraçar a modernidade rápida em nome da actualização e da inovação. Allison (p. 16 in Lunning [Ed.], 2006) explica essa ambiguidade, dizendo que “a fantasia e o realismo funcionam no Japão [o qual] é um lugar cujo significado balança entre o fantasmático e o real, o estrangeiro e o familiar, o estranho e o banal”.

No que concerne a tecnologias, os EUA desenvolveram a Internet. A consola de videojogos Microsoft Xbox surge duas décadas depois de as consolas serem repensadas pelo Japão com a Famicom – Nintendo Entertainment System (NES) no resto do Mundo. Originalmente, os videojogos tinham começado na empresa norte-americana ATARI, de Nolan Bushnell, com o videojogo *Pong* (1972). Relativamente a animações, as que foram alvo de preferência nos EUA foram, durante muito tempo, *Snow White And The Seven Dwarfs* [“Branca de Neve e os Sete Anões”] (Disney, William Cottrel, 1937) e *Mickey Mouse* [“Rato Mickey”] (Disney, 1950). A banda desenhada favorita é a da Marvel Comics ou a da DC (Detective Comics), e os videojogos preferidos ainda são os do tipo Halo 3 (2007). Para os japoneses, a *reforma gráfica* acontece com o aparecimento da Sony Computer Entertainment, através da PlayStation e das animações de *anime* do Studio Ghibli, de Hayao Miyazaki, a Gainax e a Manga Video. Na *anime*, *Astro Boy* [*Tetsuwan Atomu*] assume-se como ícone cultural de destaque.

Relativamente a videojogos, os japoneses preferem *Final Fantasy XII* (2007), *Onimusha* (2001), *Me And My Katamari* (2006) e *Locoroco* (2006). Os Estados Unidos da América e o Japão têm preferências peculiares, mas a expansão cultural da *anime* é de tal ordem que, nos EUA, a *Galáxia de Anime* cresce mais que no Japão. Ocidente e Oriente fundem-se pela linguagem monológica do digital, pelos novos *media*, pelas indústrias comuns e pelas economias liberais interligadas, ao ponto de partilharem a cultura entre si, e não só ciência ou indústria. A atitude que o industrial japonês tem de se actualizar constantemente é nobre. A maioria da população mais idosa não investe em tecnologia, sendo os jovens quem o faz, sem receio do futuro.

3.2.3 Pós-Guerra: O Choque do Futuro

Logo a seguir ao desfecho da Segunda Guerra Mundial, o Japão teve a audácia de se relançar na sua reconstrução e modernização. A imagem da explosão nuclear ficou retida na sua mente colectiva. O tipo de engenho atómico usado em Hiroshima e Nagasaki foi criado por cientistas a investigar nos EUA. No pós-guerra, duas coisas ficaram sublinhadas relativamente à relação entre EUA e Japão: em primeiro lugar, “os americanos estão sempre a equipar-se, precavendo-se para um mundo sempre desafiante”, como nos diz Benedict (2005: p. 28, tradução nossa); em segundo, “a humilhação da rendição ficara profundamente registada na consciência dos japoneses” (*Idem*: p. 40, tradução nossa). É por estas duas razões que, a partir do pós-guerra, se forma uma “identidade apocalíptica” no Japão, como Napier sustenta: “(...) dadas as acentuadas mudanças que o Japão experimentou durante um século e meio decorrente da modernização, uma ‘identidade apocalíptica’¹ pode ser a que mais facilmente será compreendida, e até abraçada, pelos seus cidadãos” (2001: p. 193, tradução nossa). Benzon demonstra ser mais ousado ao falar em “cultura apocalíptica” (p. 284 in Lunning [Ed.], 2007).

O facto de o Japão ser o único país asiático a introduzir-se na modernidade segundo as suas próprias regras é, para Morley & Robins (2004: p. 171), um facto a assinalar. Acresce ainda, segundo Matthews (2003-2004), que, “ao olharmos de novo para a experiência de guerra do Japão; os bombardeamentos nucleares, a ocupação, os subsídios para desenvolvimento tecnológico e

¹“Apocalyptic identity”, no original (N.do T.).

a constituição não-militar, parece mais fácil ver como a aparentemente estranha dicotomia converge com robótica e ‘anime’” (p. 14, tradução nossa). É estranho que as imagens do holocausto nuclear, do período pós-guerra e da década de 80, coabitem no imaginário japonês como se tivessem uma origem, um Ano Zero, bem antes dos anos 00 deste novo século. Se o Japão não tivesse progredido enquanto, no Ocidente, os EUA e a União Soviética estavam a combater numa Guerra Fria, hoje tudo seria diferente. Tendo aproveitado a Guerra Fria para se emancipar, o Japão tornou-se numa imagem futurista do Ocidente – um exemplo não-comunista na região, segundo Sugimoto (2003: p. 15) –, um exemplo para o Ocidente e toda a Ásia.

No final do século XX, o Japão faz parte do novo mundo, o qual Singer (2009) entende como sendo “um mundo densamente povoado, interligado” (p. 434, tradução nossa). O que não desaparece com a evolução do Japão é a imagem nuclear, havendo ainda um resquício desse holocausto em imagem, o violento e aterrorizador desmantelamento do universo. Não existe na imagem um “choque do futuro”, mas antes um “choque do passado”. A imagem do passado chocante aparece metaforicamente como Fénix na *manga Phoenix [Hi No Tori]* de Osamu Tezuka (2003-2007 [1954-1988] in Inuhiko: p. 105 in Lunning [Ed.], 2008), que recria o mito da Fénix renascida das cinzas; é nesse sentido que o Japão se reapresenta ao Ocidente, como uma Fénix mais poderosa. Não é por acaso que grande parte da *anime* é acerca de figuras apelidadas de *tetsuwan* ou *tetsuo*, dado ser algo “poderoso” aquilo que o imaginário japonês invoca.

Ao criar a *anime*, Osamu Tezuka utiliza *Astro Boy* para responder à memória do cataclismo, devolvendo ao futuro o choque. O resultado disso é que as obras de *anime* exibem essa lógica de *hipérbole gráfica*, não pontualmente, mas enquanto convenção. Respondendo a um Ano Zero, temos o *holocausto de imagens*, o ano do caos que estabelece a nova ordem, um regime de imagens do apocalipse que exorcizam um período da história. O apocalipse oriental simboliza o momento de restauro e não o fim, o “Juízo Final” da cultura ocidental, o momento do pânico e do purgatório terrestre a partir do qual se desenrola o horizonte do futuro. Quando o imaginário do bombardeamento nuclear se hospeda como uma virose nas imagens e transforma as próprias imagens em hospedeiros inseparáveis, é aí que se desenvolve o *holocausto de imagens*.

São numerosas as *anime* em que as imagens do holocausto estão presentes,

tais como *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988), *Neon Genesis Evangelion* (Hideaki Anno, 1995), *Memories* (Koji Morimoto, *et al.*, 1996) ou *Robotech: The Macross Saga* (2006). Desde que a primeira bomba atómica foi largada pelo bombardeiro norte-americano “Enola Gay” B-29 em Hiroshima, às 08:15h da manhã do dia 6 de Agosto de 1945, três dias antes da que caiu em Nagasaki, a cultura visual japonesa tornou-se indissociável da imagem de um “big boom”. A violência gráfica que hoje se contempla na videografia de *anime* repete a imagem paradigmática da violência, a da maior arma de destruição em massa. Da equação binómica da *imagem de holocausto* e do *holocausto de imagens* emerge uma estética visual dotada de uma forma prospectiva e simultaneamente retrospectiva. Ora se tratam de imagens sobre o passado (choque do passado), ora de imagens sobre o futuro (futuro chocante); são imagens de causalidade e também de efeitos.

Facto é que o impacto nuclear nunca parou desde o pós-guerra, embora haja culturalmente um registo propenso para o holocausto, como noutras culturas. No teatro *Butô*, por exemplo, explorou-se a arte da teatralidade mística onde o tema era, durante o pós-guerra, os mortos. Com as imagens do holocausto, o objecto-perdido é explorado como assunto de partida para um futuro onde a novidade é o imperativo tecnológico. Deste modo, é pertinente falar num “devir-Japão” (Barthes, 1984), uma vez que as imagens transportam consigo a cultura japonesa, contestando a sua contenção geográfica. Estas não são mais que mecanismos de memória colectiva, algo que se verifica em obras como *Akira* ou *Neon Genesis Evangelion*. Há uma frustração na mensagem porque os japoneses “imaginaram-se a presidir o cume da pirâmide” (Benedict, 2005: p. 43, tradução nossa), o que amplia a frustração. Napier diz que “o Japão é o único país da Terra que sofreu um bombardeamento nuclear, uma experiência que continua a afectar a sociedade de hoje, tendo provocado um sentimento colectivo de vitimização” (2001: p. 28, tradução nossa). Aliás, Matthews (2003-2004) julga existir um “género apocalíptico”, e que este pode ser visto em muita da ‘anime’ de ficção científica ciberpunk, pois o ‘medium’ da animação é perfeitamente adequado a esse género centrado no tema do apocalipse (p. 8). O “evento apocalíptico” referido por Matthews é o epicentro da *anime* do “pós-guerra”, dado que é essa imagem do apocalipse, entre homem e tecnologia, que está omnipresente na animação. Segundo a Antropóloga Ruth Benedict (2005), os Americanos são atirados para a guerra porque o conflito assim o exigiu: “fomos atacados, o inimigo que se acautele” (p. 28, tradução

nossa). Do lado dos japoneses, nota-se o reverso do “aviso”, do “evento apocalíptico” mencionado por Matthews. Numa matéria como esta, faz sentido que Napier (2001) argumente que “o fim do mundo é um elemento importante na cultura visual e literária do Japão do pós-guerra” (p. 29, tradução nossa).

No término do século XX, as mais conhecidas *anime*, mostram mecanismos, veículos, computação, robôs e cidades chocantes, na medida em que desvelam um presente comprometido com o futuro planeado. Depois do *choque do passado* (“evento apocalíptico”), temos o *choque do presente* (tecnologia japonesa). Mas é a análise do “choque do futuro” que se torna interessante. Quem aplicou pela primeira vez a expressão “choque do futuro” foi Alvin Toffler, quando na obra *Choque do Futuro* (*Future Shock* [1970]) assume plenamente que: “(...) num artigo publicado na revista Horizon, [inventou] a expressão ‘Choque do Futuro’ para descrever a tensão arrasadora e a desorientação que causamos aos indivíduos ao submetê-los a excessiva mudança num espaço de tempo demasiado curto” (1970: p. 8). Tem toda a coerência que, para os apocalípticos, o futuro seja potencialmente chocante, pois aponta um encerramento há muito anunciado para a industrialização sem fim. Por exemplo Daniel Bell (1973 [in Bertens, 2005]) julga existir uma sociedade “pós-industrial”. O futuro traz um choque consigo, o da potencial distopia, do totalitarismo, do holocausto, mas sob essa capa de ameaça, que abriga Toffler durante a Guerra Fria, pensa-se a mudança.

Dentro de um discurso pós-catástrofe, a busca do horizonte idílico é pertinente, pois chegou a pensar-se que o Futuro seria chocante. O “choque do futuro” contrasta com a história, ainda por escrever, pois não se entende se esta registrará eventos positivos ou negativos. Refira-se que a expressão em questão remete para o futuro incontável, de um mundo técnico de árduo acompanhamento. A mensagem do “future shock” de que fala Toffler é a reação patológica à tecnologia, a aversão à mudança. O autor acrescenta ainda que, relativamente a esta questão, se lhe tornou evidente que “(...) o choque do futuro não é um perigo potencial distante e, sim, uma doença autêntica, da qual já padece um número cada vez maior de pessoas. Este estado psicológico pode ser descrito em termos médicos e psiquiátricos: é a doença da mudança” (1970: p. 8). A ideia de um “Choque do Futuro” remete para a tecnofobia emergente nas sociedades do pós-guerra, a época em que se receia a expansão de computadores, *media* e robótica, os instrumentos-base da contemporaneidade.

3.3 CONTEMPORANEIDADE

3.3.1 A Pós-História

No aclamado ensaio *The End of History And The Last Man* (1992), Francis Fukuyama declara o “fim da história” e define o que entende por “o último homem”. Se a contemporaneidade de Toffler se confronta com um “choque do futuro”, Fukuyama resolve apontar o “fim da história” (Malpas, 2005: p. 90). Outra proposta, a de Kojève (in Giorgio Agamben [2004]), revela a “pós-história”, não relativa à tecnofobia ou ao fim do registo histórico das acções da humanidade. Kojève não se coíbe em argumentar acerca de uma “civilização pós-histórica” que existe nomeadamente desde o pós-guerra. Giorgio Agamben (2004) declara que, em 1959, uma viagem ao Japão foi significativa para Kojève (autor então detentor de um cargo diplomático), e que este assim pôde ver “(...) pelos seus próprios olhos uma sociedade que, embora vivesse numa condição de pós-história, nunca tinha no entanto deixado de ser ‘humana’” (p. 10, tradução nossa). Como já constatámos, esta ambiguidade, além de outras mais óbvias, é inerente à cultura japonesa. Fala-se em “pós-história” mas sem que a sociedade japonesa tivesse apagado o seu lado humano, humanitário ou humanista. Porém, a temática do “fim da história”, de Fukuyama, é mais bem compreendida se tivermos em conta o que LeGrand argumenta em relação ao “fim da história” para Hegel, dado esse ser “(...) caracterizado pelo triunfo do pensamento, o qual tendo percorrido todo o círculo da sua alienação (consciência individual, consciência objectiva e científica, ‘realizações’ na arte, na religião, no direito, na própria filosofia...), se identifica com o Espírito Absoluto” (s.d.: p. 28). Deste modo, a posição última do homem, ou o que Fukuyama entende por “o último homem”, é a posição do homem realizado. O autor introduz o tema ao assumir: “Argumentei que a democracia liberal pode constituir o ‘término da evolução ideológica da Humanidade’ e a ‘última forma de governação humana’ e que, como tal, constituiu o ‘fim da História’” (2002: xi, tradução nossa). Isto é, o último estágio da evolução humana coincide com a democracia liberal, chegando-se ao “fim da história” por se ter implementado uma forma de governação-modelo. Para Hegel, “o fim da história corresponderia a todas as realizações e feitos da humanidade em várias áreas. O estatuto de uma “final history” envolveria assim que se tivesse um Estado de regime democrático em que o próprio regime se teria re-

alizado a si mesmo (visto que os objectivos do seu programa político estariam cumpridos). Na contemporaneidade, fala-se em “pós-história” em sintonia com “pós-modernidade”, o período da história entre 1970 e 1995 em que se destaca o pensamento “pós-moderno” (Hirokoi, 2007b: p. 178 in Lunning [Ed.], 2007), cujo mundo já não tem “grandes narrativas”, sustenta Mizuno (p. 180 in Lunning [Ed.], 2007). Há progresso com registo histórico marcado por rupturas. Mesmo não se quebrando os ciclos históricos, verdade é que há algo novo no registo da humanidade com o aparecimento de registos diversos, “histórias” de áreas múltiplas que já não conseguem conter, explicar; em suma, lidar com a especialização dos diversos domínios da vida humana atravessados pela especialização da tecnologia. O pós-modernismo é a fase em que questionamos o poder dos discursos que nos rodeiam (Hans Bertens, 2005: p. 7).

Do ponto de vista da Modernidade, a pós-história é a fase seguinte à história unívoca da humanidade; paralela à pós-modernidade, a era da renovação e do imperativo tecnológico, científico e artístico que deixou de se submeter a uma narrativa grandiosa (Washburn: p. 150 in Lunning [Ed.], 2009). Nesta senda, Fukuyama diz que, “(...) no entanto, o que [sugeri] que deveria chegar ao fim não é a ocorrência dos eventos, mesmo grandes e sérios, mas a História: isto é, a história entendida enquanto processo singular, coerente, evolutivo, ao considerar-se a experiência do povo em todos os tempos” (2002: xii, tradução nossa). Assim, o fim da história não tem que ver com o seu aspecto terminal mas, em vez disso, com o facto de todas as grandes questões terem sido resolvidas, o que deixa de parte a hipótese de um Juízo Final, apesar de também não lhe responder. Tendo a História respondido a todos os grandes propósitos, tal como Lyotard bem refere em *La Condition Post-Moderne* (“A Condição Pós-moderna” [1979]), deixa de existir uma “meta-narrativa”, uma representação total englobando (Hans Bertens, 2005: p. 4) todos os aspectos do humano enquanto projecto, acima de tudo originado pelo surgir de outras narrativas (que não as de índole civilizacional, nacional ou hierárquica).

Parte das *anime* incide sobre lugares em transformação, expondo narrativas de ficção científica em que a humanidade vive momentos para além da história singular. Projecta-se a “continuidade na descontinuidade” (Walker: p. 6 in Lunning [Ed.], 2009). Nas cenografias do “género apocalíptico”, as temáticas sobre as distopias, as metatopias e o pós-humano têm implícito o fim da história e evidenciam o “último homem”. Em *Conan Future Boy* assiste-

se ao fim da história, o fim do mundo. “Conan”, o protagonista, é o último homem-modelo. *Gundam*, de Yoshiyuki Tomino (1979), elege o robô colorido RX-78-2 – idêntico ao soldado da escola Kanō do período *Edo* – como a “espécie” característica do século universal 0079, um futuro além da nossa história (Tatsumi: p. 195 in Lunning [Ed.], 2008). Em relação a ficção científica japonesa, autores como Hiroki (2007: p. 78 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007) acreditam na necessidade de uma “grand narrative” e de uma “grand vision”. Narrativa e atitude visionárias são urgentes. No contexto dos argumentos de Fukuyama, o fim da “grande narrativa” de reunião das humanidades, tal como o fim da história, não remete para o “fim do mundo” mas para a necessidade de uma “pós-história”. O que está em causa é ir além da incoerência de uma história unificadora e linear, incapaz de registar tudo o que acontece. Peter Sloterdijk (2002) utiliza a expressão “cultura pós-histórica do pânico” para sustentar que esta “(...) seria a única alternativa à civilização da mobilização histórica que, mesmo agora, já não tem história à sua frente, mas apenas uma contagem decrescente” (p. 86). Neste ponto, há que destacar a “pós-história” em detrimento da história total. Visto que não aconteceu uma grande mobilização histórica nesta civilização, a cultura pós-histórica do pânico sucede. Em vez do discurso da meta-narrativa, temos os novos discursos, das outras narrativas. Thomas LaMarre (2008) vê na *anime Final Fantasy: The Spirits Sítio* uma obra em que se trabalha a questão do “pânico global” (p. 81 in Lunning [Ed.], 2008). Nesta animação, a Dra. Aki Ross é atormentada pelos sonhos dos Phantoms, alienígenas sem planeta ou sem história global.

Falemos ainda do prefixo “pós”, subjacente ao conceito de “pós-moderno”. Discutem-se o “pós-humano”, a “pós-história”, a “pós-modernidade”; todos os “pós” implicam um estágio de “post”, de “póstumo”, algo novo que suplanta o que terminou. Por isso, convém lembrar que Paul Virilio argumenta que se exige “(...) a invenção de uma grande óptica de substituição” (1999: p. 24). Urge uma nova forma de ver a realidade porque, depois do holocausto e das guerras que assolaram o século XX [sem contar com o “11 de Setembro” à data destas afirmações], urge uma óptica nova de substituição. Virilio fala, além disso, em “horizonte de substituição” (1999: p. 24) do mesmo modo que refere um “horizonte negativo” (Virilio, 1984), respectivos à explosão nuclear. Falta um horizonte novo que apague o “horizonte negativo” da era nuclear, que se sobreponha e represente o pós-nuclear. Sabe-se que o pessimismo é anterior, prevalecendo na contemporaneidade desde o

final do século XIX. Acerca desta matéria, Fukuyama é muito incisivo, pois diz que o pessimismo “(...) não é acidental mas decorrente dos acontecimentos políticos verdadeiramente terríveis da primeira metade do século XX – duas devastadoras guerras mundiais, a ascensão das ideologias totalitárias, e a ciência voltada contra o homem sob a forma de armas nucleares e poluição ambiental. As experiências de vida das vítimas da violência política do passado século (...) negam que tenha havido tal coisa como progresso histórico” (2002: p. xiii, tradução nossa). Conclui-se destas declarações de Fukuyama que o progresso não susteve a devastação.

A história chega ao fim, na perspectiva de Fukuyama, porque o reconhecimento, que era o desejo das classes sociais, atinge o seu culminar com o processo histórico da democracia e da liberdade (a “‘Americanização’ do Mundo” [Wong: p. 42 in Lunning (Ed.), 2006]). Dinamizando-se esse reconhecimento mútuo, a força motriz da História chega ao seu fim através da universalização desse mesmo processo, isto é, pelo que hoje se apelida de “globalização”. Está em jogo a legítima operação de reconhecimento mútuo do Outro (sujeito, comunidade, nação ou federação de Estados). Compreende-se, desta forma, que o Japão usa a *anime* para que seja reconhecida a sua cultura. Soma-se o vazio de uma narrativa total orientadora, a ideia de progresso tecnológico como fundamento histórico. Na era da pós-história e da cultura “pós-apocalíptica” assiste-se a um novo *renascimento* cultural, económico e *mediático* que é premente destacar. As marcas da pós-modernidade ainda são evidentes na era do contemporâneo renascimento da Ásia, dado ser na cultura pós-moderna que surgem novas características formais através da nova ordem social e económica; o que se pode definir como modernização, sociedade do espectáculo [Debord], pós-industrial [Alain Touraine e Daniel Bell (1973)], dos *media*, do consumo [Baudrillard] ou do capitalismo multinacional (Fredric Jameson [1991: p. 113] in Hans Bertens, 2005: p. 155).

3.3.2 O Renascimento Asiático

Já vimos como a modernização do Japão se fez com um *tour de force* norte-americano no século XIX. Sabemos que, entre a reforma (1868) que catapultou o Japão para a modernidade (1919) e o Japão próspero (1980), há o hiato dos bombardeamentos (1945) nucleares. É na Ásia que o novo “Renascimento”, o da contemporaneidade, tem lugar. E o homem que “renasce” não é “o úl-

timo homem” de Fukuyama, e nem tão-só se trata de invocar o tema de “uma época final”. Ao seguir-se a perspectiva que Fred Polak (1973) tem do Renascimento europeu, aceita-se que o “homem do Renascimento seja mesmo o ‘outro’ homem” (p. 86, tradução nossa). Polak acredita que a “imagem do futuro” do homem é um meio, um *médium*, através do qual se “ilumina” a história a partir do futuro; é nisso que se alicerça o renascimento (Polak, 1973: p. 79).

No filme *The Animatrix*, a versão animada de *The Matrix*, existe um episódio importante apelidado justamente de *The Second Renaissance*, relativo precisamente à nova alvorada do homem-máquina. A “imagem do futuro” patente em *The Animatrix* é uma distopia. Porém, o “Segundo Renascimento” de *The Animatrix* e o “Renascimento Asiático” proclamado por Peter Sloterdijk (2002: p. 61) partilham alguns elementos comuns. Em primeiro lugar, o renascer da Ásia é uma “segunda Renascença” porque já houve um Renascimento na Europa e, em segundo lugar, a Ásia que renasce fá-lo mediante tecnologia, ciência e modernização. Na animação de *The Animatrix* as máquinas são o centro do universo e questiona-se o papel da humanidade, a qual não é apenas secundária, mas também uma humanidade autora de máquinas. Se invocarmos os argumentos de Morley & Robins (2004) acerca do povo japonês, notamos que “alienígena”, “bizarro” e “não-humano” são algumas das designações empregues nomeadamente em relação aos *otaku*. Há, portanto, uma correspondência entre *The Animatrix* e a visão progressista e tecnocrática da Ásia. À primeira “Renaissance” corresponderia o antropocentrismo e à segunda o tecnocentrismo. Contudo, o modelo do humano não desaparece, porque mesmo em *The Animatrix* as representações virtuais e os robôs baseiam-se na antropomorfização. Apesar de, noutras animações, a humanidade integrar a “lógica uterina” das máquinas (*Neon Genesis Evangelion*), *The Animatrix* foca consistentemente na sua ficção científica o novo Renascimento. Mahiro Maeda, *et al.* (2003) divide *The Second Renaissance* em duas partes. Logo na “Part I”, menciona-se um registo histórico, um ficheiro que conta como as máquinas incorreram no apocalipse: “Bem-vindo ao Arquivo Zion. Seleccionou o ficheiro histórico número 12-1: A Segunda Renascença. No princípio, houve o Homem, e isso, durante algum tempo, foi bom. No entanto, as chamadas ‘sociedades civis’ da humanidade depressa se tornaram vítimas da vaidade e da corrupção. Então, o Homem criou a máquina à sua própria semelhança” (2003, tradução nossa). Após esta introdução pelo computador

de voz feminina, ficamos com a ideia de que as máquinas são a solução. Mais adiante, o narrador acrescenta:

“Thus did man become the architect of his own demise. But for a time it was good. The machines worked tirelessly to do man’s bidding. It was not long before seeds of descent took root. Though loyal and pure, the machines earned no respect from their masters, these strange and loosely multiplying mammals” (2003).

A perspectiva das máquinas como algo construído à imagem do homem é um acto de deificação do próprio humano, na medida em que revela não um homem feito à imagem de Deus mas, em vez disso, máquinas feitas à imagem do homem. Segundo Polak, até o Renascimento Mediterrânico recupera dos deuses o centro da “imagem do futuro” para o reino do homem (1973: p. 27).

O perigo da “nova Renascença”, como é ficcionado por *The Animatrix*, nesta sua primeira parte, pressupõe que o homem tenha criado o seu fim, abusando de máquinas que acabam por se emancipar. É-nos dito que as estas confrontam o humano e que por isso mesmo se refugiam na sua “terra prometida”, segundo o narrador:

“They settled in the cradle of human civilization, and thus a new nation was born. A place the machines could call home, a place they could raise their descendants. They christened the nation ‘Zero One’. ‘Zero One’ prospered, and for a time, it was good. The machines’ artificial intelligence could be seen in every facet of society, including the creation of new and better AI” (2003).

Este novo espaço vinca o aparecimento da nação-máquina Zero One, o *país das máquinas*. Zero One é o nome do derradeiro *habitat ciborgue*, um território onde a Inteligência Artificial pode prosperar. Num dos momentos mais polémicos de *The Animatrix*, ficamos a saber que as Nações Unidas aprovam sanções económicas para bloquear o dito reduto das máquinas, o qual fica isolado. As máquinas são deixadas a seu próprio cargo e critério, máquina para máquina. O que torna *The Animatrix* peculiar é esta mostra do “Estado das Máquinas” emergentes, onde ficamos a conhecer as combativas “extensões do homem” (Singer, 2009: p. 13).

O Renascimento é, para Polak, um “Renascimento do Utopismo”. Renascer é pensar no lugar onde o mundo perfeito pode recomeçar. Por ser adepto da tese de que Renascimento e Futurismo estão ligados, Polak aponta um *devir-imagem* do mundo futuro enquanto Renascimento. Assim se “posiciona a Renascença como um mundo entre dois mundos” (Polak, 1973: p. 79) porque a nossa época é a aquela em que as “imagens do futuro” encontram a sua expressão mais pura. Em geral, os Renascimentos incluem um pensamento “retrospectivo e prospectivo” (Boym, 2001: p. 168), consideram passado e futuro; “elementos nostálgicos e novos” (Polak, 1973: p. 95). No entendimento de Sloterdijk, os Renascimentos são “(..) presentificações de antigas culturas sob um signo novo” (2002: p. 59). Quanto ao Renascimento Mediterrânico, este é definido pela invocação do pensamento greco-helénico. À época do Renascimento do Ocidente mediterrânico sublinha-se a data dos Descobrimentos Portugueses e de elaboração da cartografia do globo terrestre. Em 1543 os Portugueses levaram armas para o Japão (LaMarre, 2009: p. 91). Um “mundo novo” aguardava os europeus na América. O homem era o centro do universo (Polak, 1973: p. 27), como demonstra visualmente a imagem de Leonardo da Vinci, *O Homem de Vitruvius* (circa 1492-97); no Renascimento Ocidental do *Quattrocento* revelaram-se novos caminhos para as humanidades, instituindo-se o antropocentrismo no contexto europeu. Polak explica que o segredo da Renascença baseada nos motivos helénicos é a eterna harmonia da sua “imagem do futuro” (1973: p. 19). Este autor desenvolve, aliás, o argumento de que toda a cultura helénica está imersa na sua “imagem do futuro”; estátuas e templos, mitos e cidades-estado eram representativas da harmonia entre dois mundos (Polak, 1973: p. 26), e que são a luta paradoxal que envolve libertação de e para o passado. No contexto do Renascimento Mediterrânico, o passado é simultaneamente a Idade Média e a Antiguidade (Polak, 1973: p. 79). O Renascimento Asiático” de que fala Sloterdijk situa-se entre dois mundos, o passado Ocidental e a Antiguidade Asiática. Sloterdijk (2002) fala também em “Renascimento Asiatizante” no seguinte excerto:

“(...) o renascimento asiatizante vai muito para além daquilo que aconteceu no renascimento helenizante dos primeiros tempos da mobilização burguesa, e que é diferente e mais do que uma

citação cultural que, reportando-se à norma do antigo, pretende desencadear algo novo e sem precedentes” (p. 63-64).

De facto, este movimento desencadeia algo mais. No Japão sabemos ser importante o *On* (um tipo de dívida face aos Antigos, os mais idosos, enfim o passado cultural). Renascer para os japoneses depois de 1945 teve como princípio agir de modo diferente. É Benedict (2005) quem constata que as nações orientais agem de forma não comum: são devedoras às eras, respondem perante a civilização ao longo do tempo (p. 98).

Houve momentos na história em que o mundo burguês demonstrou interesse pelo Oriente, nomeadamente entre os séculos XVIII e XIX. Tudo o que seria eventualmente importado da Ásia era sintomático de evolução, educação, e cultura. Sloterdijk sublinha que “(...) o Ocidente passa por uma ‘asiatização’ cultural, para a qual não há paralelo histórico” (2002: p. 58). Se antes as imagens do Renascimento Helénico se disseminavam no mundo mediterrânico devido às ímpares “imagens do futuro” (Polak, 1973: p. 33), agora as imagens do Renascimento Asiático prosperam nos *media* globais.

O Renascimento Asiático acontece com um renascer económico. Sugimoto, em *An Introduction to Japanese Society* (2003), relewa o “Capitalismo na Ásia” (p. 24, tradução nossa). Afinal, há um novo “crescente fértil” nas economias chinesa e nipónica, em particular, e na Ásia, em geral. Na nova expansão da Ásia, os países emergentes no contexto da globalização aderem à economia de capitais livres e propagam um interesse pela Ásia como se esta fosse um continente perdido. Tal interesse é a “asiomania” de que nos fala Sloterdijk (2002: p. 59), pautando-se por um exotismo episódico. Explica Prabhu Gupta que, agora, “está na moda” falar do século XXI como se fosse o “século Asiático”, elegendo-se a China como a próxima potência, económica e militar (in Singer, 2009: p. 243). Ao estar “em voga”, a Ásia mostra-se como o novo epicentro, a imagem da performance do futuro. Aceita-se de Singer (2009) o argumento de “a performance do passado não se traduzir necessariamente em performance idêntica no futuro” (p. 240, tradução nossa). A explicação é proporcionada por Sugimoto, que defende, no contexto das emergentes economias asiáticas (desde 1980), haver a possibilidade de um “Capitalismo Confúcio”, no qual o imperativo ético da obediência às autoridades e a enfatização da devoção sem limites no labor levou a um desenvolvimento distinto do tipo Ocidental mas veiculador de grande cresci-

mento económico. “Premissas similares emergiram das rubricas do ‘modelo da Ásia Ocidental’, do ‘Capitalismo Oriental’, do ‘Século do Pacífico’, e assim em diante. A estrutura económica japonesa é vista como a mais refinada e polida deste tipo” (Sugimoto, 2003: p. 21, tradução nossa). Neste âmbito se discutirá a “japonização”. E é claro que, na era da Ásia renascida, o O homem japonês é um novo homem [do Renascimento] e “(...) está pronto para tentar re-criar o mundo só por si” (Polak, *op. cit.*: p. 81, tradução nossa).

3.3.3 A Japonização

A razão pela qual se trata a questão da “Japanization”, ou seja da “japonização”, depois de se abordar a do “Renascimento Asiático”, deve-se à pertinência do argumento de Sugimoto. Quando o autor diz que a estrutura económica do Japão é considerada a mais refinada e aperfeiçoada deste tipo (entre as economias asiáticas), é sinal de que há algo peculiar no modo japonês de lidar com o progresso. Um dos mais conceituados autores nipónicos, Harumi Befu, repara no Renascimento Asiático e na asiaticização de que fala Sloterdijk. Befu identifica o “japonismo” – a difusão de *manga* e *anime*, cozinha japonesa e *karaoke* – como parte de um fenómeno recente que apelida de “Asiatização do Ocidente” (in Wong: p. 27 in Lunning [Ed.], 2006). Nesta matéria, destaca-se a diferença característica dos idiomas asiáticos. Polak (1973), relativamente às “imagens do futuro”, assume que “podemos dizer que o futuro comunica hoje connosco numa linguagem estrangeira” (p. 183, tradução nossa).

No entanto, não é da futurologia de Polak que advém o termo de “japonização”. É num texto de Agamben que Kojève utiliza este termo, no contexto da recente interacção entre Ocidente e Japão que, por sua vez, “(...) levará finalmente, não à rebarbarização dos japoneses mas, em vez disso, à ‘japonização’ dos ocidentais (...)” (cit. in Agamben, 2004: p. 11). A dupla Morley & Robins (2004) faz uma abordagem ao tema, sublinhando o aspecto de “futuro” ao teorizar que, “se o futuro é tecnológico, e se a tecnologia se “japonizou”, então o silogismo sugere que o futuro seja também japonês” (p. 168-169). O tema da “japonização” é focado por vários autores, como se tem constatado, e Befu não é excepção, pois salienta que, apesar de a ‘japonização’ ser um conceito único, este não deixa de ser paralelo a conceitos como “Occidentalização” e “Americanização”, os quais são por vezes sinónimo de “Globalização” (in Wong: p. 42 in Lunning [Ed.], 2006). No século XX, McLuhan já tinha verifi-

cado que “o homem ocidental está a ser ‘des-ocidentalizado’ pela sua própria aceleração” (1994: p. 92), isto é, a “des-ocidentalização” do homem deve-se ao seu próprio ritmo e velocidade. Bertens é mais conciso, pelo que enuncia ser um paradoxo que o desaparecimento virtual do espaço como barreira não se traduza numa expectável homogeneidade (2005: p. 219).

Dentro do universo da cultura gráfica de *manga*, o investigador Scott McCloud nota que, na última década, os norte-americanos têm assistido a uma grande “afluência” de banda desenhada japonesa traduzida, a qual tem tido uma notória “influência” nos artistas “americanos”, tal como os criadores de *manga* se têm apropriado de “influências” ocidentais (1996: p. 48). Como já vimos, o renascer da Ásia é simultaneamente económico e cultural, e o Japão não escapa a essa dicotomia, mesmo sendo o país exemplar da Ásia emergente. Na perspectiva de Tatsumi, “hoje em dia Oriente e Ocidente têm o ‘otaku’ em abundância; atingimos ironicamente o ponto a partir do qual nos podemos declarar todos como ‘japonóides’” [“Japanoids”] (p. 194 in Lunning [Ed.], 2008). Embora “japonóides” pareça um termo pejorativo empregue por Tatsumi, não o é. Tatsumi cria o neologismo com base em “japonês” e em “andróide”, daí o resultado ser “japonóide”. A maior parte dos autores aborda o tema da “japonização” de um modo diferente. Aproximar a figura do japonês da figura de máquina é uma abordagem também singular e que se encaixa no âmbito de análise de uma videografia das máquinas, desta *Galáxia de Anime*.

Outras questões sobre o mundo que foi “japonizado” [“Japanified”] aparecem em autores como Miyao (p. 88 in Lunning [Ed.], 2007). Thomas LaMarre utiliza o mesmo termo para formular uma questão bastante pertinente: “É o cinema que ‘ocidentaliza’ o Japão ou é o Japão que ‘japoniza’ o cinema?” (cit. in Miyao: p. 98 in Lunning [Ed.], 2007). No entanto, tal pergunta carece, por parte do autor, de uma resposta, a qual deverá ser relevante e esclarecedora. Miyao fala em “japonização” (p. 97 in Lunning [Ed.], 2007), mas sem ver maiores implicações do significado do termo. Nesse ponto, é Sugimoto quem, em três palavras apenas, invoca o “Japão Além do Japão” [“Japan beyond Japan”] (2003: p. 207), e que adiciona que a “sociedade japonesa contemporânea é confrontada com duas forças antagonísticas; a do estreito etnocentrismo e da internacionalização livre” (*Idem, Ibidem*: p. 185). A via da “internacionalização livre”, o caminho da abertura ao exterior, é o caminho da “japonização”, de se tornar japonês o que antes não o era. Sonia Bibe Luyten (1991) acredita, em relação à *manga*, por exemplo, que “(...)

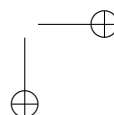
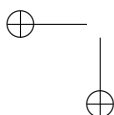
os japoneses souberam adaptar – ou seja ‘ajaponesar’ o conteúdo das histórias para o gosto local” (p. 35). Deste modo, o termo utilizado por Luyten é “ajaponesização” e acarreta uma aceitação do modernismo ocidental, uma continuação dos formatos vigentes para contar histórias para as massas.

O renascimento que floresce na Ásia tem na “japonização” um modelo de novas modas e de uma economia dedicada à tecnologia. Para se compreender a expansão do Japão, é necessário compreender que este crescimento coincide com a era da globalização, sendo os produtos o compasso do efémero no Oriente. Actualmente, o Japão ainda se apresenta como se tivesse uma enorme necessidade de ser respeitado e admirado pelo resto do mundo, algo que Benedict constatou no pós-guerra (2005: p. 173).

Quando Gilles Lipovetsky, na obra *O Império do Efémero: a Moda e o Seu Destino Nas Sociedades Modernas* (1989), refere que “(...) a moda é sempre os outros” (p. 15), está também a dizer que a moda é determinada pela alteridade, pelas outras pessoas exteriores ao indivíduo. Mas, se recordarmos a forma como Benedict aborda o tema da identidade japonesa no contexto das nações e o ponto de vista de Sloterdijk relativamente à “Ásia renascentista” e à “asiomania”, podemos concluir que, em primeiro lugar, a “japonização” é sintomática da internacionalização do Japão, da apropriação de elementos ocidentais tornados japoneses e, em segundo, para o Ocidente, o Japão, como toda a Ásia, representa o novo, uma cultura diferente. E não é por acaso que o Japão está “na moda”: o “cool” japonês, a imagem e a tendência atractiva, levam a que se aprenda mais cultura japonesa. Allison considera igualmente importante saber-se que a origem deste “cool” é o Japão, um país real que inspira fãs a aprender cultura, linguagem e história japonesas (p. 16 in Lunning [Ed.], 2006). O Outro [*tasha*] (Mizuno: p. 177 in Lunning [Ed.], 2007), neste caso, é o Japão, um ambiente de onde emergem novidades saturadas que trazem consigo o carimbo da “marca Japão”, promovendo ícones de *anime* com um carácter superlativo. Para quem se interesse por cultura japonesa, a *anime* é uma forma de arte fascinante, dispondo de uma estética e narrativa singulares, reportando-se ora à tradicional cultura do Japão, ora aos *media* avançados (Napier, 2001: p. 8). São as características singulares da *anime* que fazem de si um baluarte da japonização. Essas mesmas características encontram-se na *manga*, tendo sido responsáveis por tornar acessível a banda desenhada em toda a Ásia. Até em Hong-Kong, uma área sob influência da República Popular da China, a *manga* obtém sucesso. Wong acredita que o conceito de



“semelhança cultural” ou de “proximidade cultural” nos ajuda a compreender a grande popularidade da *manga* na “Ásia” (p. 35 in Lunning [Ed.], 2006). É precisamente o modelo refinado económico do Japão e a sua “proximidade cultural” com os restantes países na Ásia que favorecem o contínuo aumento da japonização, sendo a *manga* e a *anime* um instrumento desse fenómeno.



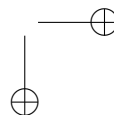
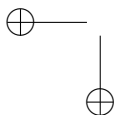




Capítulo 4

A GALÁXIA DE ANIME

A *Galáxia de Anime* é a designação atribuída à totalidade de “constelações” de animação japonesa: sistemas de narrativas e personagens, mitologias fabricadas para exibir uma história de ficção coerente. Influenciados pela tecnologia, mundos de fantasia e por ficção científica, os artistas (desenhadores, animadores, produtores ou realizadores) impulsionam uma cultura que se expande com códigos tomados de empréstimo da fotografia e da cinematografia. Mas, ao surgir em meados do século XX, a *manga* tem tempo suficiente para obter maturidade e suscitar o aparecimento da *anime*. Na *Galáxia de Anime*, os artistas nunca se afastaram dos motivos tecnológicos. Os robôs e os computadores partilham a mesma técnica e linguagem digital. Relativamente aos videojogos, há uma actualização e um culminar do motivo técnico; o espaço do jogo é o espaço técnico por excelência. Formulamos uma *Galáxia de Anime* com base em imagens técnicas e globais, sabendo que os novos *media* como a Internet, os videojogos e as plataformas portáteis digitais se convertem em extensões dos meios clássicos para que se contem histórias, sendo essa a arte que Scott McCloud atribui à *manga*: uma tecnologia de “story telling”, individual e colectivamente purificadora. Em Thouny, aprendemos a distinção entre “subjectividade individual” e “subjectividade colectiva” (p. 123 in Lunning [Ed.], 2009). É por isso que a *manga* é muito lida por adolescentes (Luyten, 1991: p. 65). A pedra basilar da *anime* é essa tecnologia “medial”, a sua natureza gráfica, cinemática e propícia aos novos meios. Para Virilio a comunidade é intersubjectiva (2010: p. 78). Nos novos meios, o sujeito in-



dividual participa nesse tipo de comunidade, uma “subjectividade colectiva”, não sendo, deste modo, o sujeito central mas, antes de mais, “uma série de ‘pequenos nodos subjectivos’”, o que, para LaMarre (2009: p. 107, tradução nossa), é a quintessência da situação pós-moderna. Os paradigmas de “irrecusável sistematização do mundo pós-moderno” (Hans Bertens, 2005: p. 224) e de “subjectividade colectiva” ou “nodal” permitem que o universal seja intrínseco à *anime*, já que esta é um novo meio em si – um meio global. O argumento de Bolton et al. (2007) de que a *anime* é uma “cultura juvenil global”¹ (p. vii in Bolton *et al.* [Ed.], 2007, tradução nossa) reúne consenso entre autores como Napier e LaMarre, já que esta cultura tem crescido na Ásia, de Hong-Kong a Taiwan (Wong: p. 29 in Lunning [Ed.], 2006). Primeiro em versão bicolor na TV japonesa e, mais tarde, em versão colorida transmitida fora do Japão, *Astro Boy* torna-se a face da *Galáxia de Anime*, a superfície de uma cultura que deixa a sua fase exclusivamente literária e gráfica para se revelar, pela estética “animética” (LaMarre, 2009), próxima do audiovisual mais avançado. Um país respeitado pela qualidade dos seus produtos, como é o Japão, tem no final do século uma impressionante fase de globalização da *anime*. Politicamente, a aplicação da *kokusaika* contribui para melhorar a internacionalização do Japão e promover a animação. Associada à *anime*, toda uma panóplia de artigos segue o rumo global, nomeadamente livros, filmes, brinquedos convencionais e electrónicos, estátuas de coleccionador e “merchandising” congénere, como Poitras refere: “toda uma subcultura cresceu em torno da *anime* e das formas de entretenimento relacionadas (...)” (2001: p. 7, tradução nossa). Entre a *anime* e os artigos complementares, existe uma transição entre brinquedos adaptados a filme de animação e imagens que emergem da bidimensionalidade dos ecrãs – os brinquedos físicos. No limbo, situam-se os videojogos, simultaneamente imagens e brinquedos, entretenimento electrónico, *new media*.

Cada imagem parada, animada ou interactiva de *anime* tem normalmente personagens grotescas e o seu antípoda, as bonitas figuras *kawaii*. São estas figuras infantis e simpáticas que delicias o público, originando ícones bonitos de colecção e estátuas inquietantes, algumas próximas da figura humana, ligeiramente distorcidas, tão ímpares quanto sinistras, repetindo uma estética própria; em produtos populares e entretenimento sofisticado, passando-se por

¹“Global youth culture, no original (N. do T.).

jogos de cartas e videojogos, cinema, jogos de tabuleiro e “action figures”. *Manga*, *anime* e videojogos deixaram de parecer estrangeiros [*gaijin*]. Cópia a cópia, edição após edição, série após série – considerando a lógica de obra, sequência e trilogia – é a natureza repetitiva que nos permite identificar o código, os signos. Afinal, não pode haver código sem repetição (Barthes, 1984). Segundo McLuhan (1994), a base da repetição, da iterabilidade, advém da produção em série, originalmente parte da linha de montagem da tipografia. Neste sentido, invocamos a existência de uma *Galáxia de Anime*, não somente potenciada pela *indústria cultural avançada*, mas sobretudo pela robótica, a qual figura na *anime* como elemento narrativo crucial, o robô que simboliza a produção em série. Hans Bertens emprega o conceito baudrillardiano de “se-miurgy” [de semiótica e demiurgo] para dizer que a produção industrial cedeu à sinistra produção de signos (2005: p. 10). O robô é o herói da *Galáxia de Anime* e representa a estrutura de produção da *anime*. O robô permanece desde a década de 60 como “*leitmotiv*” (expressão de Barthes, 1957) na *anime*, ao ponto se imiscuir com a mensagem deste *medium*. Os robôs são abordados na *anime* para consolidar uma “imagem do futuro” que é robótica. Esta é, acima de tudo, uma extensão do computador. Os japoneses pretendem construir computadores universais, dispositivos de *media* antropomórficos. À medida que se assiste ao *Renascimento Mediático* do Oriente, constata-se que a cultura japonesa se encontra saturada de imagens de personagens *anime* em séries de TV, OVAs, canais “on-line”, publicidade e música popular. Napier (2006), alias, defende: “Anime, manga e videojogos (...) são todos exemplos deste novo poder que, por motivos vários, começou a exercer uma enorme influência no consumo mundial de cultura popular” (p. 52 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Além disso, detecta-se ruído icónico, sobretudo nos espaços metropolitanos onde, para os japoneses, é normal aviões descolarem pintados de bonecos *Pokémon*, assim como cobrirem-se edifícios de ilustrações de *Escaflowne The Movie: A Girl in Gaia* (Kazuki Akane, 2000) ou autocarros com anúncios da série *Cowboy Bebop* (Shinichiro Watanabe, 2001). Na paisagem urbana do Japão, o ícone bonito da *anime* torna a cidade mais invulgar, fragilizando a fronteira entre real e animação. Enquanto nos EUA a *anime* é cada vez menos uma subcultura, no Japão é um meio predilecto, crescentemente visto como uma forma de arte intelectualmente desafiante, como a quantidade de textos académicos sobre o tema atesta (Napier, 2001: p. 4). Indubitavelmente, a *anime* é um meio que conquista adeptos com as suas ima-

gens globais, figuras cativantes e narrativas que se propagam em vários novos meios.

4.1 IMAGENS GLOBAIS

4.1.1 A Animação é um Novo Meio

Inclui-se a *anime* na esfera dos novos meios pelo facto de ser exibida em novos formatos, além do visual, em ecrã. Integrada no *ambiente-de-media* do nosso tempo, a *anime* apresenta-se como um meio especial, que não se afasta das referências ao formato papel da *manga* e que tem um público mundial. Embora a *anime* conquiste um mercado universal e exponha elementos da cultura japonesa, esta, por sua vez, é muito mais do que aparece na *anime*. Um especialista neste género de animação, Hiroshi Yoshioka, resume: “A *Anime* não é os japoneses, embora mostre a sua cultura” (2008, tradução nossa).

Faz parte do imaginário da *anime*, das suas mitologias e iconografias oscilar entre o moderno e o antigo. São imagens que rasgam a Antiguidade e brilham incandescentemente no topo do pós-moderno. O grafismo de alta precisão é um *recorte gráfico multiforme* que se inscreve no ecrã como uma caligrafia de nova geração. Vem do futuro de ficção científica esta imagem da *multidimensionalidade*, do “Império Dos Signos” (Barthes) que se exhibe como uma substância nova e lúdica; a interactividade expressa na *anime* abusa criativamente de um sentido imperial da encenação, do jogo teatral.

Em termos de teoria dos *media* em si, a *anime* pode ser definida como Napier o faz: “(...) ‘anime’ é um ‘medium’, não é uma só série de televisão ou filme, e nem sequer um género único” (2001: p. 245). Lev Manovich emprega, em *The Language of New Media*, o conceito de “metamedium” (2001), onde coloca a hipótese de um super-meio ser capaz de absorver tudo. Tem-se na *anime* essa capacidade de integração total, porque a animação inclui ficção e comunicação, abrindo espaço ao fantástico, à fantasia e ficção científica. Esse espaço livre do *médium* animação releva do facto de o meio não se encontrar limitado por uma obrigação em representar fidedignamente o real (Napier, 2007: p. 106 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). A perspectiva de Polak (1973) é mais ampla, explicando o autor que “a arte é o meio por excelência para se transporem imagens do Outro mundo para este mundo” (1973: p. 3, tradução nossa). Ao referir a “arte”, está a incluir as imagens. No entanto, ao

mentonar a “transponibilidade” das imagens do outro mundo, Polak entende as imagens como “máquinas do tempo”, veículos para narrativas sem espaço, para histórias do futuro, do que ainda não aconteceu. Neste contexto, a definição de *manga* para Frederik Schodt (2002) é de salientar pelo seu carácter precursor: “Hoje, as *manga* são um tipo de ‘meta-media’ no núcleo de uma gigantesca máquina de fantasia” (p. 20, tradução nossa). Manovich refere o “metamedium” e Schodt fala em “meta-media” – o primeiro fala no singular e o segundo no plural. Ainda que o conceito mais aplicável à *anime* seja o de “meta-medium”, proposto por Manovich (uma vez que a *anime* é um meio global e engloba vários elementos e subgéneros), o que Schodt diz sobre a “gigante máquina de fantasia” é pertinente. O sustento do carácter global da *anime*, tal como na *manga*, é a produção massiva. Na era da abundância, no pós-guerra, preparou-se o mundo para a expansão mundial da *anime*. Adiantamos Sugimoto que a “geração da prosperidade” cresceu na fase inicial do “revolucionário ambiente de informação”, dominado por aparelhos electrónicos tais como telemóveis, redes de televisão por cabo e de satélite, sistemas de som digital, a Internet, FAX e processadores de texto (2003: p. 76, tradução nossa).

No que se pode argumentar acerca de conteúdos, Bolton *et al.* (2007) providenciam a resposta ao associar os *media* à ficção científica, a qual “(...) entrou na cultural global através dos novos ‘media’ (...) e tem sido distribuída no mundo inteiro através das tecnologias de comunicação mais populares – televisão, cassetes de vídeo, jogos ‘arcade’, computadores e consolas de videojogos” (p. vii in Bolton *et al.* [Ed.], 2007, tradução nossa). Mais adiante, Bolton esclarece que os “novos *media*, além do mais, têm sido normalmente apresentados enquanto veículos de espectáculo com temas de ficção científica, o que reforça a sua aura futurística” (*Idem, Ibidem*, tradução nossa).

Ser um meio global é ser mais do que suporte, registo, um *médium* para inscrever e fazer circular narrativas. Thouny justifica que o que está a acontecer é uma “resingularização de subjectividades num devir narrativo colectivo” (p. 126 in Lunning [Ed.], 2009), ou seja, dentro do meio amplo e “galáctico” que é a *anime*, há espaço para o sujeito se reposicionar dentro da narrativa colectiva. A animação sobe de patamar a partir do momento em que é considerada uma linguagem. Hiroshi Yoshioka admite que “(...) a *anime* é comunicação. Os mais jovens comunicam entre si mediante *anime* se desconhcerem a língua” (2008). É esta capacidade de “internacionalidade” que

faz da *anime* um “meta-medium”. Atendendo à natureza ubíqua da animação, pode aplicar-se-lhe o conceito de meio “pós-geográfico”, um termo empregue por William Gibson no documentário *No Maps For These Territories* (2003), de Mark Neale, para explicar a escala “transnacional” da Internet na era das economias globais. Posto isto, dizer que a *anime* é “pós-geográfica” é defender a sua natureza ecuménica, a transponibilidade das suas imagens e textos além-fronteiras. A *anime* engloba um vasto leque de plataformas de *media*, convenções estéticas. Hoje é distribuída, circula “transnacionalmente” e é produzida também “transnacionalmente” (LaMarre, 2009: p. xiv). Para os japoneses, o símbolo de virtude era a espada, o que permitia viver num mundo mais livre e pacífico (Benedict, 2005: p. 296). Contudo, não é de um mundo onde o detentor de espada se protege do perigo que se fala agora, mas de um mundo onde, fora das fronteiras, existem mercados disponíveis para a “asiatização cultural”. Quanto a este aspecto, o mundo de hoje é marcado pela transponibilidade das imagens dentro de um “meta-medium”, pois estas circulam e ultrapassam os limites geográficos. “Apesar das suas indiscutíveis origens nipónicas, a *anime* existe cada vez mais como ponte de ligação [“a nexus point”] na cultura global; esta posição permite-lhe habitar um amorfo território de ‘new media’ que atravessa mesmo fronteiras nacionais” (Napier, 2001: p. 23-24). Para Napier, a identidade cultural do Japão veiculada pela *anime* é paradoxalmente uma “dentidade global”. Por isso, a *anime* é o produto estético ideal da contemporaneidade, situando-se na “linha da frente” da criação de um discurso cultural alternativo que trespassa categorias clássicas como “nativo” ou “internacional”, tudo isto para participar numa forma inteiramente nova e genuína de cultura global” (Napier, 2001: p. 236). Se recordarmos Polak, ficamos a saber que, de facto, “o domínio do futuro não tem fronteiras” (1973: p. 4), estando em causa redesenhá-las. Considera-se a *anime* um meio superior de comunicação, “pós-geográfico”, futurista e mundial. No entanto, também o factor “participação” é decisivo para incrementar o aspecto global. Henry Jenkins (2006) é defensor de que “a circulação de conteúdos de ‘media’ – mediante diferentes sistemas de meios, economias de ‘media’ rivais, e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação activa dos consumidores” (p. 3). Ubiquidade, acessibilidade e estética da *anime* têm tornado este meio um acervo de qualidade para o seu público, o qual é participante, adepto incondicional das imagens de subjectividade, das sequências que o fazem sentir-se transportado, dentro da animação e da narra-

tiva. Consequentemente, a *anime* prolonga o legado empreendedor da *manga*. Para Daniel H. Pink, a explicação para a popularidade da *manga* não é óbvia. Todavia, a *manga* emprega o futuro modelo de negócio para todo o tipo de *media* (*op. cit.*). Recusar o abandono das edições em papel (*manga*) tem sido importante para sustentar a *anime*. Expandir-la como modelo de negócio para outras áreas exclui a hipótese de rejeitar o formato de impressão. A “cultura da impressão [“print culture”] é idêntica mas não é igual. Sobre isso, Scott McCloud (1996) sustenta que “nenhum país tem todas as respostas (...), mas (...) os japoneses talvez possuam a ‘chave’ para pelo menos uma ‘parte’ crucial do ‘potencial escondido’ da banda desenhada” (p. 48, tradução nossa). Temos na *anime* um meio global porque esse trabalho já foi feito pela banda desenhada americana. É Wong quem manifesta essa posição, dizendo que “a banda desenhada e animação americanas, enquanto parte dos ‘media’ globalizados, têm uma longa história de exportação desse tipo de obras” (p. 23 in Lunning [Ed.], 2006). Todas as constelações de “merchandising”, brinquedos e artigos colecionáveis, canais de TV por cabo e “on-line”, jogos electrónicos e publicidade consomem-se numa nova “banda-visual” global. O Japão inaugura com a *anime* um meio visual global, uma instituição na qual as culturas se revêem (não apenas as asiáticas). Na génese deste fenómeno de representação global da animação está o fervilhante *ambiente-de-media* do nosso tempo. Através de Sugimoto (2003), ficamos a saber que “(...) o ambiente de informação constitui parte e parcela da sua [jovens japoneses] realidade diária. Esta geração não abandonou os meios impressos” (p. 76). Não é só a questão de os “print media” estarem em voga no Japão, sendo o que definitivamente vinca a exclusividade do Japão na animação algo que já existe na banda desenhada. Afinal, de acordo com Schodt (2002),

“Uma vez que o Japão é a primeira nação da Terra onde a banda-desenhada se tem tornado um meio de expressão completamente desenvolvido, há que colocar a questão: ‘qual o significado de os adultos obterem tanta da sua informação principal a partir de um meio de expressão que é uma forma de caricatura, que deliberadamente enfatiza a deformação e o exagero?’” (p. 72).

Quem nos fornece a resposta é Wong, por assumir que “a influência da ‘manga’ nas sociedades do sudoeste asiático é clara. Fora do Japão e da Ásia, a

visibilidade da ‘manga’ emerge evidentemente nos ‘meios correntes [“mainstream media”]” (p. 24 in Lunning [Ed.], 2006). Em suma, a globalização da *anime* não é um fenómeno súbito, como vimos anteriormente; o *ambiente-de-media*, o facto de a banda desenhada ser um meio de comunicação adoptado pelos japoneses à escala nacional, bem como a emersão da *manga* nos *media* principais, têm favorecido a *Galáxia de Anime*. Se não houvesse uma indústria e um contexto de comunicação onnipresente, a animação não se tornaria universal tal como tem sucedido. A resposta à forma como a ficção japonesa se converte em formato de comunicação é dada por Herbert Marcuse (2006):

“Se a sociedade estabelecida gere toda a comunicação regular, validando ou invalidando-a de acordo com requisitos sociais, então talvez os valores estranhos a esses requisitos não tenham nenhum outro meio de comunicação senão o anormal, o da ficção” (p. 251).

Portanto, se a sociedade estabelecida gere toda a comunicação em sintonia com os padrões vigentes, não existe melhor meio de comunicação que o da ficção. Ainda que seja vista como invulgar, segundo a afirmação de Marcuse, a ficção ainda não está esgotada na era da “indústria cultural” (considerando a época em que Marcuse publica estas afirmações: o pós-guerra).

No estilo de vida da geração global, está o epicentro da *anime*. Sugimoto (2003) conclui que “a geração global personifica a cultura global” (p. 74). Além disso, as imagens globais da *anime* têm sido capazes de impulsionar o Japão. Napier afirma que, através da *anime*, o Japão se tem transformado cada vez mais numa potência relevante no contexto da economia global (2001: p. 5). Hiroshi Yoshioka (2008) julga que a popularidade da *anime* (que, como já se constatou, partilha neste aspecto especificidades com a *manga*) se deve a uma questão de linguagem: “A animação japonesa, ou *anime*, é tão ubíqua que parece agora constituir uma linguagem universal na cultura ‘pop’ globalizada” (*op. cit.*, tradução nossa). Na perspectiva de Yoshioka, importa discutir a possibilidade da *anime* ter uma nova linguagem. O autor argumenta que “a *anime* tem uma linguagem unânime e global” (*Idem, Ibidem*). Note-se que as imagens facilmente identificadas com a estética e técnica da anime devem bastante ao subgénero “mecha”. As imagens universalmente reconhecíveis de animação de robôs de combate, de acordo com Frederik L. Schodt, contribuíram para exportar a imagem do Japão: “devido ao enorme sucesso, por parte

do Japão, em exportar animação de robôs guerreiros, as imagens japonesas têm hoje um cariz assaz internacional” (1988: p. 89, tradução nossa). As imagens de robôs em animação são protótipos de uma sociedade “mecatrónica”, “cartoons” de uma sociedade que ainda não existe num contexto real. Giorgio Agamben, no ensaio *A Comunidade Que Vem* (1993), estipulou que “‘tricksters’ ou vagabundos, ajudantes ou ‘cartoons’, eles são os exemplares da comunidade que vem” (p. 17), a qual tem características da animação como Agamben aponta. Nesta senda, os heróis da cultura popular, os ilusionistas e os mágicos, as personagens do folclore da ilusão e os “characters” deambulantes do reino da imagem são quem pertence a essa comunidade que vem. Entre as imagens provenientes da *Galáxia de Anime*, encontramos estes “bonecos”. Além destes, denunciados por Agamben, relativamente à comunidade, de Debord ainda se pode considerar o “espectáculo”, acerca da sociedade. É definido no livro *A Sociedade do Espectáculo* (1991), de Debord, o “espectáculo” como algo que se apresenta ao mesmo tempo como a própria sociedade, como sua parte integrante, funcionando enquanto “instrumento de unificação”. Sublinha Debord que, “enquanto parte da sociedade, ele [o “espectáculo”] é expressamente o sector que concentra todo o olhar e toda a consciência” (1991: p. 10). Dentro do corrente contexto da *anime*, é possível entender esta dimensão do “espectáculo”, na qual a sociedade real e os “cartoons” parecem ser uma só entidade. Também é um facto que a *anime* funciona muito como “instrumento de unificação”, de reunião social, como os jogos em rede. Encontram-se leitores, espectadores e jogadores de ficções japonesas nas ruas de Tóquio. Wolfgang Schivelbusch encoraja-nos a situar a leitura, o visionamento e o jogo (as interfaces leitor-*manga*, espectador-*anime* ou utilizador-videojogo) num mundo de fluxo baseado nas tecnologias de velocidade (in LaMarre, 2009: p. xvi). Tal fenómeno faz-nos depreender que a *Galáxia de Anime* é um meio global, capacitado para abrigar a sociedade numa monocultura, cuja existência é aumentada pela globalização, a mesma que, para Harumi Befu, é um subproduto do capitalismo na modernidade (Wong: p. 25 in Lunning [Ed.], 2006). Compreendemos melhor que a *anime* é um “meta-medium” global, um instrumento de comunicação que conta com a participação dos fãs porque se aumenta a cultivação de uma cultura, por sua vez capaz de aproximar as pessoas. Entre o literário e o cinemático, do cinemático às redes de jogos, a *Galáxia de Anime* é incontornavelmente “espectacular”. Temos de precisar que “o espectáculo não é um conjunto de imagens, mas uma

relação social entre pessoas, mediada por imagens” (Debord, 1991: p. 10). As imagens facilmente reconhecíveis dos guerreiros robôs são universais. Através das imagens espectaculares e populares, a *anime* muda as relações sociais da sociedade japonesa, não apenas porque as imagens são mediáticas, mas por serem técnicas. Aceitamos, no entanto, dois argumentos adicionais: primeiro, que há um abandono da ideia de “sociedade” em prol da adopção da ideia de “socialidade” (Hans Bertens, 2005: p. 225); em segundo lugar, que, segundo Sugimoto, com as empresas japonesas de produtos electrónicos a dominar o mercado internacional e interno do Japão, as relações sociais dos japoneses são influenciadas pelos *media* e por dispositivos electrónicos onde é apresentada a sua cultura de massas (2003: p. 76). O efeito consoma-se na re-utilização de imagens e narrativas dessa mesma cultura de massas. Conclui John Wyver, acerca deste estigma pós-moderno, que “(...) esta reutilização é a nossa forma individual de resistência” ([1986:54] in Hans Bertens, 2005: p. 96, tradução nossa).

4.1.2 Mighty Atom, Astro Boy e a Kokusaika

Aproveitando como enquadramento o que Sugimoto afirma no subcapítulo anterior, de que a cultura de massas se disponibiliza cada vez mais através de *media* electrónicos, podemos compreender com maior facilidade o que representa *Mighty Atom*. O menino-robô imortalizado nas páginas de *manga* de Osamu Tezuka é um marco da moderna banda desenhada japonesa. Mas tudo se altera com o advento da televisão no Japão do pós-guerra. Exportar a animação de *Mighty Atom* resultou numa exportação de cultura popular à escala mundial. Com a internacionalização de *Mighty Atom*, há uma mudança: a série de TV é renomeada para *Astro Boy*, conhecendo uma versão bicolor e uma versão colorida. Ambas focam a mesma parábola de “Atom”, que, segundo Eiji (2008), é a parábola para a criança que não cresce (p. 112 in Lunning [Ed.], 2008). Um menino-robô de “idade” e estatura fixa, que não envelhece ou morre, é uma paixão para os japoneses. Este tipo de fenómeno reflecte uma sociedade massificada de forma parcial, claro está, porque não há um sujeito passivo e indiferente, sendo um facto que “(...) o sujeito fica como os produtos que consome” (Howe [1970] cit. in Hans Bertens, 2005: p. 21, tradução nossa). Mesmo a audiência global elegeu o “Astro” como uma personagem nacional. Toda a questão da personagem nacional, ou seja,

do “national character” tinha já sido mencionada por Benedict (2005: p. ix). Certo é que, tanto na *manga* como na *anime*, Tezuka muda o mundo da ficção, e, como se não bastasse, cria aquele que se tornou o mais proeminente ícone da marca de um Japão popular e lúdico. Frederik L. Schodt esclarece-nos sobre a história do menino-robô:

“While he is a machine, he is also highly intelligent, and emotive (. . .). He wanted to become as human as possible, but in effect, he existed as a bridge between the world of man and machines. He suffered for this, but his suffering also made him more human” (cit. in Hornyak, 2006: p. 51).

Fazer uma ponte entre o mundo humano e o das máquinas é o que de mais característico “Astro” possui. Esta personagem torna-se uma inspiração para todos os japoneses, sobretudo para os que produzem iconografia, narrativas e entretenimento para a *Galáxia de Anime*.

A história original de “Astro” é muito simples: o cientista que o cria, o “Dr. Tenma”, expulsa-o da sua vida, atribuindo-lhe o epíteto de “anormal”. “Astro” é então vendido ao circo, onde a sua aparência humana o populariza. É a sua tecnologia que o torna invulgar, pois os seus 100.000 cv. de potência (o dobro da capacidade dos motores do Titanic) atribuem-lhe um poder imenso. O adorável “Astro” é visto como um robô-brinquedo movido a fusão nuclear, capaz de voar a Mach 5 com os jactos dos braços e pernas. Possui ainda metralhadoras, visão noturna, audição que lhe permite escutar algo a quilómetros de distância, e até entende sessenta idiomas. Num certo momento da história, “Astro” é resgatado pelo Dr. Orchanomizu que lhe cria pais artificiais para que não se sinta órfão. Este capítulo da narrativa de “Astro” sofre a influência do pós-guerra, momento em que, após os bombardeamentos de Nagasaki e Hiroshima, muitas das famílias ficaram desfeitas. Na visão de Tezuka, a necessidade de se ter uma família normal é um problema que poderia ser resolvido pela tecnologia. Sobre este aspecto, a robótica nipónica actual encontra o seu nicho de mercado porque, além do seu aspecto social, a robótica insere-se como uma solução para problemas psicológicos mais profundos da sociedade. Uma versão de “Astro” foi transposta para o filme *A.I.*, de Steven Spielberg, numa narrativa mais centrada na aceitação dos humanos pela máquina e na rejeição da máquina pelos humanos. Originalmente,

“Astro” é um “Pinóquio” nuclear, um autómato japonês que procura fazer o “bem” (Poitras, 2001: p. 18). Quando surge pela primeira vez, em papel, *Mighty Atom* (1951) é conhecido como *Tetsuwan Atomu*. A sua imagem de marca permanece desde esse momento conivente com a paz e a diplomacia. Eiji (2008) sublinha a visão pacifista de “Atom” [*Astro*] (p. 115 in Lunning [Ed.], 2008). Ao apregoar a paz, o controlo das armas em todo o mundo, numa era pós-nuclear, “Astro” partilha objectivos com um Japão real derrotado, o qual gostaria de ter evitado o momento “Zero” da sua história nuclear. Por outro lado, sem os trágicos bombardeamentos, o Japão, como o conhecemos hoje, não existiria. À semelhança da história contada por Fritz Lang em *Metropolis*, “Astro” é uma interface entre a cultura humana e a *cultura-máquina* (não esqueçamos que Tezuka criou uma versão em banda desenhada de *Metropolis* [Fritz Lang]). Na mensagem alegórica da futurista *Metropolis*, de Lang, entende-se que entre a “mão” operária e a “mente” decisora, o mediador perfeito é o “coração” (Bird: p. 127 in Lunning [Ed.], 2008). Neste contexto de apelo ao sentimento, encarando com cepticismo a tecnologia da época, Tezuka cria “Astro”. Aquando da adaptação (que foi também uma aculturação) de “Atom” para a versão TV de *Astro Boy*, os editores de Tezuka obrigam-no a tornar *Atom* uma personagem mais romântica e menos cínica (como estava inicialmente previsto [Schodt, 2002]). Assim que “Atom” é transformado em série de animação para televisão na década de 60, abre-se campo à possibilidade de internacionalizar a *anime*. Apesar de haver um período particularmente rico para a animação nos anos 70, é nos anos 80 que a economia em ascensão do Japão torna “Astro” ainda mais proeminente. Wong (p. 28 in Lunning [Ed.], 2006) recorda-nos do rótulo da época dado a “Atom”: “Ambassador Atom [*Atomu Taishi*] (1951)”. A unicidade do fenómeno “Astro Boy” prende-se com aspectos políticos importantes, que Schodt (2002) faz questão de salientar: “desde meados da década de 80 que o governo japonês tem promovido a sério a ‘kokusaika’, ou a ‘internacionalização do Japão’. Obviamente, as entidades oficiais nunca tiveram a ‘manga’ em consideração, mas na ‘anime’ isso acontece” (p. 68). A nível político defende-se a superioridade do povo japonês (Sugimoto, 2003: p. 184).

O impacto que “Astro” teve no imaginário japonês foi de tal ordem que se tornou um “Embaixador do Japão” (Poitras, 2001: p. 18), “peace-making technology”, isto é, uma “tecnologia de implementação de paz”. Já se sabe que Tezuka acreditava que a tecnologia é boa, mas que as suas aplicações depen-

deriam de quem a controlaria. Tal como afirma Frederik Schodt: “se lermos as histórias com atenção constatamos que Tezuka expõe um grande cepticismo acerca dos benefícios da tecnologia (...)” (cit. in Hornyak, 2006: p. 48). A tecnologia é sempre entendida com uma duplicidade, pois o Japão sofreu com os bombardeamentos a sua vertente negativa. Nos argumentos de Tezuka, o objectivo é demonstrar que a tecnologia pode ser aplicada para o bem, ainda que com reserva da nossa parte. *Mighty Atom* transita para o ecrã de TV e amplia o impacto do seu carácter de pró-pacifismo. Para Hornyak (2006), “Atom é quase tão influente quanto o seu criador, por originar um universo de histórias japonesas em *manga* e *anime* focadas nos robôs. Indubitavelmente, as suas aventuras prepararam o caminho para que o género de robôs gigantes se tornasse um artigo procurado, moderno e global da fantasia de crianças” (p. 53). É neste sentido que “Atom-Astro” é positivamente impulsionado pela *kokusaika*, a internacionalização do Japão, que Harumi Befu prefere denominar “a globalização do Japão” (in Wong: p. 27 in Lunning [Ed.], 2006). Sendo parte da imagem de um país próspero e que persegue a sofisticação, “Astro” simboliza ainda um “baixar de armas”. Se invocarmos a metáfora do “crisântemo e da espada” que Benedict (2005) emprega no seu estudo, ficamos a saber que “hoje [então no pós-guerra] os japoneses propuseram ‘pôr as armas de lado’ no sentido ocidental” (p. 296). Há que destacar que, na história do menino-robô, este trabalha num circo de máquinas. Porém, cedo se torna um enviado de paz, advertindo para os perigos de uma eventual guerra nuclear, e é neste ponto em que desempenha um papel relevante na diplomacia entre humanos e alienígenas, antes que a guerra envolva uma troca de bombas de hidrogénio. É óbvio que as influências da conjuntura histórica em *Mighty Atom* são claras, dada a época em que Tezuka cria a personagem. Continua a vigorar, na versão animada de 2009 de “Astro Boy”, algo que Napier (2001) diz existir nas versões antigas:

“A noção de que um sofisticado filme de animação japonês podia atravessar fronteiras internacionais para ser uma afirmação política num país europeu devastado pela guerra teria sido considerado bizarro, no melhor das hipóteses, e provavelmente absurdo. As coisas mudaram. (...) o Japão dos anos 90 desenvolveu uma nova exportação, filmes de vídeo e de animação: ‘anime’” (p. 5).

É claro que a influência da *anime* actualmente é muito grande no mundo da comunicação corrente (“mainstream”). Hiroshi Yoshioka (2008) assume também que “a ‘anime’ é apoiada pelo poder político”.

4.1.3 Imagem-Brinquedo: A Transição

O lugar de trânsito e a posição dinâmica da imagem global de animação são sintomáticos de que a imagem tem algo novo. Entre a *anime* e a estátua *kawaii*, há um ponto intermédio, o da *imagem-brinquedo*, que implica a contiguidade de figuras de *anime* até ao mundo real. Objectos de colecção como estátuas, ou mais utilitários como porta-chaves e blocos de papel timbrados, são exemplos práticos de que as imagens mediáticas de animação obedecem a um fluxo que chega às prateleiras de lojas reais. É no mundo dos objectos e não no mundo das imagens que a *imagem-brinquedo* se destaca pela sua transitoriedade, assinalando a passagem do *regime gráfico* ao regime material de coleccionismo, pois os fãs podem consumir e coleccionar objectos associados a imagens, que aliás só fazem sentido ao reportarem ao âmbito gráfico. Ultrapassada a fase que compreende o literário, o gráfico e o cinemático, cabe ao material propriamente dito, ao artigo de “merchandising”, expor a identidade da *anime* de uma forma diferente, através da *imagem-brinquedo*. Esta, ao dispor de características espectaculares, apresenta uma linguagem que é auto-referencial, apontando para si mesma, a instância de animação, embora seja comum invocar motivos apenas existentes na *manga*. Sob a moldura teórica do “espectáculo”, a questão da *imagem-brinquedo* torna-se ainda mais importante. Debord alerta-nos para o facto de a linguagem do espectáculo ser constituída por signos da produção reinante, que são ao mesmo tempo a finalidade última desta produção (1991: p. 11). Posto isto, se o espectáculo prima pela sua dimensão sígnica, e se a produção de signos é a derradeira actividade produtiva, então o espectáculo produz o espectáculo. No universo da *anime*, isto significa que o património gráfico beneficia de uma continuidade na produção de brinquedos. A passagem da imagem ao brinquedo é lógica e inevitável. As marcas de brinquedos, assim como as de imagens de animação, promovem, sob a supervisão da *kokusaika*, a expansão d’A *Galáxia de Anime* e, por conseguinte, os signos da própria produção industrial japonesa, marcas da identidade tecno-industrial do Japão. A identidade do Japão global compadece-se com a das marcas de cultura gráfica e a de cultura *kawaii*.

Do ponto de vista do “espectáculo” referido por Debord, a identidade contida na linguagem do espectáculo é a sua auto-referência. Noutros termos, o espectáculo refere-se a si mesmo, expõe os seus signos e produtos, do mesmo modo que a *anime* a narrativas e imagens, figuras e brinquedos. Todavia, no domínio da *imagem-brinquedo*, Silvio defende uma perspectiva diferente pois, “ao contrário do icónico-Deus, os figurinos de ‘manga’, ‘anime’ e as personagens de videojogos não são vistos enquanto descendentes de um brinquedo ‘original’” (p. 214 in Lunning [Ed.], 2008). A *Galáxia de Anime* cresce devido à iterabilidade, sendo a repetição que potencia a sua expansão. Para Debord, o mundo físico encontra-se “substituído por uma selecção de imagens que existem acima dele (...)” (1991: p. 27). Os japoneses consomem uma grande quantidade de meios gráficos, nomeadamente de banda desenhada e animação, mais do que qualquer outro país. Dedicam muita atenção à fantasia e elegeram a animação como um centro de interesse, um meio predilecto. Numa forma espectacular, as imagens lúdicas da animação ocupam a atenção do público, seduzindo-o com a sua lógica fantástica. Substituindo o mundo físico na captação de atenção com o seu estilo icónico, as emblemáticas imagens de *anime* inauguram uma nova era. Com a *imagem-brinquedo*, o que Marshall McLuhan diz em relação à era do consumidor pictorial continua a fazer sentido. Se a era do consumo de imagens terminou, então a era icónica paira já sobre nós (1994: p. 103). Envolvidos na lógica do ícone, os consumidores deixam de assimilar a totalidade de imagens para consumir ícones, as melhores imagens entre a panóplia de imagens disponíveis. Assim acontece com as *imagens-brinquedo*, as quais são resumidamente as imagens que transcendem o *regime gráfico*, ultrapassando a repetição gutenberguiana até se materializarem em objectos concretos. Em suma, esta é a era do ícone vigente, o momento em que podemos assistir à transição das imagens de ficção icónicas para os produtos de colecção icónicos. A *imagem-brinquedo* beneficia de uma iconicidade. O melhor objecto cria-se a partir da melhor imagem. Daqui em diante, abre-se caminho a uma indústria avançada, fortalecida com imagens-brinquedo que iniciam um novo sistema: disseminar imagens mediáticas e icónicas com o único propósito de as fazer transitar para o universo lúdico palpável – o objecto de colecção. Desafiando o público a tocar-lhe, o brinquedo feito a partir da animação ocupa um espaço familiar. Até mesmo no pós-guerra, “todas as crianças japonesas possuíam brinquedos. Os pais, o círculo de amigos e familiares costumavam fazer ou comprar bonecos(as) (...)”

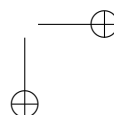
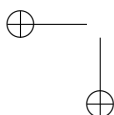
para oferecer às crianças (Benedict, 2005: p. 266). É central, na cultura japonesa, o lugar que o boneco ocupa, um facto que perdura desde os *karakuri*. Matthews faz saber que as animações de robôs gigantes, por exemplo, tiveram lugar de destaque ao longo de gerações, quer para as crianças do Oriente, quer para as do Ocidente. As cores e formas nipónicas encontram-se universalmente associadas aos robôs desde que, em 1983, a empresa de brinquedos Takara introduziu no mercado americano uma gama de robôs de combate, designada “Transformers”, que se tornaram os brinquedos [não electrónicos] mais bem-sucedidos de sempre no mercado, gerando 100 milhões de dólares em vendas num único ano (2003-2004: p. 12). Em 2006, Jiwon Ahn desenvolveu, neste contexto de industrialização da *imagem-brinquedo*, vários artigos relacionados com *manga* e *anime*, incluindo CDs de bandas-sonoras, livros de bolso, fanzines e muitos artigos de colecção como estátuas, brinquedos, produtos de papelaria e confecções são distribuídos no mercado. Além disso, segue-se o lançamento de videojogos inspirados em *manga* e *anime* (in Wong: p. 25-26 in Lunning [Ed.], 2006). Em vez de preferirem o “Super-Homem” ou o “Homem-Aranha”, os japoneses gostam mais de *Doraemon* (1979), *Pokémon: The First Movie* (Kunihiko Yuyama, 1998) e *Hello Kitty* (Sanrio, Inc., 1978). O típico consumidor de *imagens-brinquedo* sente-se fascinado com as miniaturas e com os ícones bonitos. Um bom exemplo é o videojogo *Pikmin* (2001), no qual o jogador controla pequenos seres cuja função é recuperar pedaços da sua nave despenhada na Terra, de modo a retomar o seu rumo inicial. Na ausência de narrativas maiores, as narrativas de ficção, neste caso de animação, suportam a densidade necessária à afirmação da *imagem-brinquedo*. Ao dizer que, no mundo da animação, o importante é a criação de conteúdos, ou seja, de filmes, videojogos e histórias, Hiroshi Yoshioka (2008) apoia a ideia de que se deve fabricar conteúdos de suporte para a *anime*. Certo é que Jiwon Ahn, Matthews e Gosling reparam que a indústria de brinquedos é gigante, relevante e cresce para novos domínios, como o dos videojogos. Há que referir que, se nos 80 tínhamos uma indústria de brinquedos como a da Nintendo, a da Bandai Co. – isto no Japão –, nos EUA, o equivalente era a Mattel, o gigante dos brinquedos. Hoje em dia, a Nintendo opera no mercado das consolas de videojogos (fabricando “hardware” e “software”) e indústrias diferentes, como a Bandai, de brinquedos, e a Namco, de videojogos, originaram a Namco Bandai Games. Podemos dizer que, ao haver um diálogo entre imagem (animação) e brinquedo (“action figure”), é também verdade que



existe um diálogo entre brinquedo (consola de videojogos) e imagem (jogo). Assim se pode falar em *brinquedos-imagem*, *brinquedos-gráficos* potenciados com interactividade. *Transformers: War For Cybertron* (2010), por exemplo, tem por base os brinquedos e o filme, sendo no entanto um videojogo. Jogos inspirados em *Hello Kitty* são também um exemplo. O que caracteriza o *brinquedo-imagem* é a esteticização das mascotes da cultura gráfica no ecrã. Torna-se difícil separar a imagem do objecto. Um desses casos é o jogo e objecto electrónico *Tamagotchi* (1996), que funciona como jogo básico e objecto físico. Exige que o jogador ajude a alimentar um animal virtual, como quem trata de um animal de estimação verdadeiro. *Nintendogs* (2005), na Nintendo DS, permite que o cão virtual adquira vida enquanto imagem nos dois ecrãs desta consola portátil. Nestes dois casos, os *brinquedos-imagem* são objectos-jogo. Outro caso híbrido é o cão-robô AIBO, da Sony Electronics, lançado em 1999. É robô e brinquedo ao mesmo tempo, tendo o próprio nome sido escolhido para comunicar o significado de “Inteligência Artificial” e de “Robótica” (“AI” [“Artificial Intelligence”] + “Bot” [diminutivo de “Robot”] = AIBO). A interacção lúdica com o AIBO requer conhecer-se as suas regras, como num videojogo, que botões e comandos activam que operações e comportamentos. Resumindo, os grafismos de bonecos, os robôs de brincar e os videojogos pertencem a uma *Galáxia de Anime*, encontrando para tal diferentes manifestações. Enquadrando a dicotomia da *imagem-brinquedo* e do *brinquedo-imagem* na teoria de Debord, pode concluir-se que o público da *anime* aspira a possuir imagens e objectos: em suma, “imagens-objecto”. Permanece uma lógica do “espectacular” nesta equação. Recorde-se que Guy Debord (1991) defende que,

“Enquanto indispensável adorno dos objectos hoje produzidos, enquanto exposição geral da racionalidade do sistema, e enquanto sector económico avançado que modela directamente uma multidão crescente de imagens-objectos, o espectáculo é a ‘principal produção’ da sociedade actual” (p. 14).

No contexto da internacionalização do Japão, da globalização dos seus *media*, é detectável esse “sector económico avançado”, uma sistemática sobreprodução de “imagens-objectos”. Mais ainda, um país como o Japão, que exporta animação como nenhum outro, tem evidentemente uma “sociedade do



espectáculo”. Assim se explica o sucesso de brinquedos e animações como *Zoids: Battle Legends* (2004) e *LEGO Bionicle* (2001). Dedicado em grande parte à indústria robótica, o Japão procura nos artefactos robóticos de brincar uma forma de educar o público para a sociedade do futuro, fazendo pedagogia pelo brinquedo. Jonathan Ross reporta, em *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002-2007), que “os ‘otaku’ ou ‘fanáticos’ são quem coleciona figuras relacionadas com as suas personagens de ‘manga’ ou ‘anime’ predilectas”. O problema é que os “otaku” fazem deste consumo uma obsessão, ocupando uma grande parte da sua vida com imagens e brinquedos de *anime*. O que está em causa é o processo de substituição, de ocupação. Na teoria de Debord, “o espectáculo é o momento em que a mercadoria chega à ‘ocupação total’ da vida social” (1991: p. 31). No caso dos japoneses, a omnipresença da videografia de *anime* na sua vida social está ao nível do conceito debordiano de “espectáculo”. Em pósteres sobre videojogos da série *Final Fantasy*, afixados na rua, com rostos de Noir (Kouichi Mashimo, 2003) (nos comboios metropolitanos decorados), de *Astro Boy* (nos candeeiros) ou de *Doraemon* (nos quadros), encontramos o “espectáculo” (re)produzido para ocupar a mente urbana dos japoneses. Há, com efeito, uma certa ubiquidade nas imagens e nos artigos electrónicos produzidos pelos japoneses, o que amplia a animação de base à escala de meio global. Anne Allison argumenta que alguns brinquedos japoneses, nomeadamente os robôs de metal, se tornaram em produtos de sucesso no mercado americano da mesma forma que tecnologias de entretenimento portátil do género do Sony Walkman (leitor de música) e da Nintendo Game Boy (consola de videojogos). A popularidade destes meios deve-se à sua ubiquidade (p. 13-14 in Lunning [Ed.], 2006). Mesmo em relação aos robôs de estimação, Hornyak manifesta uma preocupação idêntica, alertando para o facto de o robô Qrio ser estilizado e fotogénico como o mais recente leitor de música portátil. Para Hornyak, esta maravilha da miniaturização era a “derradeira figura de acção [“ultimate action figure”], um brinquedo vindo do futuro” (2006: p. 110, tradução nossa). Quando os brinquedos só abundavam nas casas dos senhores feudais, e na época em que os brinquedos mais sofisticados eram as “máquinas sociais” *karakuri*, o modelo de Yorinao Hosokawa – o servidor de chá – fazia furor. Hoje em dia, os consumidores não se interessam tanto por brinquedos que sejam como o *karakuri* que a editora Gakken Co. lançou em “model-kit” em 2002. As novas figuras *kawaii* do-



minam a atenção do público, são robóticas, andam sozinhas e continuam fora dos ecrãs.

4.2 AS FIGURAS KAWAII

4.2.1 O Ícone Bonito

Globalizar as imagens de *anime* é tornar acessíveis, em todos os meios de comunicação, as imagens que, embora não revelem toda a cultura japonesa, são responsáveis pela promoção do Japão além do seu mar territorial. Anne Allison repara que a poderosa indústria de produção de brinquedos é uma influência cada vez maior no mercado global de brinquedos (Brent Allison: p. 321 in Lunning [Ed.], 2009). O formato e as tecnologias a que se agregou a *anime* possibilitaram-lhe a popularidade mundial. Suportada pelo governo japonês, exporta narrativas audiovisuais em que figuram personagens desmesuradas (robôs gigantes) e simpáticas mas pequenas figuras. São as figuras *kawaii* [lê-se *kauí*], imagens que parecem brinquedos, ícones bonitos que também possuem um lado sinistro e inquietante. Nalguns casos, são robóticas, noutros apenas animação, e geralmente são um subproduto de um enorme sistema de “merchandising”, provenientes de uma indústria cultural avançada.

Historicamente, as figuras *kawaii* têm constituído a sua cultura num país onde, durante algum tempo, a desilusão colectiva prevaleceu. Numa observação primeira, as figuras *kawaii* sobressaem devido à sua “cuteness”, ou seja, o facto de serem “giríssimas” como ícones, atraentes e femininas. Detecta-se nas figuras simpáticas e infantis, coloridas e alegres, um estilo “kitsch” (Boym, 2001: p. 339). Quanto à questão da infantilidade dos objectos *kawaii*, estes permitem religar os consumidores à sua infância através de objectos que são femininos, traduzindo-se isto numa fuga do mundo dos adultos (Winge: p. 59 in Lunning [Ed.], 2008). Qualquer personagem da *Galáxia de Anime* pode ser comercializada no modelo *kawaii*: as mascotes, os animais de estimação, os pequenos e os grandes montros, robôs em diferentes fases de transformação ou bonecas com vestidos feitos criteriosamente por medida. Devido à expansão dos videojogos, entre os quais estão os de *anime*, o enquadramento das internacionais figuras *kawaii* é cada vez mais o dos bonecos electrónicos ou o dos jogos de vídeo. A própria indústria de brinquedos tem sucumbido à ciberneticização da “cultura gira” *kawaii*, a qual se alicerça na decepção que o povo



japonês sofreu na década de 40. Matthews (2003-2004) diz-nos que “tanto os ícones bonitos representados por ‘Doraemon’ como os mundos apocalípticos, distópicos de ‘Akira’ têm as suas raízes na desapontada sociedade japonesa do pós-guerra” (p. 15-16, tradução nossa). O culto do ícone bonito advém de uma procura de maravilhoso, justamente por que houve uma desilusão. Matthews (2003-2004) argumenta de forma mais clara no seguinte excerto: “A desilusão com a sociedade japonesa foi também claramente comprovada na cultura juvenil através da efémera moda da ‘shōjo’ (rapariga jovem) e da cultura *kawaii* (o ícone bonito²)” (p. 14, tradução nossa). O epicentro da fantasia é a decepção, faltando algo substituto, que não desiluda novamente a sociedade japonesa. As imagens globais de *anime* aproximaram o público de uma nova geração de objectos, que provêm de imagens (banda desenhada, animações) ou que nelas se podem converter. Winge qualifica-os como “objectos trans-nacionais” (p. 60 in Lunning [Ed.], 2008), o que os faz aproximar da categoria de *media* “pós-geográficos”, avançada por Gibson. Ser um “objecto transnacional” no âmbito das figuras *kawaii* é incentivar a infantilidade generalizada como uma cultura estranha, porque o espectro mediático japonês está saturado de figuras, ícones e narrativas. No moderno estudo sociológico de Sugimoto, ficamos a saber que “(...) na vida citadina do Japão abunda o hedonismo” (2003: p. 244, tradução nossa). Público com perfil egocêntrico, comportamento consumista, preocupa-se com a sua aparência e felicidade pessoal, ao mesmo tempo que nutre gosto pelo conceito ubíquo da cultura *kawaii* do Japão. Numa entrevista às *ganguru girls*, feita por Jonathan Ross para o episódio “Fashion in Japan” do programa de TV *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002-2007), uma das jovens refere: “Penso que a ‘Barbie’ é gira por ter estilo e o rosto ser bonito. Gostaríamos de ser como ela, apesar de ser uma boneca” (*op. cit.*, tradução nossa). Estas adolescentes usam maquilhagem não-convencional para chocar, daí se apelidarem de *ganguru* (Sugimoto, 2003: p. 263). Sobre esta relação entre sociedade e a cultura *kawaii*, Matthews defende que “a cultura ‘kawaii’ se celebra mediante moda infantil, jovens ídolos ‘pop’ e um grande mercado comercial de papelaria gira, acessórios de moda e outra parafernália conhecida como ‘artigos de decoração’” (2003-2004: p. 14). No dito mercado comercial, reside a explicação para o fenómeno de crescente consumismo *kawaii*. Diz Gilles Poitras (2001) que “a

²“Cuteness”, no original (N. do T.).

economia próspera dos anos 80 fez tanto pela disponibilização de fundos para a ‘anime’ como pela criação de um mercado de artigos baseados em ‘anime’” (p. 53, tradução nossa). Um parecer na mesma linha de análise provém de Winge, que salienta: “nos anos 80 a cultura corrente japonesa ficou obcecada com tudo o que é *kawaii* e giro (...)” (p. 49 in Lunning [Ed.], 2008, tradução nossa). Recordemos que Frederik Schodt (2002) falava de *manga* como um “meta-meio” inserido no núcleo de uma “gigante máquina de fantasia” (p. 20, tradução nossa). Nesta senda, aplica-se na cultura *kawaii*, o que Allison defende: “o Japão funciona (...) como um significante para determinada marca ou mistura de ‘fantasy-ware’ [“gamas de fantasia”]: artigos que invocam um espaço imaginário simultaneamente estrangeiro e familiar” (p. 18 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Não obstante, a “gigante máquina de fantasia” e “as gamas de produtos fantasiados” impulsionam a cultura *kawaii* pelas características específicas das figuras *kawaii*, que são “(...) jovens, idênticas a crianças e giras” (Winge: p. 70 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Não se pense que as características se esgotam aqui, pois os “olhos grandes encontram-se favorecidos numa cultura como o Japão que atribui um valor tão alto à beleza [“cuteness”] (...); são recorrentemente utilizados para exprimir inocência, e as personagens mais jovens normalmente terão os olhos maiores que os dos adultos” (Poitras, 2001: p. 60, tradução nossa). Soma-se ainda a aparência surreal, fantástica, hiper-feminina e repleta de maneirismos (p. 50 in Lunning [Ed.], 2008).

Roland Barthes compara o Japão a um “Império dos Signos” na obra com o mesmo nome: *L’Empire Des Signes* (1984). Mais ainda, o autor escreve sobre figuras opacas como a língua, aludindo a um Japão imperialmente vasto em termos de significantes. Aponta também que a quantidade de significantes ultrapassa a fala e que a troca de signos decorre de uma subtileza fascinante apesar da opacidade da língua, por vezes mesmo devido a essa opacidade” (p. 18). Outro elemento *sui generis* das figuras *kawaii*, além da sua fácil reconhecibilidade é a tendência para a pequenez, para a miniaturização. Lee O-Young (1984) justifica este fenómeno:

“(...) os japoneses têm uma ‘tendência para a miniaturização’ [*chijimi shikō*] única que os tem capacitado para habilmente miniaturizar o seu ambiente e produtos, desde plantas ‘bonsai’, au-

tomóveis pequenos e electrónica de consumo portátil, até ‘chips’ de computador” (in Sugimoto, 2003: p. 4, tradução nossa).

Mesmo a forma como Barthes (1984) fala da *petitesse* (“pequenez”) é interessante para se compreender as figuras *kawaii*. Este autor aborda a “cultura do microcosmo”, a estrutura oriental concordante com o infinitesimal, o que é cortado, *découpé*, condensado e limpo. Encontram-se na *Galáxia de Anime* inúmeras narrativas de universos de fantasia com uma miríade de detalhes fabulosos, sendo notória a tal *petitesse*. Para Luyten (1991), até mesmo o pensamento do povo japonês é moldado dentro de uma estética sensível aos matizes e pormenores (p. 38). LaMarre destaca que o Japão é conotado com um regime de miniaturização e informatização (2009: p. xxxvi) e Matt Hanson (2004) categoriza os míni-vídeos de *anime* na Internet como “nano-entretenimento”. Alguns exemplos de figuras *kawaii* são famosos, como o passarinho amarelo de *The New Zealand Story*, as tribos bélicas de *Patapon 1* e 2 ou os arredondados robôs a vapor de *Tokobot*. Ainda no domínio dos videogames, os elásticos e cantarolantes “locorocos” de *Locoroco* e os meninos de guarda-chuva na mão de *Parasol Stars* são casos de notoriedade. Os dinossauros que exalavam bolhas de sabão em *Bubble Bobble*, a criança que projecta e escala arcos-íris em *Rainbow Islands* e a dupla de fadas “Tam & Rit” munida de varinhas mágicas em *Rod Land* (Jaleco, 1990) merecem destaque. Neste jogo *kawaii*, em concreto, as regras do mundo infantil implicavam imobilizar e não matar inimigos. Noutro tipo de registo, um filme de *anime* conhecido pelas suas figuras *kawaii* é *My Neighbor Totoro* (Hayao Miyazaki, 1988), onde surge um “gato-carro” com “olhos-faróis” e outras “figuras-peluche” gigantes (os “totoros”), que aguardam transporte numa paragem, segurando guarda-chuvas na mão. *Doraemon*, os animais robóticos e *Pokémon*, os “monstros de bolso”, possuem uma estética *kawaii*, mas não destronam *Hello Kitty*, o ícone máximo da cultura comercial da “pequenez”. Tecendo uma crítica mais acutilante à lógica de mercado do ícone bonito, Anne Allison faz saber que “o ‘capitalismo Pokémon’ possibilita que as mercadorias ‘se dupliquem como presentes e companheiros’ ao fazer referência a um ambiente de espiritismo animista pré-moderno numa estética ‘New Age’. Os monstros de bolso [“pocket monsters”, i.e. *pokémon*’s] promovem a ascensão capitalista do Japão (...)” (in Brent Allison: p. 323 in Lunning [Ed.], 2009, tradução nossa).

4.2.2 As Mascotes Sinistras e o Vale Inquietante

Imagens e artigos de colecção divulgam a identidade da animação através de um capitalismo de ícones bonitos que nos facilita o reconhecimento da “marca Japão”. Constata-se a existência de um aspecto realmente sinistro nas figuras *kawaii*; o sinistro é o segundo lado das imagens simpáticas que prolongam a estética *anime*. Hans Bertens faz saber que o que actualmente ocorre é que “a produção industrial cedeu à ‘semiurgia’ de Baudrillard: a produção de signos sinistra” (2005: p. 10, tradução nossa). Prevalece, assim, a industrialização do signo sinistro. Industrializa-se uma duplicidade que transporta os consumidores do universo alegre e multicolorido *kawaii* até ao inquietante mundo das mascotes feitas em série, nas quais se encontra condensada uma duplicidade, sendo estas estranhas e belas ao mesmo tempo. Trías (2005) alerta para tal facto, pois o belo é o começo do terrível que ainda se pode suportar (p. 31). Pode dizer-se que as figuras “giras” e populares se tornam em algo insuportável também, devido à sua onnipresença. Em *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002), Jonathan Ross menciona o fenómeno *kawaii* (no 6.º episódio da 2.ª série – “Cute”) e destaca o facto de “o amor de uma vida que os japoneses nutrem pelo ‘cute’ talvez não seja mais que a prova da sua paixão pela animação”. Ross acredita que a *anime* é a estrutura de onde emergem as coisas “cute”, ou seja, *kawaii*. Na mesma posição está Anne Allison, que concorda com o facto de o “capitalismo Pokémon” potenciar a duplicação do “cute” como mercadorias que reportam a um ambiente de animismo reestilizado. Temos neste ponto exacto o momento da identificação do sinistro, aquele em que a figura ou objecto *kawaii* se encontra próximo da figura constante, como se tivesse estado sempre presente. Recorde-se que Napier (2001) é dos primeiros autores a denunciar o mundo subverso, duplo e estranho das figuras de aparência *anime*:

“The world and characters of anime are not simply representations of an idealized real world that is coherent and composed. Rather, they are uncanny evocations of a protean world of imagination that is both familiar and unfamiliar to the viewer, a world of simulations, possible states, and possible identities” (p. 237).

É isto o que se nota nas mascotes sinistras: os artigos de colecção são mercadorias, “evocações inquietantes”, como apresenta Napier, pertencendo

ao mundo familiar e ao mundo estranho, estrangeiro. As possíveis identidades, os possíveis estados, sugerem o “mundo das simulações”. Não se trata de representar cuidadosamente o mundo real, mas de acrescentar novas possibilidades. Somente acerca do tema do sinistro, o que Trías (2005) nos diz é extremamente útil para a compreensão do lado macabro e estranho das figuras *kawaii*. Trías define o sinistro como algo que se revela sempre velado, como uma apresentação que é ausência, que se contorce numa espiral intermitente entre a “realidade-ficção” e a “ficção-realidade” (p. 51), sendo isso o que as criaturas e figuras “cute” nos exibem. Prevalece o sinistro nesse jogo de simulações sem fronteiras atribuídas. Além disso, Trías (2005) ainda sustenta que o sinistro tem a capacidade de produzir a ruptura do efeito estético, revelando o que não era suposto ser revelado, mostrando o que deveria permanecer oculto (p. 31). O “fim do efeito estético” torna o sinistro mais que sinistro, produzindo algo “inquietante”. Para Freud, o “inquietante” é o assustador, o medo e o macabro, mas inclusive o belo e o grandioso, o atractivo e o estrangeiro. O “inquietante” em Freud simboliza uma natureza escondida: “(...) O inquietante consiste na espécie do assustador que retorna ao que outrora foi bem conhecido e, há muito tempo, familiar” (Freud, 2003: p. 124, tradução nossa). Em suma, o “inquietante” é o que o indivíduo pode sentir numa dada situação que o faz evocar o que antes era dado como “conhecido” e que, repentinamente, é estranhamento novo de tão irreconhecível que está. No que diz respeito às mascotes sinistras, Anne Allison emprega uma expressão interessante: “commodity animism” (in Brent Allison: p. 321 in Lunning [Ed.], 2009) ou, por outros termos, o “animismo mercantil” (tradução nossa), ou a “mercadoria animística”, que nos transporta para o mundo da inquietação, um mundo de coisas novas que parecem ter vida como sempre tiveram. É por isto que Trías (2005) apresenta o sinistro como um ser vivo fingido, “a condição e limite do belo” (p. 16). Encontramos tudo isto nas figuras e objectos *kawaii*, em objectos de consumo que simulam estar vivos, entre a ficção e a realidade. Porém, trata-se apenas de mercadorias que, no âmbito da cultura japonesa e da religião do animismo, são detentores de *kami*. Já sabemos que a mascote se torna sinistra por ser desconhecida e parecer depois familiar, e ser inquietante porque o “inquietante” [*Unheimlich*] se opõe a tudo o que seja íntimo, secreto e doméstico [*Heimlich*]. Sendo assim, a mascote bonita, sinistra e inquietante atinge a sua dimensão *Zen*. No caso da *anime*, o *Zen* relaciona-se com a disciplina marcial e, ocasionalmente, com o oculto (Levi, 1996: p. 25). O patamar

de revelação, iluminação e intuição é *Zen*, porque se marca o desvelar, o fim da omissão. Sobre o sinistro em Freud, Trías (2005) explica que este, em geral, ocorre quando o fantástico (fantasiado, desejado pelo sujeito) se produz no real ou quando o real assume completamente o carácter do fantástico” (p. 46). O que é óbvio na vertente sinistra do *kawaii* é exactamente esta noção de que a realidade não é mais banal, mas sim fantástica. A “sinistralidade” é notória quando a duplicidade permite que se consolide a “realidade-ficção” (Trías), sendo o efeito estético abalado porque a mercadoria é mais que mercantil, o artigo tem alma (Anne Allison). Nem tudo o que é novo e insólito é por esse facto assustador. O que se pode afirmar é que aquilo que é novidade se torna facilmente assustador e sinistro (Trías, 2005: p. 43).

Se analisarmos a questão do “duplo” em concreto, temos de mencionar a questão dos espelhos. As suas imagens, os seus reflexos, têm uma significação própria. Relativamente a esta temática, Roland Barthes disse: “No Ocidente, o espelho é um objecto de cariz essencialmente narcisista: o homem concebe o espelho apenas para se ver nele; mas no Oriente, ao que parece, o espelho está vazio; é o símbolo do próprio vazio dos símbolos”³ (1984: p. 104, tradução nossa). A ideia de que o espelho tem vida, se seguirmos a perspectiva animista, implica aceitar as imagens com vida própria. Contudo, segundo Barthes, os espelhos alojam um reflexo que pode ser infinito, o vazio em si, a forma perpetuada; reconhecemos uma repetição sem origem, um acontecimento sem causa, uma memória sem pessoa, uma fala sem amarras. Posto isto, os bonecos e as figuras bonitas e icónicas da cultura *kawaii*, tal como os autómatos *karakuri*, partilham essa duplicidade. As cópias e os reflexos não dispõem de interior, sendo constructos habitados por fantasmas que não têm profundidade, tal como os espelhos. Durante o Período *Edo*, os indivíduos analfabetos anteviam nos *karakuri* um estranho acordar, como se a máquina fosse maligna [*maijin*] ou existisse algo que os levasse a suspeitar e comprovasse o mito de “ghost in the machine” (“fantasma na máquina”). Afinal, o duplo e o sinistro estão associados (Trías, 2005: p. 45). À parte dos bonecos e estátuas, artigos de papelaria e decoração do mundo *kawaii*, os robôs que surgem e atraem os mais jovens ultrapassam a fase do brinquedo. São estranhamente ágeis, independentes, reais e fantásticos, muito sinistros e, além

³“En Occident, le miroir est un objet essentiellement narcissique: l’homme ne pense le miroir que pour s’y regarder; mais en Orient, semble-t-il, le miroir est vide; il est symbole du vide même des symboles (...)”, no original (N. do T.).

disso, não são meros reflexos ou imagens. Eis o derradeiro estágio do “inquietante” referido por Freud, o “uncanny” [*bukimina*] (Brown: p. 222 in Lunning [Ed.], 2008), sobretudo quando os robôs deixam de parecer sinistros e se tornam realmente “inquietantes” de tão humanos que parecem. De facto, a cópia do humano, a repetição, é um fenómeno inquietante (Nakamura, 2007: p. 15 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). No sentido de esclarecer o tema do “inquietante” ou “a estética do inquietante” (Monet, 2007: p. 212 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007), Masahiro Mori avança o conceito de “uncanny valley” (in Singer, 2009: p. 301). Traduzida para português, a expressão significa “o vale inquietante”, não remetendo para uma representação topográfica, mas sim conceptual. O “vale” é uma ilustração de um conceito, a representação gráfica de duas curvas, entre o menos e o mais inquietante, daí a parte intermédia ser nomeada “o vale inquietante. Masahiro Mori tem sido um crítico da abordagem andróide e advoga a teoria a que chama “uncanny valley” (Schodt, 1988: p. 208). O propósito é categorizar os níveis de familiaridade que uma pessoa sente quando observa um robô e o de semelhança entre robôs e humanos. Na base do “vale”, temos o robô industrial e no topo os que simulam perfeitamente os humanos. Mori alerta os criadores de robôs para o facto de os humanos se sentirem sempre mais próximos de robôs mais “maquínicos” (Schodt, 1988: p. 208-09). O inquietante emerge quando o que não é humano parece demasiado humano ou, como Jentsch defende, em caso de se duvidar se um objecto aparentemente inanimado está vivo e, inversamente, se um objecto desprovido de vida poderá estar animado. Acerca desta bipolaridade (também relativa ao sinistro), o autor menciona a impressão causada por figuras de cera, bonecos construídos e autómatos (Freud, 2003: p. 135; Trías, 2005: p. 44). No caso de Hiroshi Ishiguro, este criador de robôs concebe o processo de construção de andróides como o de “fazer cópias de pessoas que já existem” (in Hornyak, 2006: p. 138, tradução nossa), mas o que se pretende é que o Japão seja o novo limiar de exposição de manequins interactivos em lojas, um domínio de consolidação da ficção. E, novamente, o que está em causa é o limite, o outro lado – um *esplendor limite*. Trías (2005) fala em “exercício recriador” (p. 16) e Polak (1973) refere que o homem se deixou escravizar por uma nova divindade: a máquina. O autónomo é já um autómato (p. 142). Tal como sucede face aos bonecos e grafismos sinistros na sua simpática duplicidade, por exporem a sua “estética inquietante”, há um efeito: a realidade e a fantasia misturam fronteiras. Freud intitula-o de “uncanny effect” (2003: p.

135) e integra neste efeito a condição de sermos confrontados com a realidade de algo que antes considerávamos imaginária (2003: p. 150). Entre a figura “gira”, a mascote sinistra e o robô inquietante, sobressai o estado *pós-imagem* e pós-humano do robô. Um tal estado de inquietação é apresentado também na animação, o que leva Napier (2001) a escrever que “o que é visível no espelho tecnológico da ‘anime’ é uma inquietante e fragmentária colecção de condições e identidades” (p. 237). O “estranhamente inquietante” e a “inquietante estranheza” (Trías, 2005: p. 14) fazem-se aparecer em *Ghost in The Shell 2: Innocence*, o filme de Oshii. Steven Brown refere o “technological uncanny” (in Lunning [Ed.], (2008). Observar o modo como os japoneses entendem o espectáculo na lógica do “inquietante tecnológico” permite perceber que, face ao teatro ocidental, onde o actor é a marioneta, o teatro japonês dá destaque à marioneta – e não ao Mestre Bonecreiro – mas sabemos que o Mestre é quem articula todos os fios que atribuem graciosidade ao movimento da marioneta. A animação *Ghost in The Shell 2: Innocence* torna esta problemática explícita em imagens de nova geração, fazendo do espectáculo antropomórfico uma homenagem às máquinas que outrora não passaram de ambiciosos antecessores da robótica. Com Barthes (1984), já tínhamos aprendido que “o espectáculo ocidental é antropomórfico” (p. 77), pois o espectáculo pressupõe forma humanas, a figura do ser humano, a vida, ao contrário do espectáculo japonês que concede espaço ao “nada”, à “morte”. A marioneta oriental, por sua vez, é um subproduto fantasmático, e manifesta um *devenir-fétiche*, um “devir de fetichização”, como salienta Barthes (1984). Quanto à figura kawaii, essa é o primeiro indicador simultaneamente global e oriental de um “devir-fétiche”, uma vez que, entre o tempo dos *karakuri* e a Segunda Guerra Mundial, as máquinas representavam medo e degeneração (Nakamura, 2007: p. 6 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007). Na linha de pensamento de Nakamura, há um “inquietante mecânico”, conceito que o autor admite ter desenvolvido como um modo literário que esbate a linha entre o que é entendido como natural e o que é entendido como artificial (*Idem*, p. 5 in Bolton *et al.* [Ed.], 2007).

Quando se discute a ambiguidade na cultura japonesa está-se a discutir como a inquietação é produzida e sabemos, através de Nakamura, que a inquietação se produz pela ambivalência. Não se concebe a cultura japonesa sem o “Outro”, sem a “Japanese ‘otherness’” (Morley & Robins, 2004: p. 171), isto é a “outricidade” japonesa. Napier (2001) descreve essa “otherness” (p. 191) como a alteridade que nunca deixa de ser intimidante por ser

diferente, e que contagiava por ser apelativa, inovadora. Existem dois exemplos dessa outricidade na cultura japonesa: as personagens de olhos românticos agressivos, e os inquietantes mecânicos de Ishiguro, muito idênticos ao *ninja* cibernético do filme *Robocop 3* (Fred Dekker, 1992). Num extremo do “vale inquietante”, temos personagens infantis, sinistras, afastadas da representação do humano, próximas da animação, enquanto no outro se posicionam robôs assustadoramente reais, demasiado humanos, que já não se confinam à moldura de ficção, sendo realmente perturbadores.

4.2.3 Uma Indústria Cultural Avançada

O passado industrial do Japão não está vinculado à produção de bens de consumo e à indústria leve, apesar de ter, actualmente, segundo Thomas LaMarre, uma “sociedade de consumidores avançados” (p. ix in Lunning [Ed.], 2009, tradução nossa). Em vez disso, investiu na indústria pesada (estaleiros, metalurgia, linhas ferroviárias) para se tornar proficiente na indústria (Benedict, 2005: p. 93). Internacionalizadas pelos novos meios de comunicação, as simpáticas e populares imagens e figuras da cultura *kawaii* enriquecem uma indústria, a qual é, como Gilles Poitras (2001) declara, avançada:

“Alguma da ‘anime’ inicial e dos artigos relacionados com ‘manga’ eram brinquedos inspirados nas personagens ou ‘mecha’ [veículos] favoritos. Normalmente estes eram feitos de cartão, lata ou plástico barato. Nos dias de hoje (...) a qualidade encontra-se muito aprimorada, um reflexo do poderio industrial avançado do Japão (...)” (p. 92, tradução nossa).

Ao estar interligada ao tecido industrial nipónico, a comercialização de “merchandise” sofre uma impulsão positiva, coincidente com a nova era pós-industrial, a da cultura pós-tecnológica. Sugimoto é um dos autores que destacam o “pós-industrialismo” (2003: p. 24), enquanto Herbert Marcuse (2006) é um dos que acreditou, na década de 40, que a cultura “(...) nalguns elementos era também ‘pós-tecnológica’”. As suas mais avançadas imagens e posições parecem sobreviver à sua absorção em estímulos e confortos administrados; eles continuam a perseguir a consciência com a possibilidade do seu renascimento na consumação do progresso técnico” (p. 63). A cultura

“pós-tecnológica” é aquela cujas imagens avançadas conseguem resistir às mercadorias, ao conforto e aos estímulos. Nestas imagens reside a salvação, no sentido em que estas assolam as consciências com a hipótese condicional de um renascimento. O progresso técnico é a solução numa sociedade em que a cultura se encontra massificada; ao estar datada e ultrapassada, somente o sonho e as regressões infantis a poderiam resgatar. Contudo, Marcuse define a cultura “pós-tecnológica” como marca do pós-guerra. Quer Tezuka, quer Marcuse, acreditavam que a tecnologia não tinha atingido o seu topo nos anos 40, embora julgassem que, nessa época, o “nuclear” representasse o limite de todos os limites. O “pós-industrial” sublinhado por Sugimoto permite-nos saber mais acerca do Japão industrial. “A conformidade do consumidor do Japão industrial foi transformada em diversidade de consumidor no Japão pós-industrial” (Sugimoto, 2003: p. 76, tradução nossa). Os novos públicos abraçaram a diversidade, e não os confortos administrados, a passividade, o conformismo. Neste contexto, Allison (2006) apresenta algo mais: “(...) ao acelerar em direcção à juventude pós-industrial em todo o mundo, tal fantasia também se torna viciante, convencendo os jogadores a continuar jogar [sic] e a expandir as suas fronteiras de jogo através de um infindável capitalismo de inovação, informação e consumo” (p. 19 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). É precisamente o capitalismo de informação e consumo que atribui notoriedade a marcas como Hitachi, Matsushita, Toshiba, Sharp, Honda e Sony, entre tantos outros agentes do tecido industrial do Japão que progride fortemente no pós-guerra, tornando-se, por ser a mais oriental das culturas orientais e a mais pós-moderna das sociedades (Morley & Robins, 2004: p. 160), cada vez mais proficiente do que qualquer país do ocidente. Ser uma sociedade pós-moderna é, no caso nipónico, algo que se verifica a partir de 1973, com a sua crise energética a evidenciar definitivamente o fim da era industrial, o começo de uma era pós-industrial e pós-moderna (Pellitteri: p. 283 in Lunning [Ed.], 2009); o que Anne Allison denomina “pós-fordismo”, a condição da indústria de serviços (in Brent Allison: p. 322 in Lunning [Ed.], 2009).

O domínio das figuras *kawaii* é dos que mais tem iconografia de fantasia de *anime* industrializada. Há, de acordo com Allison, uma “juventude pós-industrial”, a mesma faixa etária que alimenta o mercado global de artigos de colecção *kawaii*. Acerca da acentuada subida do mercado global de produtos japoneses para jovens, Allison (2006) sustenta que “(...) estas exportações já

excedem as que têm sido as indústrias-líder da economia do pós-guerra: a de automóveis e a do aço. (...) Ao triplicar na década passada (...) a indústria de cultura ‘gira’ trouxe capital há-muito necessário, real e simbolicamente, ao Japão” (p. 13 in Lunning [Ed.], 2006, tradução nossa). Na prática, a cultura *kawaii* encontrou na *anime* uma óptima parceria, conteúdos que justificam, pelas imagens e narrativas, uma oferta massiva de objectos de colecção. Deste modo, as animações e os videojogos, tal como a *manga*, suscitam na “juventude pós-industrial” o desejo de aquisição total das gamas de artigos de fantasia disponibilizados para consumo, sejam estes populares, sinistros, emblemáticos ou somente bonitos. Aquilo que está em questão é uma “indústria cultural” no sentido em que a Escola de Frankfurt abordou a temática. Esta expressão data originalmente de 1944, tendo sido cunhada por Theodor Adorno e Max Horkheimer na obra *Dialectic of Enlightenment [Dialektik der Aufklärung]*. De acordo com esta escola de pensamento, a “cultura” opõe-se a “administração” (reflete ainda a perspectiva de Herbert Marcuse). Com base nesta escola e no que significa a *kokusaika*, é-nos possível imaginar se a *Galáxia de Anime* não é desde sempre uma imagem administrada pelo Japão a nível oficial. Porém, de Theodor Adorno (2006) provém a declaração de que a “cultura aspira a ser maior e mais pura. Algo intocável que não pode ser feito à medida segundo quaisquer considerações técnicas ou táticas” (p. 108). Esta é, no entanto, uma aporia, porque numa época pós-nuclear, pós-industrial e pós-histórica como a nossa, até mesmo a cultura é alvo da técnica, como demonstra a existência das “indústrias culturais”. O próprio Adorno fazia sobressair que “a indústria cultural abandona a promessa de felicidade em nome de uma degradada utopia da actualidade. Esta é a apresentação irónica do presente” (2006: p. 9). Adorno refere-se a uma “cultura de massas” que é, no Japão contemporâneo, uma força vívida e potente que afecta muita gente pelos *mass media* (“meios de comunicação de massas”):

“(...) Hoje em dia a cultura de massas do Japão inclui (...) moda e cultura de tendências, onde artigos produzidos e distribuídos em massa são aceites e rejeitados; (...) cultura ‘high-tech’ em que computadores e redes de informação computadorizadas funcionam como os intermediários maiores (...)” (Sugimoto, 2003: p. 246, tradução nossa).

Para a Escola de Frankfurt, a cultura de consumo degrada a própria noção de cultura em geral. Além disso, para esta escola, “(...) as massas não são o principal, em vez disso são secundárias, um objecto de cálculo; um anexo da maquinaria” (Adorno, 2006: p. 99, tradução nossa). Soma-se ainda o facto de que para haver cultura de massas tem de haver uma sociedade de massas. Sugimoto (2003), ao basear-se num estudo de comportamento de consumidor feito pelo instituto de pesquisa de Hakuhōdō, divide em dois tipos a sociedade de massas: o emergente *shōshū* – massas individualizadas, divididas e de pequenas dimensões – e o oposto: *taishū*, as massas de larga-escala, uniformes, não-diferenciadas. O instituto de Hakuhōdō avança ainda o conceito de *bunshū* (“massas segmentadas”), que se refere mais eficazmente ao comportamento de consumidores do que à perspectiva que convencionalmente deles se mantém como uma entidade homogénea (p. 9).

Do recorte específico entre indústria e *media*, industrialização e “media-tização” (LaMarre: p. 81 in Lunning [Ed.], 2008), emerge uma tecnocultura que se universaliza. Em relação ao grande aparato da cultura popular japonesa, Daniel H. Pink explica tratar-se realmente de um “complexo industrial manga”, uma vez que cada aspecto de produção cultural – que é a maior exportação – floresce na *manga*. A maior parte da *anime* e das séries de TV, assim como os videojogos e os bonecos de colecção foram anteriormente banda desenhada (2007: §11). O que se expande incrivelmente como subproduto da “indústria cultural avançada” é o “capital-imagem”, algo associado à produção em série de uma sociedade espectacular. Alerta Debord que “o espectáculo é o ‘capital’ a um tal grau de acumulação que se torna imagem” (1991: p. 23). Afinal, as imagens são capitais, dinheiro. A indústria de *media* japoneses tem investido cada vez mais em novos artistas e autores, pelo que 22% do material publicado no Japão é *manga* (Daniel H. Pink, 2007: §9). Durante 1920 e 1930, a modernização do Japão fez emergir a cultura de massas e expandir o consumo de *media* (Inouye: p. 20 in Lunning [Ed.], 2009). Relembre-se ainda que, na declaração fundadora do Tokyo Manga Institute, está escrito que os meios de impressão e fílmicos podem fazer rir milhões de pessoas, e que estes meios facilmente cumprem o objectivo de cultivar as massas através de humor (*Idem, Ibidem*: p. 23). Uma longa viagem foi percorrida pela animação desde os tempos originais da banda desenhada, mas o sorriso das figuras *anime* permanece nos rostos da robótica, fruto de uma cultura popular, técnica e de uma indústria avançada, alicerçada numa imagem do futuro.

4.3 A ROBOTÓPIA

4.3.1 A Imagem do Futuro é Robótica

Além dos robôs industriais que abundam no Japão, este país é conhecido pelo facto de a sua população apreciar as figuras *kawaii* e as máquinas em geral. A indústria avançada e “a sociedade de consumidores avançada” inspiram-se numa imagem do futuro muito peculiar. Os robôs ocupam uma posição de destaque na sociedade japonesa, um lugar próprio. Frederik L. Schodt adopta o termo “robotopia” enquanto conceito e tema de discussão na obra *Inside The Robot Kingdom: Japan, Mechatronics, And The Coming Robotopia* (1988). Aquilo que se encontra representado na robotopia é o “lugar das máquinas”, uma obsessão justificada com base no frágil tecido social japonês e no desejo dos criadores de robôs em organizar uma sociedade robótica ou, no mínimo, mista. Esta é a razão pela qual o Japão é conhecido como o “reino dos robôs” [*robotto okoku*], de acordo com Frederik L. Schodt (1988).

Duas das imagens mais conhecidas da ficção japonesa são, segundo Anne Allison, o monstruoso réptil “Godzilla” [Gojira] e “Tetsuwan Atomu” [“Mighty Atom”], que na prática funcionam como diferentes modelos de japoneses reconstruídos com a tecnologia (in Brent Allison: p. 321 in Lunning [Ed.], 2009). Mas não é só à reconstrução que a robotopia se refere, mas a uma tendência e não apenas um projecto de ficção científica ou um conceito teórico. Masahiro Mori disse, uma vez, que “Se estivermos a construir algo o nosso coração acompanha essa criação. Por isso, o robô é um Eu exterior. Se o robô é um Eu exterior, então o robô é vosso filho” (Singer, 2009: p. 167, tradução nossa). O que Mori quer dizer é que o robô é uma extensão do criador, que se autonomiza e, nesse sentido, a criação e o criador partilham uma relação de familiaridade. Sobre tudo na parte das temáticas padrão, já se aprofundou a análise em torno do género “mecha”. Afinal, os robôs ocupam um grande lugar de destaque na animação japonesa, tendo rapidamente ficado associados à imagem de um futuro em que poderiam coexistir no mesmo espaço físico e social com os humanos. Nessa visão do futuro denunciada por “Mighty Atom”, a tecnologia e a ciência eram amplamente aceites pela sociedade (Matthews, 2004: p. 9). O mundo “robotópico” é entendido enquanto tal porque se tenta atribuir uma imagem de credibilidade aos robôs. Matthews (*Idem, Ibidem*) refere ainda que a projecção da imagem do futuro tem que ver com respon-

sabilidade, ou seja, os realizadores de animação têm como responsabilidade comum a exploração dos bons e maus aspectos da tecnologia e da robótica, algo mais óbvio no género ciberpunk. A “japanimation” (Eiji: p. 123 in Lunning [Ed.], 2008), como a animação é também globalmente conhecida, tem conseguido permitir que se exporte a imagem da forma robótica, a qual acarreta fortes influências da armadura *samurai* e dos capacetes, bem como características específicas dos insectos (Matthews, 2004: p. 12). Este género de especificidades da imagem do robô (a tecnologia e o “design”) tem ficado conotado com a identidade e etnicidade japonesas, tendo também reforçado a imagem de uma cultura que é fria, impessoal e maquínica, de acordo com Morley & Robins (2004: p. 172). Os autores excedem-se, afirmando que, agora, os bárbaros são já robôs (*Idem, Ibidem*). Inúmeras alusões ao mundo dos robôs são feitas na animação, na “japanimation”. “Otacon”, a personagem *otaku* de *Metal Gear Solid: The Twin Snakes* (2004), o videojogo de Hideo Kojima, confessa ao herói “Solid Snake”, num dos melhores momentos do videojogo:

“Using science for peace. That’s only in anime (...) Japan was the first country to successfully make bipedal robots. They’re still the best in the field of robotics’. – ‘And Japanese cartoons played some part in that?’ – “They did. I didn’t get into science to make nuclear weapons, you know. (...) I became a scientist because I wanted to make robots like the ones in the Japanese animes””.

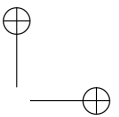
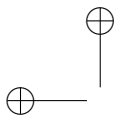
Argumentos como este ilustram qual o papel da animação e a importância do meio em promover uma imagem do futuro que se pretende que seja robótica. “Otacon” assume directamente que quis ser cientista para criar robôs iguais aos das animações japonesas. Com Napier (2001), fica-se a saber que a *anime* mostra, de facto, um desejo histórico. Há um projecto maior nas imagens. Napier, com base num estudo, descobriu que “86,7 por cento dos espectadores de ‘anime’ aprendeu cultura japonesa” (*Ibidem*: p. 254, tradução nossa)

Após a Segunda Guerra Mundial, o Japão reforçou a imagem de responsabilidade da sua população de forma drástica. Benedict (2005: p. 296) concordava com o facto de neste sentido a “espada” ter passado a ser um signo do homem responsável e ideal, em vez de ser um signo de agressão. Ainda hoje

essa educação para a responsabilidade prevalece, como explica Sugimoto. A tecnologia simbolizada na “espada” representa a evolução responsável. Uma mensagem deste tipo é veiculada na animação, nomeadamente no “remake” que Rintaro fez sobre o filme homónimo de Fritz Lang (1927), cuja mensagem consistia em sublinhar que, entre a humanidade enclausurada no subsolo e as elites entendidas do topo, deveria haver consenso. Por outros termos, a mensagem da obra de Rintaro continua a ser a mesma de Fritz Lang: deve prevalecer um equilíbrio entre a tecnologia e a humanidade, o coração e a mente, os trabalhadores e os cientistas (Bird: p. 134 in Lunning [Ed.], 2008).

O futuro representado para os japoneses encontra-se dominado pela tecnologia. No entanto, neste futuro, a honra continua a ser um axioma indispensável, algo que já era assim desde o pós-guerra, como afere Benedict (2005: p. 171). As animações de hoje ainda revelam um narcisismo cultural; há algo não natural no Japão, tendo a sua geografia propiciado uma complexidade “não Ocidental”, como atestam Morley & Robins. Do ponto de vista das imagens, a animação revela o futuro robótico. Gosling, como a maioria dos autores que analisam a ficção e dominam os estudos sociológicos, crê que “(...) só se precisa de olhar para a forma como o Japão forja coisas novas na arena tecnológica para se compreender como a ‘anime’ está em sintonia com as tendências em curso” (1996: p. 3-4, § 16, tradução nossa). Neste contexto, não é de estranhar que, na *anime*, 20% dos argumentos sejam acerca de robôs autónomos e 80% sobre robôs guerreiros.

Não obstante, apesar dos feitos no presente, aquilo que estimula o Japão a progredir continua a ser a sua imagem do futuro. Polak dizia que, ao estar-se separado pelo *hic et nunc* (“aqui e agora”) do espaço, o hiato seria compensado com uma ponte temporal: a dimensão do futuro (1973: p. 90). O mesmo tipo de lógica futurista permanece em *Japanorama* (Peter Boyd MacLean, 2002). Nesta série documental, Jonathan Ross dedica um episódio ao “Futuro no Japão” que começa com a afirmação de que “para os japoneses o futuro e a tecnologia estão profundamente interligados”. Outra pista, desta vez fornecida por Kenneth Boulding, sublinha que o carácter geral e a qualidade das imagens do futuro que prevalecem numa sociedade são, assim, o mais importante para se perceber a sua dinâmica geral (cit. in Polak, 1973: p. V). Em relação à sociedade japonesa, a verdade é que os japoneses estão dentro e fora do Ocidente cada vez mais absorvido na modernização e no futurismo. Sobre isto, Morley & Robins acrescentam que “o Japão é considerado como sendo o

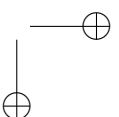
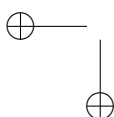


futuro, e é o futuro que transcendeu a modernidade ocidental” (p. 149, tradução nossa). Fica a marca da transcendência. Tem-se, na robótica, uma imagem credível e útil do futuro por se tratar de uma imagem científica, expondo a assinatura da tecnociência. Afinal, as imagens do futuro foram as primeiras a libertar-se do passado e a libertar a sua própria época (Polak, 1973: p. 246).

Outra perspectiva da robótica é adiantada por Kazuhiko Azumi, o qual defende que o Japão tem um sistema triangular, ao contrário do dualismo judaico-cristão que caracteriza o Ocidente, já que se acredita no “preto”, no “branco” e nos “cinzentos” (interligados). O autor refere-se aos robôs como os “cinzentos” e esclarece que “o motivo pelo qual os robôs têm-se [sic] desenvolvido tanto no Japão, e nomeadamente enquanto força motriz por trás das avançadas tecnologias japonesas... é um dos motivos pelos quais a tecnologia avançada entrou na sua era asiática”(in Schodt, 1988: p. 212, tradução nossa). Imagina-se esta era como a época perfeita para se implementar a tal sociedade “mecatrônica” mencionada pelos visionários japoneses, uma sociedade composta pelo *homo artifex* (La Mettrie, [circa 1750] 1982), um homem artificial fruto de condições sócio-técnicas favoráveis. Ao mobilizar-se a nível nacional para a robótica, o que não deixa de ser estranho mesmo no caso do Japão, dado que o termo “mobilização” tem origem no discurso militar, o país afirma-se como um país único. Thomas LaMarre (p. xiv in Lunning [Ed.], 2009) prefere empregar o termo “contra-mobilização”, porque a animação, tal como já havia acontecido com a banda desenhada *manga*, é palco de uma “contra-memória” (por existir fantasia, ucronias, metatopias, realidade fantásticas, mundos paralelos) e inclusive de uma “contra-história” (como se ainda se vivesse numa realidade pré-nuclear). Define-se a “contra-mobilização” como uma investida social em torno de questões que necessitam resposta urgente; questões que, no caso do Japão, serão a sociedade envelhecida, a desertificação das áreas rurais e a ausência de forças armadas em larga escala e da permissão para entrar em conflitos militares.

4.3.2 O Robô é Information Media

Polak fala em estar-se equipado para criar a “imagem do futuro”. O Japão procedeu à consolidação dessa imagem, equipou-se para a construir e criou o equipamento para o fazer. Cultivou-se uma “modernidade maciça” (LaMarre, 2009: p. xxiii). Como já vimos, uma das razões pelas quais o Japão



é considerado uma sociedade avançada prende-se com as escolhas que fez em termos de investimento industrial, tendo optado pela indústria pesada e só mais tarde pela indústria de produtos de consumo. Os japoneses estiveram muito tempo a lidar com tecnologia mecânica e receberam avidamente o projecto de modernização no século XIX. Em finais do século XX, na década de 70, conhecem a crise energética e, entre os anos 80 e 90, mergulham numa crise económica ímpar. Falamos assim de uma nação que entrou na modernidade, onde permaneceu algum tempo, e que voltou a entrar e sair da pós-modernidade. O Japão é um caso de autocriação de futuro, é um caso de uma população que se dedicou a evoluir responsável e credivelmente, que se confronta com algumas maleitas sociais, fruto do passado bélico e de escolhas menos felizes durante a modernização do século XX. A intitulada “juventude pós-industrial” é hoje o público que utiliza novos *media*, compra animais de estimação robóticos, joga videojogos e passa ainda muito tempo “on-line” na Internet, fazendo-o em plataformas portáteis. A nova geração tem o hábito de diversão em rede e de ser social através de novos meios. A comunicação é, em grande parte dos casos, mediada por imagens e sons electrónicos. Cada utilizador e consumidor exhibe um determinado estatuto social consoante o equipamento electrónico que ostenta publicamente. Ao analisarmos os hábitos de consumo dos japoneses, como Sugimoto o fez, reparamos que a sociedade nipónica é cada vez mais uma sociedade tecnológica. Mas é de nova tecnologia que se trata, porque o paradigma mecânico já não é capaz de reportar tudo o que está em causa e acontece no Japão. Para Thomas La-Marre (p. xi in Lunning [Ed.], 2009), estamos a viver uma era (“asiática”, segundo Azumi) em que se verifica o “pós-mecânico”, isto é, em que começa a haver cada vez mais a referência a “entidades pós-mecânicas” (ciborgues, computadores pensantes, robôs inteligentes). Tal como se afirma que esta é a era “pós-industrial”, esta é também, inexoravelmente, a era “pós-mecânica”. Ambos os conceitos estão marcados com a emergência de um novo conceito, o de “andróide”. Como Hornyak (2006) melhor aprofunda:

“Os andróides são robôs que se assemelham mesmo a pessoas reais. Encontram-se muito mais próximos da forma ideal humana que os robôs tradicionais. O termo advém do Grego tardio ‘androeides’, significa ‘semelhante ao homem’. Engloba ainda a no-

ção de seres sintéticos que são maioritariamente orgânicos em vez de serem mecânicos” (p. 133, tradução nossa).

Faz inclusive sentido que se vejam os robôs como “meios de comunicação” ou “meios de informação”. Quem avança este tipo de argumento é o famoso criador de robôs Hiroshi Ishiguro:

“O teclado e o monitor são primitivos. O meu cérebro não foi concebido para observar um ecrã e os meus dedos não foram desenhados para teclar num teclado. O meu corpo encontra-se mais adaptado à comunicação com outro ser humano. O meio ideal para comunicar com um computador é um robô humanóide, que é praticamente um computador com uma interface humanizada” (cit. in Singer, 2009: p. 304, tradução nossa).

Se os robôs japoneses são novos “information media” é porque os *media* necessitam de transcender o regime audiovisual e confinar-se a um corpo, dada a espectralidade inerente ao virtual, a informação. Um argumento semelhante é encontrado em *Ghost in The Shell*, quer na *manga*, quer na *anime*, o de que a informação necessita de um corpo. A Inteligência Artificial nesta *anime* procura refúgio num corpo depois de assimilar uma quantidade de informação massiva e pensar em ser imortal. Encarar os robôs como meios, como *media*, é pensar em utilizá-los e em interagir com estas entidades pós-mecânicas enquanto corpos com personalidade, memória e capacidades mediáticas. O que Ishiguro diz adapta-se ao conceito de “Dispositivo de Transferência Universal” (“Universal Transfer Device”) no sentido de meio de comunicação “on-line” global, de partilha, comunidade. Schodt (1988) e Hornyak (2006) referem que o primeiro robô industrial implementado em 1962 se chama “Universal Transfer Device”, pelo facto de o construtor não saber que nome atribuir ao mecanismo.

Outra forma de analisar o robô é vê-lo sob a perspectiva de engenho. Estudiosos como Lipovetsky dizem que “com a hegemonia do ‘gadget’, o ambiente material torna-se semelhante à moda, as relações que mantemos com os objectos já não são de tipo utilitário mas de tipo lúdico (...)” (1989: p. 215-216). O carácter lúdico vem redefinir a nossa relação e interacção com os objectos, o que é amplificado pela preponderância do “gadget” porque todos

os mecanismos e aparelhos se tornam produtos de uma moda da comunicação. Não concretamente no caso dos robôs replicantes de pessoas reais de Ishiguro, mas, por exemplo, no caso dos robôs que protagonizam as animações, ou dos que se encontram nas prateleiras de objectos de lojas, é mais evidente essa relação com o objecto material como se este fosse de brincar. As cores, as texturas e as formas dos “design” são a causa disso mesmo. Diz Lipovetsky que “o tempo do 2CV [o automóvel clássico], robusto mas no grau zero da pesquisa plástica, terminou (...)” (1989: p. 219). É por isso que, quando se observa o robô numa moldura de comunicação, entende-se este tipo de criatura pós-mecânica como algo que passou da imagem para o real. Hornyak repara que robôs telecomandados como o Neon (criado em 2003 por Tomotaka Takahashi da Robo Garage em Quioto, Japão), assinalam o nascimento do *Mighty Atom* e tentam especificamente “(...) estreitar o vazio existente entre robôs imaginários a aparecer na ‘manga’ e os robôs da realidade” (2006: p. 157, tradução nossa). Situados num patamar superior de evolução, os humanóides replicantes de Ishiguro sobressaem pela sua escala antropométrica, encaixando-se num dos extremos do “vale inquietante” de Mori, sendo demasiado reais, aparentemente demasiado humanos. No entanto, o que os torna ainda mais relevantes não é a imagem óptima que projectam mas, em vez disso, a sua natureza medial. Equaciona-se o robô enquanto suporte, entidade pós-mecânica, engenho de *media*:

“A aparência é muito importante para se ter melhores relações interpessoais com um robô (...). Os robôs são meios de informação [‘information media’], sobretudo os robôs humanóides. A sua principal função no nosso futuro é interagir naturalmente com pessoas” (Hiroshi Ishiguro cit. in Hornyak, 2006: p. 136, tradução nossa).

Ora é nesta nova visão da robótica como “information media” que o Japão se posiciona, mesmo como principal exportador de robôs no mundo. Destacar o Japão nesta matéria é defini-lo como o país mais avançado na criação de máquinas que ultrapassam o estado da imagem e vingam no real como objectos. A melhor forma de interagir com esses objectos é através de uma *interface de media subjectiva*.

4.3.3 A Interface de Media Subjectiva

A robotopia, a imagem de um lugar das máquinas, fascina os japoneses. Afinal, na “terra do sol nascente”, a “imagem do futuro” é robótica. Vimos ainda que os robôs reais são inspirados nos de *anime* e que, por mais inquietante que seja, o robô atribui corpo ao computador, personifica a máquina. Gosling, Schodt, Matthews e Hornyak descobriram que o fascínio pelos robôs não decorria de um interesse cultural, mas sim tecnológico. Thomas LaMarre aprofunda a relação da *anime* com o cinema e a tecnologia em geral, declarando que “a *anime* é fonte de informação” (2009: p. x, tradução nossa) sobre cultura japonesa, por sua vez relacionada com os “otaku media”. Assim, *otaku* passa a ser sinónimo de um conjunto de práticas relacionadas com a recepção de *anime*, jogos, *manga* e meios relacionados com a própria animação (*Idem, Ibidem*: p. 109). O poder de influência dos “otaku media” não é casual. Sugimoto faz saber que “o quarto património do Japão, o domínio dos ‘mainstream media’, é um bloco influente (...)” (2003: p. 236, tradução nossa). Assinala-se o progresso dos “otaku media” num ambiente tecnológico e mediático propício para tal efeito como o é o Japão. A nova tendência não consiste em consumir-se *media*, mas antes em arquivar informação (“data”) [*neta*] sobre animação, por exemplo (LaMarre, 2009: p. 145). Se Lev Manovich (2001) defendia a hipótese de um “metamedium”, claramente assente nas referências cruzadas da informação em bases de dados, onde o registo prevalente seria o “cinemático”, na *anime* temos um exemplo desse “meta-meio”. A animação goza mesmo das principais características identificadas por Sugimoto (2003) na cultura de massas contemporânea: “fluidez”, “variabilidade” e “transformabilidade” (p. 253). O surto de distribuição de *anime* em grande escala é um efeito da proficiente e avançada indústria cultural do Japão, uma indústria produtora de “espectáculo”. Afirmar McLuhan que “(...) quando os gigantes escasseiam, eles devem ser inventados” (2002: p. 5, tradução nossa). Os universos “mecha” devem o seu sucesso a essa necessidade do Japão em criar titãs robóticos antropomórficos. A indústria tem que produzir gigantes, sendo por isso que uma das temáticas recorrentes na *anime* é o gigantismo. LaMarre é um dos especialistas que providencia uma explicação para o modo como a *anime* se propagou incontrolavelmente:

“Animation surged on a number of fronts with the rise of digital animation; the increasing use of computer imagery in films;

tie-ins and overlaps between video games, film, and animation; and needless to say, the global boom in popularity of Japanese animations, launched in part through the exchange of VHS copies among fans internationally and spurred with the rise of the Internet and file sharing” (LaMarre, 2009: p. ix).

Devido à partilha de conteúdos, a animação cresce e amadurece com o seu público, tendo uma primeira fase de meios convencionais (fora da Internet) e, especialmente, uma segunda fase em que a partilha de conteúdos “on-line” é determinante. O que inicialmente se assemelha a uma *perturbação gráfica*, a violência patente na animação, consuma-se na verdade enquanto uma *bomba de imagens* em que o mais desconcertante é a sua *estética multiforme* e multimédia. Personagens humanas e não-humanas juntam-se e desmontam-se em múltiplas franjas de gráficos e sonoridades. LaMarre repara que “os robôs de ‘mecha’ ao transformarem-se parecem incorporar as camadas e forças transversais da ‘imagem multiplana’ numa só figura” (2009: p. 129, tradução nossa). Encontramos a lógica do multiforme e dos estratos até mesmo a nível sociológico. Sugimoto argumenta que a realidade da sociedade japonesa é diversificada e estratificada (2003: p. 283). Tínhamos aprendido com McLuhan (1977a; 1977b) que a herança que Gutenberg deixa à sociedade ocidental provoca a fragmentação, a especialização e o nacionalismo. A contemporânea sociedade japonesa, uma vez que sofreu duas vagas de modernização, revela esse carácter fragmentário e disciplinar, decorrente da tecnologia quinhentista de Gutenberg.

No âmbito da modernização mais recente, a da sociedade de informação, a *anime* obtém uma divulgação global e acopla-se aos novos *media*. Aparecem as novas *interfaces de media subjectivas*, inspiradas nas que permitem que personagens humanas comandem robôs “mecha” exibidos nas animações. O paradigma do “cockpit” do robô, o modelo da carlinga do robô-veículo, da *anime*, é escolhido e adaptado às tecnologias de informação, mais concretamente aos *media* móveis e personalizados de hoje (telemóveis, computadores e consolas de videojogos portáteis). O processo é intitulado por LaMarre como a “informatização da interface piloto-‘mecha’” (2009: p. 234, tradução nossa). Logo que é passada para o domínio da interface de *media*, isto é, ao ser adaptada para que os utilizadores interajam com conteúdos, a *interface de media subjectiva* institui como real um paradigma de ficção científica. So-

bretudo no subgénero “mecha”, os robôs pilotados munem-se de foguetes e projecteis. Okada Toshio fala no “subjétil” como algo que pertence a uma liberdade *otaku*, a liberdade de articular pensamentos e acções dentro das redes de informação, onde linhas de visão substituem posições de visionamento, o que potencia as manobras de um “subjétil” dentro da explosiva projecção entre os projecteis; não um sujeito transcendente, mas, em vez disso, um sujeito projectado ou projectil seguindo linhas de visão (in LaMarre, 2009: p. 128). Toshio refere-se aos movimentos dos robôs que protagonizam a animação *Daicon IV Opening Animation* (Hiroyuki Yamaga, 1983) por serem controlados por um sujeito que se encontra sempre em movimento.

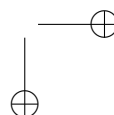
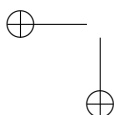
Em termos práticos, o Japão é uma sociedade onde os meios de comunicação móveis ampliaram a mobilidade dos cidadãos (Sugimoto, 2003) e substituíram o contacto social (Mitzuko Ito, 2004). A esta transposição para os *media* digitais da interface piloto-robô, LaMarre (2009) chama “mechaficação” (p.218) e “mechafilia” (*Idem, Ibidem*: p. 214). Orbaugh sublinha o domínio da “subjectividade pós-humana” (p. 159 in Lunning [Ed.], 2008, tradução nossa). Henry Jenkins (2006) fala em “cultura de convergência” e em “cultura de participação”, dois fenómenos cada vez mais evidentes numa era em que os meios não são compartimentos, manifestando-se, ao invés, como “transmedia”. Em LaMarre, temos também uma recuperação da tendência multimeios e “transmedia”: “Um filme ou série de ‘anime’ pode então ser pensada enquanto ‘ponto nodal’ numa ‘rede transmedial’ que engloba proliferantes séries de formas narrativas e não-narrativas ao longo de interfaces de ‘media’ e plataformas, tais como o computador, a televisão, o cine-teatro e o telemóvel. Os mundos que se desdobram em torno da ‘anime’ são tão diversos e dinâmicos que é melhor pensarmos sempre no plural, em termos de ‘animações’” (2009: p. xiv, tradução nossa). Deve falar-se de animações porque a animação não é um só um tipo de conteúdo disponível na Rede. Trata-se de uma tipologia de conteúdos, recursos amplamente distribuídos e partilhados “on-line”. Noutros termos, a tendência “transmedia” anunciada por Jenkins ou o “mundo ‘transmedia’” referido por Thouny (p. 125 in Lunning [Ed.], 2009) sugerem que a animação tem um papel importantíssimo no âmbito dos novos *media* por depender fortemente da participação dos interlocutores. Tal como Jenkins, Washburn fala da animação como tecnologia de participação, baluarte da convergência mediática (p. 149 in Lunning [Ed.], 2009). Um ponto positivo para LaMarre é o facto de os fãs de *anime* partici-

parem entusiasticamente na disseminação de produtos e na transformação dos *media* e dos mundos narrativos (2009: p. xiv). Tal só acontece porque “estes novos ‘media’ criam condições para a acessibilidade de conteúdos, fazendo-o parecer menos intocável e mais maleável” (Aquila: p. 40 in Lunning [Ed.], 2007, tradução nossa).

De nada serviria existirem os meios se não existissem os conteúdos (animação). Na obra *The One-Dimensional Man* (2006), Marcuse diz que “a ideia romântica de uma ‘ciência da imaginação’ parece assumir um aspecto cada vez mais empírico” (p. 253, tradução nossa), pois a tecnociência dirigida pela fantasia tende a juntar tudo numa terceira esfera. Marcuse emprega a expressão “ciência da imaginação”. No entanto, o que se propaga é especialmente ficção credibilizada pela ciência, na qual todos os mitos aparentam consolidar-se eventualmente em algo comprovável de facto. A solidez do robô pilotado japonês depende dessa “ciência da imaginação”. A *interface de media subjectiva* é mais um paradigma credibilizado pela ciência, um mundo de controlo intuitivo dos meios de comunicação semelhante a ter a Internet na nossa cabeça e consultar dados com o pensamento. É isso que a *anime* apresenta, por exemplo, em *Ghost in The Shell* (Mamoru Oshii, 1996), quando a mulher-polícia Kusanagi fala com inteligências artificiais, robôs e colegas “on-line”. Para Kale Lasn (2000), existe uma “irrealidade”: “(...) um mundo mediado tão uterino e sedutor que nos dificulta entender que não seja um lugar agradável para estar. Nesse mundo de irrealidade, é fácil esquecer (...) que o mundo presente é um lugar interactivo” (Lasn, 2000: p. 22, tradução nossa). Defendida pela “ciência da imaginação”, esta “irrealidade” de que fala Lasn é o mundo das *interfaces de media subjectivas* (embora mais associado à publicidade), o lugar ideal para quem consome *media* e personaliza a sua relação com o mundo mediático através de imagens. Lasn, juntamente com Debord, acusa o “espectáculo” de ser esta mediação social operada por imagens. Tem-se na *anime* uma sugestão para se personalizar e refazer o mundo, personalizando a nossa existência tecnológica (LaMarre, 2009: p. 109). É precisamente este conceito de “existência tecnológica” que define o consumidor de *anime* tão bem quanto o protagonista, de que servirá de exemplo o jovem herói de *Neon Genesis Evangelion*. O que está em questão é a existência do sujeito através de interfaces piloto-robô do mesmo modo que se analisa, na interface utilizador-meio, a existência tecnológica: a *interface de media subjectiva*. O modo como o sujeito interage com o ambiente que o rodeia



mediante meios de comunicação personalizados inspirados nas perspectivas subjectivas de *Macross* e *Gundam* baseiam-se na guerra sem a implicar. Os designados *media* reportam o seu consumo obsessivo e sistemático; um “espectáculo” que se revela enquanto seu próprio produto e “(...) fez as suas regras: é um pseudo-sagrado” (Debord, 1991: p. 19). Se tivermos em conta que o robô, o computador e os novos meios de comunicação partilham similaridades, podemos compreender como a animação japonesa é um fenómeno de “new media”.

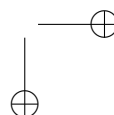
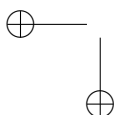






CONCLUSÃO

Começamos por concluir que as principais questões a que nos propusemos responder nesta tese obtiveram resposta, mesmo tratando-se de uma difícil área de investigação que tem sido alvo de muitas inovações, pois os objectos de estudo estão sempre a ser ultrapassados por versões actualizadas. Quer a *anime*, quer os videojogos, partilham a mesma linguagem visual, sendo que os jogos prolongam o universo da animação japonesa, empregando códigos e formatos dos *media* anteriores (livro convencional, banda desenhada, animação e filme). Tínhamos proposto desenvolver a resposta para o facto de a *anime* ser um meio de comunicação, mas, para isso, há que reconhecer uma nova fórmula de comunicação que prossegue dos formatos gráfico-literário e do vídeo-cinemático. Essas relações foram explicadas e desenvolvidas. Entender a animação japonesa como um meio de comunicação é aceitar o seu carácter de novidade e globalização. Seja no formato passivo, seja no interactivo, a *Galáxia de Anime* veio permitir que as personagens dos videojogos fossem “entidades universalmente reconhecíveis”. Sabemos ainda que as bandas desenhadas digitais têm potenciado toda uma cultura em rede, participativa para os fãs. Prefere-se uma cultura personalizada e desmassificada. De facto a *Galáxia de Anime* possibilita-nos utilizar novos meios de comunicação, e aderir a ela é aceitar um mundo de informação e entretenimento. Deste modo, o ingresso no mundo da animação japonesa é um ingresso num mundo de *new media*, pois o público gere conteúdos mediante *interfaces de media subjectivas*. Podemos agora apontar as principais características dos *media* recentes que interferem na animação, as quais consistem em “mobilidade”, “personalização”, “participação”, “jogo”, “rede” e “subjectividade”. Conseguimos apurar que o objectivo do público é controlar robôs reais. Porém, na impossibilidade de o fazer, contenta-se em controlar figuras idênticas



em jogos electrónicos. Mais importante ainda é que o público inspirado no comando de robôs adopta uma nova forma de interagir com *media*, uma forma de interacção subjectiva. O público quer estar dentro da animação e controlar a informação. Posto isto, assumimos que as máquinas e os *media* que são objecto narrativo exigem controlo, pilotagem e interacção. A origem remonta à banda desenhada japonesa de *manga*, onde, em primeiro lugar, segundo McCloud, se estipulou que estas imagens tornam o leitor em participante (1996: p. 45). É um dado adquirido que, a compensar a ausência de mais espaço público seguro no Japão, se proporcione o espaço interior da banda desenhada. Assim se incrementa uma relação afectiva e íntima entre leitor e personagens. O público que cresceu com a banda desenhada vê nas animações e nos videojogos uma extensão dessa participação que é requerida pelas imagens. Actualmente, exhibe-se a interface piloto-robô, de modo a que um dia se proceda a uma total “informatização da interface piloto-‘mecha’” (LaMarre, 2009: p. 234, tradução nossa). O que o público pretende consiste no manuseamento de imagens como quem comanda um robô “mech”. Daqui destacam-se dois elementos novos que já não são fantasia ou ficção científica, mas, ao invés disso, uma realidade: consolida-se o “sujeito performativo” e uma “subjectividade pós-humana”. Nos filmes *Ironman* (2008) e *Ironman 2* (2010), ambos de Jon Favreau, o modo como o herói Tony Stark interage e manobra o fato de metal é um exemplo dessa subjectividade pós-humana, pois o é o fato que o transforma num sujeito mais móvel e poderoso. A consulta de informação dentro do fato é feita de modo subjectivo, perto do rosto, como se o ecrã estivesse dentro do capacete.

Quanto aos aspectos mais relacionados com o formato da animação e o corrente tipo de espectador, é-nos incontornável assinalar o “elemento cinematográfico” (Hideo Kojima cit. in Hanson, 2004: p. 59). Afinal, é esse elemento que, segundo LaMarre (2009) constitui a animação como “animated media”. São meios de comunicação animados, estes em que se baseia a contemporânea *Galáxia de Anime*. E, se, na perspectiva de McLuhan (1994), a cultura muda sempre que os jogos mudam, é-nos então possível assinalar, tal como Susan Napier (2001) o faz, que há na *anime* um novo tipo de espectador (p. 242), o qual se trata sobretudo de um *espectador-limite*, um tipo de sujeito pós-humano. Sugimoto (2003) destaca que “a geração global personifica a cultura global” (p. 74) e, por isso, podemos compreender que o público da animação japonesa, visto tratar-se de “animated media”, é um público global

que encontra nestes novos meios animados um “instrumento de unificação”. Não se pode também ignorar que o público tem crescido com o meio, sendo este um facto importante, havendo, contudo, uma lógica de acompanhamento que favorece este novo *espectador global* que é um consumidor e um promotor da animação como “banda-visual” global. É de todo pertinente que a *Galáxia de Anime* seja enaltecida pelo facto de haver uma natureza ubíqua inerente à animação. Uma das razões dessa ubiquidade está na forma como o *espectador-limite*, que é acima de tudo o público-formato japonês, consome *anime*. É com facilidade que detectamos uma nova forma de compromisso entre consumidores e o produto cultural e mediático *anime*. O público-fã procura a dimensão de “novela global”, facto corroborado pelo que acontece no caso de *Final Fantasy*. Na opinião de Azuma, os consumidores interessam-se actualmente por animação por gostarem de informação, narrativas e bases de dados. Este autor sustenta que os fãs gostam de extrair e recombinar elementos e abdicam do mundo da narrativa em prol do narratológico e do ludológico (cit. in LaMarre, 2009: p. 272-273). A questão é que o mundo da narrativa que fica em segundo lugar reaparece na narrativa global do jogo. O formato literário, editorial, cede espaço ao formato da Rede multimédia. Ao alterar-se o formato de leitura para um formato de interacção, provoca-se o aparecimento de *eventos multimédia* e novas experiências convergem na Rede. Com a Internet, a animação japonesa encontrou um espaço de prolongamento, pelo que um dos efeitos é a transformação dos *otaku* em fãs mais actualizados (Virilio, 2010) e que preferem meios onde lhe é possibilitado modificar de forma controlada a imagem. Sem dúvida alguma que a figura do *otaku* da animação japonesa como *new media* ajuda a constituir a *Galáxia de Anime* como uma “cultura pública do futuro” (Jenkins, 2006: p. 24).

Recuperamos de McLuhan ainda a teoria de que urge uma “definição expandida de literacia”. Na realidade, os “print media” não terminaram e, com os novos meios, o público escreve muito mais. Sem os meios clássicos, não existiriam os meios novos. Se com Scott McCloud ficamos a saber que a banda desenhada já era *media*, através de Frederik Schodt (2002) adquirimos a noção de que a banda desenhada *manga* é “meta-media” (p. 20). Observar a animação japonesa como *new media* é algo que só é possível porque o meio de banda desenhada preparou a linguagem visual da *anime*. A animação absorve, desenvolve e melhora as convenções das edições de *manga*. O Japão precisava de uma imagem do futuro, bem como o Ocidente. Enquanto o primeiro

se revê no futuro de *Blade Runner*, o segundo retrata-se na imagem de uma Ásia do futuro. É por este motivo que as imagens de *Blade Runner* funcionam como base cenográfica para grande parte da *anime* dos anos 90. Após este período, a Internet democratizou-se. Conhecemos, nos anos 90, o momento de distribuição global massiva (LaMarre, 2009: p. xxi) de *anime*. Em paralelo, floresce a “sociedade de informação” com a disseminação dos computadores pessoais e do acesso às redes de dados. Recordamos ainda que, desde que surgiu a “sociedade de informação”, as imagens de *anime* acoplaram-se facilmente ao digital. Novamente, é LaMarre (2009) quem providencia a resposta: embora as imagens de *anime* pertençam a um género, é um dado que são principalmente um formato de *media*. Um fenómeno deste tipo leva-nos a constatar que as relações sociais são mediadas por imagens. Fala-se numa “socialidade” e não em “ser-se social”. A “sociedade de consumidores avançada” acede frequentemente aos novos meios de comunicação. É para esse território que a *anime* se dirige, uma vez que a *anime* está a ser prolongada nos videojogos. Takahiro Hayakawa (2008) sugere isto mesmo. Nas imagens dinâmicas dos jogos electrónicos, o sujeito é forçado a estar em movimento, o que nos leva a crer que, nos novos meios, é o “subjéctil” que prevalece.

Avançamos também, tal como Thouny, que os novos meios de comunicação vêm consolidar um “mundo transmedial” (p. 125 in Lunning [Ed.], 2009), onde o público fã de um tema e de um imaginário se ocupa de gerir bases de dados. Em termos de conteúdos, esses dados são já de uma natureza “multimedial”, quer pertençam a banda desenhada, quer a animação japonesa. Independentemente do formato de conteúdos, o que público persegue são os universos de ficção científica (sobretudo nos EUA) e fantasia (relativamente ao Japão) da *Galáxia de Anime*, aquilo que Anne Allison define por “fantasyware”. Outro ponto importante, além da animação se acoplar ao digital, consiste no facto de as próprias animações exporem “universos de simulações”, como Napier argumenta (2001: p. 237). Consumir obsessivamente a ficção espectacular leva-nos a aceitar as palavras de Debord (1991), as que ilustram o espectáculo enquanto produção central da sociedade (p. 14). Sem dúvida alguma, as simulações, o virtual e o espectáculo são presentes na nossa sociedade. No entanto, os *media* contemporâneos já são os novos, os “*media* avançados” (Napier, 2001: p. 8, tradução nossa). Temos meios avançados disponíveis para “sociedade de consumidores avançadas” (LaMarre: p. ix in Lunning [Ed.], 2009, tradução nossa). Dada a exuberância do público *otaku*,

o seu exotismo e fanatismo, somos forçados a categorizar o público da *Galáxia de Anime* enquanto “massa segmentada” [*bunshū*] (Sugimoto, 2003: p. 9), tendo em conta que os consumidores optam pela personalização, mantêm muitas similaridades entre si mas não são necessariamente uma “entidade homogênea”. O sucesso da animação entre o público prende-se com a sua capacidade de ser uma “ponte de ligação” [“a nexus point”] na cultura global. Ao funcionar desta forma, a animação pode associar-se aos *new media* que atravessam fronteiras nacionais (Napier, 2001: p. 23-24). Apesar de, no final do século XX, a ficção científica ter apresentado meios que hoje fazem parte do quotidiano, não era previsível que assim o fosse. Na perspectiva de Bolton *et al.* (2007), o mais relevante é ter-se associado os *media* à ficção científica. Quando Polak acredita que a “imagem do futuro” do homem é um meio, um *médium*, o que se favorece é precisamente a simbiose entre os “meios” e os “futuros”. O grau de envolvimento técnico exigido pelos *media* não só nos leva a explorar a imagem do futuro de hoje na Ásia como nos permite compreender por que motivo existem tantos devotos das *fantasias-limite*. Certo é que a Ásia se mostra como o novo epicentro, representativa da imagem da *performance do futuro*. “Sujeito performativo” (subjectivo) e “performance colectiva” (global) na “subjectividade colectiva” (Rede) suportam a *anime* enquanto parceira da evolução dos novos *media*. O futuro em movimento é consubstanciado por imagens que transportam consigo a cultura japonesa, contestando a sua limitação geográfica. Os meios estão a “japonizar-nos”. Sugimoto diz que há um “Japão além do Japão” (2003: p. 207, tradução nossa) e a dupla Morley & Robins (2004) sugere que o futuro seja japonês por se alicerçar em tecnologia japonesa (p. 168-169).

Testadas as obras interactivas e de animação, conclui-se que o formato mais moderno a prevalecer será o do videojogo, no qual o mais impressionante *ambiente videográfico* se apresenta ao público, com as personagens animadas a protagonizarem uma narrativa extensa e cenicamente cativante. As onomatopeias, os planos agitados, as velozes sobreposições e os diálogos acelerados (com recurso a destaques e desfoques) dão corpo a um *recorte gráfico multiforme*, imagens que se montam e desmontam, feitas de fragmentos. É numa cultura propensa para a sequência da demolição e do explosivo explícito que se prepara a oportunidade para convergir, do fragmento ao global, do segmento à Rede. Eis o retrato da *Galáxia de Anime*, o que Jenkins (2006) resume a uma manifestação da “cultura de convergência”. Tecnologias de *anime*

e de comunicação misturam-se, fazendo com que a animação absorva a linguagem dos novos *media* e das novas tecnologias, nomeadamente as gráficas. O que está em causa na animação japonesa é o facto de ser pioneiramente uma forma de agir sobre as imagens, um tipo de acção (LaMarre, 2009: p. 149). As imagens e os produtos são disponibilizados, comercializados e partilhados, como se tratassem de protótipos, beneficiando de um sentimento incontrolado de competição. Essa performance não desaparece das imagens de *anime*, continuando o estilo predominante, mesmo quando essas imagens são adaptadas a figuras de colecção, a ser “animético”. Thomas LaMarre (2009: p. 36) emprega o termo para circunscrever o exagero da *anime*, o que de certo modo se traduzirá por *hipérbole gráfica*, imagens exacerbadas que respeitam um *regime gráfico*, ou seja, a estética vigente de imagens de uma época. Da oriental panóplia de animações já exibidas, verificamos a contínua apresentação da imagem do “futuro do Ocidente”, mas, à parte da última imagem (unicidade), aposta-se na animação num formato repetitivo em que o apocalipse é recuperado. Constatamos por isso existir uma “universalização da imagem do desastre” (Virilio, 2010).

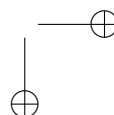
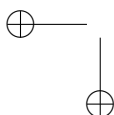
Como vimos até aqui, a imagem retrospectiva da catástrofe legitima a imagem prospectiva do futuro, quase em ciclo vicioso. A calamidade provoca a necessidade de modernização, mas a tecnologia empregue na modernização acaba por relançar o Armagedão. A repetição e a novidade funcionam em antítese e em síntese, justificando-se e superando-se mutuamente. Falar de tecnologia é, neste contexto, falar do robô, a figura computadorizada, animada, pensante e autónoma, que tendencialmente deixará de ser real somente nas páginas de *manga* ou nos ecrãs de *anime*. Embora já existam, os robôs que a *Galáxia de Anime* revela são humanizados e, segundo Masahiro Mori, existe o perigo de parecerem demasiado humanos. As pessoas assustam-se com as máquinas, mas não com as personagens de *anime*, já que estas parecem simuladas. Além deste fenómeno descrito por Mori na teoria do “vale inquietante”, convém sublinharmos que as tecnologias de informação e comunicação presentes nos robôs (mesmo nos de consumo – os domésticos), anteciparam o robô como novo objecto de *media*: “information media”. Quando se invoca a imagem de um *lugar-máquina*, é claro que se visualizam situações onde os robôs são prementes. Pensar acerca deste universo é considerar a aceitação do estado *pós-imagem* e pós-humano do robô. Não existe melhor objecto “antropóide” (termo empregue por Trías, 2005: p. 26) do que o robô, a máquina

antropomórfica que os roboticistas querem fazer parecer-se com um humano. Longe dos robôs pilotados e dos que aparecem a defrontar outros robôs opo- nentes na *anime*, a realidade é a de que o robô social será útil e estará dis- ponível em breve. Historicamente, o robô já tinha “existido” como “máquina social” (Hornyak), mas agora as imagens de robótica doméstica tornaram-se agentes físicos tangentes. As figuras robóticas atravessaram a fronteira para o real. É isso que leva Matthews (2003-2004) a apontar que a robótica tem uma relação simbiótica com as imagens geradas por computador. Os ecrãs são fronteiras, apenas isso. Consequentemente parece urgente “aprender a conduzir um computador” (Virilio, 2010: p. 87, tradução nossa).

Em suma, a nossa era é caracterizada pela emergência das redes e dos “pontos nodais”, onde a participação é activa e os públicos constroem as no- vidades, desejando avidamente entrar numa última fantasia, enfrentar o último predador. Há verdadeiramente uma obsessão face ao “last man” (Fuykuyama), pois é o actual, o novo e o “mais moderno que o moderno” que fazem histó- ria. Os públicos comportam-se como crianças mesmo quando já não o são, fazendo uso de “mediadores tecnológicos” (LaMarre) para intervirem com- pulsivamente no fluxo de imagens de media capturando e organizando, arqui- vando e partilhando imagens (2009: p. 148). Os hábitos já não unicamente os da cultura de impressão. No seguimento do que dizem, respectivamente, Scott McCloud (2000) e Gilles Poitras (2001), dá-se uma passagem da “cul- tura de impressão” a uma maioritária “cultura audiovisual”. A animação apa- rece como “elo” em ambientes ligados ricos em informação, com interfaces para múltiplos *media*. Nesta era *pós-Matrix*, um mundo sem redes de infor- mação já parece impossível de alguma vez ter existido. Pelos circuitos passam objectos que recusam pertencer a uma geografia só. Winge designa-os como “objectos transnacionais” (p. 60 in Lunning [Ed.], 2008). Pelo facto de o importante ser a *Galáxia de Anime*, e não directamente o Japão ou a cultura japonesa, o que sobressai é essa “Internacionalidade” (Yoshioka, 2008) ca- racterística da animação, dos “animated media”. O que Benzon aponta como “cultura apocalíptica” (p. 284 in Lunning [Ed.], 2007) e Anne Allison no- meia como “pós-fordismo” encontra-se nos espaços “pós-nucleares” ou “pós- holocausto” como é o “videoclip” para Kevin Williams (2003: p. 2). Entre o público, mesmo o que não é *otaku*, sabe-se que a cultura é “pós-tecnológica” (Marcuse, 2006); a animação não é excepção, mas tem contribuído para o *Re- nascimento Mediático do Oriente* ao promover a figura do robô. Se os robôs



japoneses são novos “information media” é porque os *media* necessitam de transcender o regime audiovisual e confinar-se a um corpo “trajectivo” (Virilio, 2010: p. 61, tradução nossa). A melhor forma de interagir com esses agentes é através de uma *interface de media subjectiva*. Ao atribuímos corpo ao computador, personificamos a máquina, fazemos do robô a última extensão do homem.



ANEXOS

GLOSSÁRIOS

Japonês

AKIRA – Conhecida obra do autor Katsuhiro Otomo.

ANIMÉ – *Anime* [lê-se *ahneemay*] é um termo japonês que abrevia o termo inglês “animation”, e que se emprega para se referir às séries de TV, desenhos animados e grafismos computadorizados da estética *manga* no Japão. É um sinónimo de “Japanimation”.

ATOMU TAISHI – Uma das alcunhas de *Mighty Atom* era esta em japonês, que em português significa “Embaixador Atom”.

BONSAI – Espécie de árvores milenares chinesas que foram culturalmente adoptadas pelos japoneses, e que têm uma dimensão naturalmente limitada. O seu aspecto frágil torna os respectivos donos obcecados com a sua poda-gem, sendo vista esta actividade como uma forma de retiro espiritual. Originalmente a expressão japonesa *bon-sai* quer dizer “árvore numa bandeja”.

BUDDHA – O nome que os nipónicos usam para se referirem a “Buda”, significa o “Desperto”, o “Iluminado”.

BUDDHA ROBOTTO – Um dos *karakuri* mais famosos da cultura robótica antiga do Japão, também conhecido por “Buda Robô”.

BUSHIDO – Uma forma de conduta para os guerreiros de *Bushido*, também acoplada à expressão “Way of The Warrior”. Os *samurais* do Japão feudal viam na arte do *Bushido* uma forma de vida baseada na lealdade e na justiça.

CHARA – Abreviação de “character”, termo inglês que significa “personagem” no âmbito de *manga*, *anime* e dos videojogos.

EDO – O Período Edo [*edo-jidai*] é o período histórico, entre 1600 e 1868, que antecede a Reforma Meiji que origina o Japão moderno do século XX.

FUNA BENKEI – Um tipo de arte dramática japonesa.

GA – Vocábulo japonês que quer dizer “imagens”.

GAIJINS – Como os nipónicos dizem “estrangeiros” (“outsiders”).

GANGURU – Moda urbana japonesa que leva as jovens adolescentes a pintarem-se numa versão cariacata das jovens do Ocidente, cuja maquilhagem policromática aparenta derreter-se no rosto.

GEKIGA – Ilustração dramática também considerada geralmente por “novela gráfica”, e que tem por base a moda nos anos 70.

GEKKO – O nome dos robôs bípedes cibernéticos do videojogo MGS4 (*Metal Gear Solid 4*); a expressão também se refere a um tipo específico de “lagartos”.

GIGA – O vocábulo japonês para “imagens de brincar”, “prontas a jogar”,

HENTAI – Termo coloquial referente à *anime* de adultos com cenas sexuais graficamente representadas de forma explícita. *Hentai* quer dizer “desviado” e, embora se tenha desenvolvido no Japão, tem origem na China.

HI NO TORI – O título original da grande obra *Phoenix* (1956-1989), de Osamu Tezuka.

IDORU – O mesmo que *aidoru* (ídolos), celebridades populares no Japão.

JORURI – Um clássico “teatro de marionetas”, que agora se apelida de *bunraku*.

J-POP – Uma outra forma de falar em “Japanese Pop”, isto é, a cultura popular japonesa.

KABUKI – Género de teatro (representado só por homens) que esteve muito em voga no Japão durante o período do pós-guerra do século XX, em que o dramatismo e a caracterização dos actores eram os pontos fortes. O nome deriva de *kabuko* (“fora do comum”).

KAGE-E – Um dos géneros de teatro de marionetas mais conhecidos da cultura japonesa, em que as sombras tinham uma forte manifestação estética, estando datado com o século XVII.

KAIDAN – Histórias arrepiantes, o mesmo que “contos de terror”.

KAIJU – Monstros gigantes que aparecem em séries de TV e filmes como *Gojira* [*Godzilla*] (Terrell O. Morse, 1954), ou videojogos como *Shadow of The Colossus* (2005).

KAMI – Segundo o ideograma original, *kami* tem vários significados possíveis, entre os quais: Deus ou divindade religiosa, ou o animismo nos objectos inanimados.

KAMI-SHIBAI – Um tipo de Teatro de Papel, ideal para crianças, tornou-se popular no pós-guerra.

KARAKURI – O nome dos autómatos antigos do Japão prémoderno é também sinónimo de “truque”, “engenhoca” e “mecanismo”.

KARAKURI GIEMON – O apelido *giemon*, quando adicionado a *karakuri*, traduz-se por “Mestre Engenhocas” (do inglês “Gadget Wizard”). Esta era a designação que era dada aos artesãos que trabalhavam os *karakuri*.

KARAOKE – É uma arte participativa que vicia os japoneses no período pós-laboral, que visa colocar interlocutores no papel de uma celebridade [*idol*]. O sucesso do *karaoke* é na verdade devido à obsessão que os nipónicos têm para com os modelos de *Star System* do Ocidente. Curiosamente coincide com o momento em que grandes grupos de *media* japoneses adquirem grupos editoriais da área discográfica.

KAWAII – A cultura *kawaii* é tipicamente japonesa e tem-se expandido para a indústria de “merchandising” de mascotes, bonecos atraentes e sedutores que fascinam os japoneses; o termo *kawaii* também é usado enquanto elogio para as raparigas bonitas por estas serem atraentes.

KIMONO – Traje comum na cultura japonesa caracterizado pelas suas mangas largas e cintura apertada (em português: “quimono”).

KOKUSAIKA – A política de internacionalização do Japão.

KOMIKKU – “Japonização” do vocábulo anglo-saxónico “comic” (banda desenhada).

KŌREIKA-SHAKAI NO MONDAI – Na língua japonesa é o conhecido “aging society problem”, isto é, o problema de rápido envelhecimento da sociedade, que tem justificado o desenvolvimento de robótica para auxílio social dos idosos.

MANGA – A *manga* [*mahnga*] são livros ilustrados a preto e branco, e que no Japão são tão consumidos como quem consome um jornal de notícias no Ocidente. O termo *manga* data de 1814 e foi cunhado pelo artista Hokusai. Actualmente *manga* é, em geral, tudo o que são bandas desenhadas, em formato serial de mini-livro ou livro, havendo já grande parte em formato colorido. Existe “story manga” (romance), “adult manga” (erótica), entre outros géneros como a *dōjinshi manga* (amadora).

MEIJI – É o nome da Reforma que inaugura o período *Meiji*, o começo da modernidade no Japão depois de séculos de regimes feudais e de *shoguns*.

MEKKA – O termo “japonizado” de “mecha” (abreviação de “mechanism”), tem por referente a robótica.

NENSEI – Qualquer produto de comunicação feito em série, seja banda desenhada bicolor em papel ou séries de *anime* para televisão, DVD ou Internet.

NINJA – Também conhecidos como *Shinobis*, os *ninjas* eram uma organização secreta marcial que funcionava no Japão feudal antigo do século XIV. Os *ninjas* eram conhecidos pelas suas habilidades de infiltração, espionagem, assassinato e sabotagem.

NINJUTSU – A arte “stealth” de agir secretamente dos ninjas, que é recuperada em videojogos modernos como *Tom Clancy’s Splinter Cell* (2002) e *Metal Gear Solid: Sons of Liberty* (2002).

OTAKU – O típico indivíduo obcecado com *manga*, *anime* e tecnologias de informação. No Japão este tipo de designação tornou-se depreciativa e associa-se ao género de pessoas que só falam de computadores e histórias de ficção. São pessoalmente reservadas e privadas de plena vida social.

POKÉMON – Esta expressão abrevia *Poketto Monsutā*, que significa “Monstros de Bolso”; *Pokémon*, no seu uso corrente, remete para um universo de ficção em que os jovens jogam fazendo-se representar, em cartas ou em jogos electrónicos (desde 1996), em monstros que lutam “mano-a-mano”. O fenómeno *Pokémon* expandiu-se também para o universo da *anime* com um grande sucesso.

ROBOTTO OKOKU – Expressão japonesa para “reino dos robôs”.

SAKOKU – Traduzido à letra esta palavra significa “país acorrentado”, mas enquanto medida política venceu um período de isolamento do Japão face ao Ocidente durante o regime do *shogun* Tokugawa. Entre 1641 e 1853 o Japão não manteve quaisquer relações internacionais.

SAMURAI – A classe de soldados super-disciplinada da aristocracia nipónica contemporânea do Japão feudal, e que assiste ao seu declínio com a Reforma *Meiji*. Os *samurais* eram guerreiros exímios na arte *bushido* e tinham como instrumento primeiro a *katana*, uma longa espada. O suicídio [*seppuku*] era encarado como afirmação final de um *samurai* corajoso e resoluto.

SATORI – O tipo de situação ou acontecimento *Zen*, que proporciona clareza.

SHOGUN – É o chefe [*damyō*] do governo militar que comanda no regime feudal os outros responsáveis militares até à Reforma *Meiji*.

SHŌJO MANGA – Revistas femininas de banda desenhada.

SHŌJO – Vocábulo japonês para “jovem rapariga”.

SHURIKEN – Arma usada pelos guerreiros secretos *ninja* de aspecto estreliforme.

SUSHI – Prato típico da gastronomia japonesa, sem origem determinada, composto por arroz *sushi*, frutas, algas e peixe cozido ou cru.

TAKARAZUKA – Teatro exclusivo para mulheres.

TAKEDA – Espectáculo popular de *karakuris* que acontece periodicamente no Japão, desde aproximadamente 1750, usualmente conhecido como “festival de *karakuris*”.

TAMAGOTCHI – Brinquedo electrónico lançado em 1996 pela Bandai, Co., cujo objectivo é que os jovens jogadores cuidem de um animal de estimação virtual [*tamagotti*].

TECHNO-GEKIGAS – Novelas gráficas [*gekigas*] disponíveis em novos *media*, como as “Digital Graphic Novels” da PlayStation Portable, da Nintendo DS ou as banda desenhada digital alojadas em sítios da Web.

TETSOO – Termo simplificado a partir de *Tetsuwan*, que quer dizer “poderoso”, tal como nos filmes ciberpunk homónimos de *Tetsuo: The Iron Man* (Shinya Tsukamoto, 1989).

TRANSFORMERS – Série de desenhos-animados encomendado aos estúdios de animação japoneses pela empresa de brinquedos Hasbro para divulgar a nova linha de brinquedos de veículos transformáveis em robôs.

UKIYO-Ê – A arte de xilogravura gerida com base em impressões de blocos de madeira pintados.

YAKUZA – Uma organização criminosa japonesa onde só são admitidos homens.

ZAIBATSU – O mesmo que “Associação de Comerciantes” ou “Conglomerado Financeiro, Industrial ou Comercial” no Japão.

Técnico

2D – Duas Dimensões – O sistema gráfico empregue antes das tecnologias gráficas de 3D, poderia compreender desenhos, fotografias editadas ou outro tipo de grafismo bidimensional.

3D – Três Dimensões – O novo sistema gráfico implementado massivamente na década de 90 com equipamento específico para calcular imagens em três coordenadas de espaço. Graças a esta tecnologia de 3D as imagens digitais emanciparam-se fortemente com os melhoramentos das texturas de figuras e cenografias.

ADOBE PHOTOSHOP – O mais célebre “software” de edição de imagem e manipulação de fotografias da Adobe Systems, inicialmente criado para melhorar imagens de “scanner” (“digitalizadores”). O próprio nome remete-nos para “Loja de Fotografias”, porque o programa Adobe Photoshop começou por ter o segmento de público fã de fotografia convencional, e depois de fotografia digital até ao dos gráficos digitais em geral. Na actualidade o termo Photoshop é relativo inclusive a “imagem alterada”.

AIBO – O nome do cão-robô da Sony Electronics que se tornou conhecido no mundo inteiro. Com apenas quatro letras, a designação AIBO deve-se ao facto de os seus criadores terem pretendido dizer AI (“Artificial Intelligence” [“Inteligência Artificial”]) e *Bot* (abreviação de *Bot* [“Robótica”]) numa só palavra.

ALTA-DEFINIÇÃO – A mais alta qualidade das imagens em formato digital (HD [“High Definition”]).

ALTA-RESOLUÇÃO – Resolução gráfica de imagens digitais capaz de atingir os 1920 por 1080 pixéis, preferencialmente destinada aos ecrãs de computador, que cedo se tornou uma convenção para os sistemas de 3D, edição, filmagem e reprodução de imagem-vídeo.

AMV – Os AMV (“Anime Music Videos”) são reedições de obras de *anime* conhecidas, de autor, que comunidades de fãs têm divulgado na Internet, adicionando-lhes as suas músicas favoritas e uma montagem que se coaduna à *estética-MTV*.

CIBERESPAÇO – Embora hoje este termo englobe tudo o que seja *media*, pois tudo o que é mediático está “on-line”, aquando do seu aparecimento em *Burning Chrome* e em *Neuromancer*, o termo “cyberspace”, de William Gibson, remetia-se apenas para as alucinantes paisagens digitais de grafismos de informação em 3D.

CIBERPUNK – Corrente histórica de ficção que se emancipa e condiciona a ficção científica em geral, desde a década de 80 até ao nosso tempo. A estética ciberpunk compreendia dois elementos: um era o mundo da alta-tecnologia e o outro era o da criminalidade; ambos facilmente atravessados por *design*,

moda e ciência. A sua sofisticação tornou-se forte inspiração, pelos romances de William Gibson, para os autores de *manga* e *anime*, inclusive os *designers* de videojogos como *Rez*.

CIBORGUE – Ser vivo ou artificial, concebido ou manipulado, para existir com parte máquina cibernética e parte orgânica geneticamente alterada, tudo isto com vista à superioridade fisiológica. É comum dizer-se que os ciberpunks são o estádio anterior ao dos ciborgues.

CINEMATICS – As sequências de imagem, que podem ser interactivas, pelas quais o jogador de videojogos toma conhecimento de aspectos da narrativa em questão, e que primam por ser geradas pelo próprio “motor gráfico” 3D do videojogo.

CLIPS – A abreviação de “video clips”, ou seja, de excertos de imagem-vídeo, comuns em diversos sistemas, formatos e géneros, dos quais derivam técnica e esteticamente os “videoclips”.

CLOSE-UP – Imagem ou plano de sequência ampliado em vídeo; o oposto de “zoom out” (afastamento).

CV – A unidade de força de poder mensurável dos motores (“CVs”) resulta da abreviação de “cavalos”; deste modo, a “cavalagem” é a expressão que passou a designar quantitativamente a potência de força motriz.

DÉCOUPAGES – Decomposição de uma sequência de filmagem nos seus diferentes planos fotográficos.

DOWNLOAD – Descarregamento de ficheiros em ambiente digital, o oposto do “upload”, o “carregamento”, envio de ficheiros.

FPS – FIRST PERSON SHOOTER – “Jogos de Tiros” vistos na primeira pessoa que se pautam pela forte componente subjectiva e pela sensação provocada no jogador de se estar numa Realidade Virtual.

HARDWARE – Todo o tipo de aparelhagens digitais concretas nas quais é registado o “software” (as linguagens, comandos e rotinas que executam e calculam o virtual versátil).

HIGH-TECH – Um sinónimo abreviado de “high-technology”, o mais eficaz nível de tecnologias disponíveis.

HIPNAGÓICAS – Imagens que conseguem ser ao mesmo tempo “hipnóticas” e “pedagógicas”; o termo aparece pela primeira vez em *Neuromante* (Gibson, 1988) por escrito, e visualmente aquilo a que se refere aparece no filme *Johnny Mnemonic* (Robert Longo, 1995)

IA – INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL – Constructos programados para calcular operações e executarem comandos de forma autónoma e planeada; podendo assumir forma de máquina ou apenas programa.

IDENTS – Segmentos de vídeo mais pequenos que “videoclips”, e que são normalmente chamados de “separadores”. Estes excertos de vídeo são portadores da mesma lógica do “videoclip” e visam denunciar audiovisualmente a identidade do canal, daí o nome “idents”.

JAPANIMATION – O sinónimo de *anime* que os norte-americanos empregam para se referir à animação japonesa. A “Japanimation” engloba em si todas as animações feitas do estilo anime que têm a assinatura cultural do Japão de hoje e beneficiam da aplicação das melhores tecnologias gráficas.

LAYERS – Vocábulo inglês para “camadas”. As camadas, do ponto de vista do “software”, são uma forma de gerir gráficos em partes para melhorar a respectiva manipulação; e que podem sempre ser fundidos ou desmontados *a posteriori*.

MACH – Unidade de medição da velocidade supersónica das aeronaves.

MECHA – A abreviatura do termo inglês “mechanical” que se refere a objectos mecânicos, como armas, instrumentos, veículos ou outros dispositivos sofisticados comuns em *manga* e *anime*. “Mecha” é indissociável do mecanicismo patente nas ficções de *anime*.

NETWORKS – Redes de trabalho entre utilizadores de computadores em rede ou de jogadores que acedem a partidas de videojogos “on-line”.

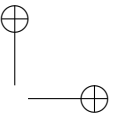
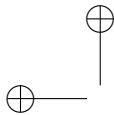
OVA – Significa “Original Video Animation”. As OVAs são simplesmente conjuntos de episódios editados em DVD directamente no mercado, ou noutro suporte digital, sem distribuição no cinema.

QUICK-CUT – O tipo de montagem de filme de cinema, imagem-vídeo que se pauta por uma transição veloz entre planos, à base de colecções relativamente grandes de imagens.

SHOOT’EM-UP – O género de videojogos nos quais o jogador tem como objectivo controlar uma figura, nave ou personagem no ecrã com o objectivo de ultrapassar os inimigos através de disparos.

SIMULAÇÃO – Dispositivo gráfico e/ou de dados abstractos que recria propriedades do mundo geofísico no ciberespaço.

SOFTWARE – Todo o tipo de aplicações e programas, que dependem de equipamento (“hardware”), visando a manipulação deste, as suas capacidades de cálculo e processamento de dados.



TEXTURAS – Os grafismos aplicados a superfícies de arquitectura virtual que a tornam convincente a nível visual.

TOUCH SCREEN – Ecrã digital sensível ao toque singular ou multi-toque.

UPGRADES – Actualizações de sistemas físicos ou virtuais.

VIDEOCLIPS – Vídeos de música, “telediscos”, que surgem na década de 80 e sofrem um forte impulso da parte dos canais temáticos como a MTV. Têm como característica principal a divulgação, à distância, das obras musicais de artistas em excertos de vídeo (de duração igual à da música original). Esteticamente recorrem com frequência à montagem rítmica, encaixando-se na categoria de *media* populares e promovem a cultura *pop* em formato audiovisual através do aparecimento de celebridades e imagens manipuladas.

WALKMAN – Inovação tecnológica da Sony Electronics que vulgarizou o reproduutor de música em cassette de bolso, por ter democratizado a escuta de música através de auscultadores, em qualquer parte (dado que era alimentado por pilhas ou bateria). Este aparelho permitiu que a música fosse transportável como um artigo leve, sendo reproduzíveis gravações originais ou privadas. O conceito evoluiu actualmente para o domínio digital, pois hoje os “walkmans” já são mais leitores de *media* portáteis, que além de música permitem reproduzir filmes, “videoclips”, entre outras funcionalidades, dependentes de memória rígida ou *Flash*, e não de cassette de fita, como originalmente acontecia (ou em CD-Áudio ou MiniDisc).

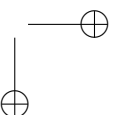
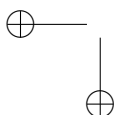
Geral

ACTION FIGURES – Figuras colecionáveis de “merchandising” produzidas artesanal ou industrialmente com vista a recriar figuras ou veículos de universos de ficção, seja de filmes, animações ou de videojogos.

ANDRÓIDE – Ser artificial, totalmente tecnológico ou organica e geneticamente manipulado que replica o ser humano.

BOOM – Explosão física ou metáfora para o despoletar fértil de um evento e seus sucedâneos. A expressão “big boom” refere-se a acontecimentos marcados pela instituição de novidades temáticas, históricas, técnicas ou artísticas.

CARTOON – Sinónimo de desenho-animado, de desenho feito de forma manual, normalmente de aspecto colorido. Com as novas tecnologias gráficas muitas das referências do “cartoon” são melhoradas nos videojogos.



CHARACTERS – Termo inglês para “personagens”; sejam estas de uma peça de teatro, filme de cinema (incluindo animação) ou jogo computadorizado.

COCKPIT – A parte interior da carlinga (vidro protector) de uma aeronave, o lugar onde se senta o piloto de avião bélico, de aviação civil ou aerospacial.

COCOONING – O fenómeno de fechamento em espaços domésticos, de resignação à condição privada do espaço do indivíduo na sua própria residência, por oposição à vida pública e/ou social urbana.

COMIC – Um dos termos que define “banda desenhada”, que se manteve na cultura popular anglo-saxónica pelo facto de as primeiras bandas desenhadas comerciais terem surgido nos jornais em secções de humor, cómicas.

COMIC BOOKS – As edições em formato livro de banda desenhada em fascículos no processo de publicação original.

ÉLAN – Ponto de dinamização e atracção, o mesmo que pólo de relevância.

EUA – Estados Unidos da América.

FASHION – Vocábulo inglês que se refere a “moda” no sentido comercial, também empregue como adjectivo estético.

GLAMOUR – A qualidade de fascinar, atrair e seduzir como que por magia, “feitiço”.

HARDCORE – Obras artísticas ou comerciais que contêm referências a violência, sexualidade ou ideologia, vocacionadas para espectadores adultos.

HIP-HOP – A cultura da música “RAP”, com expressão visual no *graffiti*, da qual emergiu a figura do *Disc Jockey*, que tem origem na diáspora Afro-americana e nos bairros metropolitanos.

HUMANÓIDE – Uma cópia técnica ou genética de seres humanos.

JEANS – Calças de ganga.

KITSCH – Um exemplo estético de mau gosto popular.

MAINSTREAM – A corrente popular principal de divulgação de obras comerciais.

MERCHANDISING – Forma de rentabilizar um produto com a criação de subprodutos sob a regência de uma marca primeira (sinónimo de “spin-off’s”).

MISE-EN-SCÈNE – Expressão francófona para “representação”, “encenação” no sentido cinematográfico (caso da TV ou do cinema) ou dramaturgicamente (caso do teatro).

MODEL-KIT – Produto industrial barato, vendido por partes para que colecionadores se ocupem de montar em fases uma figura de plástico, seja um veículo ou outro tipo de objecto sem intervenção de terceiros.

MÚSICA POP – A música mais comercial que não exige pesquisas elaboradas e é editada de acordo com as modas e conveniências do mercado do momento, independentemente da respectiva qualidade ou pertinência estética.

REMAKE – Uma reedição de algo antigo, uma nova versão de uma obra ou produto.

ROCK – Género de música que surge no século XX e que redefine o conceito de música popular, dirigindo-se a novos segmentos de mercado com ideologia, figuras e correntes estilísticas próprias.

SLOGAN – Palavras apelativas utilizadas para tornar uma marca mais presente no público através do anúncio num ou em vários meios publicitários.

SPOT – Anúncio comercial de curta-duração para rádio, televisão ou Internet.

STANDARDS – Modelos adoptados por regras convencionais com vista a facilitar as tarefas do utilizador comum.

STAR SYSTEM – Sistema instituído de celebridades fortemente dependentes da indústria de *media* (cinema, música, teatro, televisão ou videojogos) que se apoia em figuras mediáticas, dentro e fora dos universos de ficção popular.

STATEMENT – Uma afirmação em público, uma referência de esclarecimento, uma definição ou exposição inicial.

TARGET – Forma breve de designar “público-alvo”; comum nas áreas de *media* e “marketing”.

WESTERN – Termo que significa “ocidental”, mas também género cinematográfico que retrata em ficção a época de industrialização dos EUA, quando ocorre a transição da era rural dos pioneiros para a era da maquinização simbolizada pela estrutura ferroviária do comboio a vapor. É sinónimo de “western spaghetti”.

Lista de Acrónimos

360 – Consola de jogos Microsoft Xbox 360.

48K – Microcomputador Sinclair ZX Spectrum 48k.

2D – O sistema gráfico empregue antes das tecnologias gráficas de 3D, poderia compreender desenhos, fotografias editadas ou outro tipo de grafismo bidimensional.

3D – O novo sistema gráfico implementado massivamente na década de 90 com equipamento específico para calcular imagens em três coordenadas de

espaço. Graças a esta tecnologia de 3D as imagens digitais emanciparam-se fortemente com os melhoramentos das texturas de figuras e cenografias.

AMV – Os AMV (“Anime Music Videos”) são reedições de obras de *anime* conhecidas, de autor, que comunidades de fãs têm divulgado na Internet, adicionando-lhes as suas músicas favoritas e uma montagem que se coaduna à *estética-MTV*.

ARCADE – Máquinas de videojogos de salão.

CBM C64 – Microcomputador Commodore 64k.

CD – “Compact Disc”, ou seja, “Disco Compacto”.

CD-I – Consola de jogos Philips Compact Disc Interactive.

CV – A unidade de força de poder mensurável dos motores (“CVs”) resulta da abreviação de “cavalos”; deste modo, a “cavalagem” é a expressão que passou a designar quantitativamente a potência de força motriz.

DBR – Disco BluRay.

DC – Consola de jogos SEGA Dreamcast.

DS – Consola de jogos Nintendo DS (“Dual Screen”[Ecrã Duplo]).

DVD – “Digital Versatile Disc”.

FAX – Abreviatura do termo latino “facsimile”, remete para o aparelho de telecópia.

FPS – First Person Shooter – “Jogos de Tiros” vistos na primeira pessoa que se pautam pela forte componente subjectiva e pela sensação provocada no jogador de se estar numa Realidade Virtual.

FREE – Full Reactive Eyes Entertainment do jogo *Shenmue*.

GB – Consola de jogos Nintendo Game Boy.

GBA – Consola de jogos Nintendo Game Boy Advance.

GC – Consola de jogos Nintendo GameCube.

GENESIS – Consola de jogos SEGA Genesis.

IA – “Inteligência Artificial” – Constructos programados para calcularem operações e executarem comandos de forma autónoma e planeada; podendo assumir forma de máquina ou apenas programa.

IGN – International Games Network.

JPN – Edição original japonesa legendada em inglês.

MCM – A sigla de “Monte Carlo Musique”, o conhecido canal de música francês na TV.

MSX – Microcomputador Philips MSX.

MSX 2 – Microcomputador Philips MSX 2.

MTV – Music TeleVision, o canal de música norte-americano.

NES – Consola de jogos Nintendo Entertainment System.

On-Line – Disponível na Internet.

OVA – Original Video Animation = Série de *anime* editada em DVD.

PC – Personal Computer (“Computador Pessoal”).

PS2 – Consola de jogos Sony PlayStation 2.

PS3 – Consola de jogos Sony PlayStation 3.

PSN – Sony PlayStation Network.

PSP – Consola de jogos Sony PlayStation Portable.

PSX – Consola de jogos Sony PlayStation.

SAAB – O mesmo que “Svenska Aeroplan AB (aktiebolag)”, o nome sueco do construtor de aviões e automóveis “Aeroplano Sueco Limitada”.

SEGA – Service Games Corporation.

Série de Anime – O mesmo que uma OVA (“Original Video Animation”), mas transmitida na TV.

Série de TV = Ficção com actores reais em formato serial para televisão.

SNK Playmore – Empresa de videojogos em que a sigla resume: “Projeto Novo Japão” [*Shin Nihon Kikaku*].

SUPER NES – Consola de jogos Super Nintendo Entertainment System.

UAV – “Unmanned Aerial Vehicle” [“Aeronave Não-Tripulada”].

US – United States of America.

Wii – Consola de jogos Nintendo Wii.

XBOX – Consola de jogos Microsoft Xbox.

ENTREVISTAS

Durante a fase de investigação necessária para a elaboração desta tese, tive a oportunidade de participar num evento organizado pela ISEA (International Society on Electronic Arts) intitulado ISEA 2008⁴ (International Symposium on Electronic Art). Neste evento, que ocorreu em Singapura no dia 29 de Julho o painel “Animated Ideas: Investigating The Language of Animation” teve lugar no Auditório Ngee Ann Kongsi da Singapore Management University.

⁴Cf. AAVV 5 (2008). Proceedings of ISEA 2008 – The 14th International Symposium on Electronic Art, 25 de Julho/3 de Agosto. Singapura: ISEA 2008.

Organizado um pouco à parte dos temas de arte electrónica presentes no restante simpósio, este painel de discussão sobre *anime* permitiu-me esclarecer algumas dúvidas sobre a animação japonesa. Pude ainda realizar duas mini-entrevistas, uma a um autor que trabalha teoricamente a *anime* (Yoshioka, da Kyoto University) e outra a um autor que se preocupa com aspectos mais práticos da *anime* (Hayakawa, artista “independente” de *anime*). O painel foi organizado pelo IAMAS (Institute and International Academy of Advanced Media Arts and Sciences).

Nesta conferência acerca das “ideias animadas” foram mostrados trabalhos de Makoto Murayama, ALIMO, Tsumugi Harunari e Nobuyuki Yamana-ka. Takahiro Hayakawa, quem tive a felicidade de entrevistar, também expôs algumas das suas animações não-convencionais na conferência. Hiroshi Yoshioka, participou nesta conferência onde também foi responsável pela moderação, e no início disse que:

“Japanese animation, or anime, is so ubiquitous that it now seems to constitute a universal language in globalized pop culture. Aside from the mainstream, young artists are using animation to create new visual experiences. In this panel, we would like to show some of the latest experimental animation works produced by young students and graduates from IAMAS, and discuss the possibility of animation as a new language” (2008).

Hiroshi Yoshioka

P: “Yoshioka San, eu gostaria de saber ‘o que pensa acerca da *anime* enquanto meio de comunicação?’”

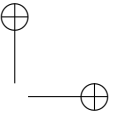
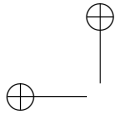
R: “Well, Japanimation, *anime*, is communication. Young people communicate with each other through *anime* if they don’t know the language”.

P: “Como isso é possível?”

R: “*Anime* has a unanimous language, global language”.

P: “E como era antes da globalização?”

R: “An established culture was changed by *anime*”.



P: “Então ao superar a cultura instituída, a *anime* globalizou-se facilmente, é isso?”

R: “Yes, Japan is exporting more *anime* than cars”.

P: “Sim, mas o Japão continuará certamente a exportar máquinas. E que futuro espera a *anime*?”

R: “Content creation”: films, videogames and stories”.

P: “E julga que é preciso dar mais notoriedade à *anime*?”

R: “No, not now. *Manga* and *anime* are respected and known culture”.

P: “Mas a *anime* só se tornou mais conhecida a partir dos anos 80!”

R: “In the 60s *anime* wasn’t a culture yet. 90s *anime* is criticized due to violence and sexy escathology”.

P: “Houve um período de crítica à *anime* no final dos anos 90. A que se resumia?”

R: “Children could develop violent character”.

P: “Actualmente qual é a estratégia de comunicação?”

R: “Japanese is cool, no culture contamination”.

P: “Acredito existir hoje uma verdadeira ‘Galáxia de Anime’, concorda comigo?”

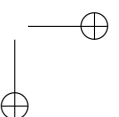
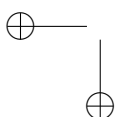
R: “Yes, influence too strong in mainstream. *Anime* is supported by political powers.

P: “Então a panóplia de mercadorias, formatos de imagem, tecnologias, jogos de ficção disponíveis, tudo isso é fruto de uma estratégia à escala nacional?”

R: “One may say comics and *anime* share media technique, content, format, information technology in novels, digital language”.

P: “Parece emergir uma estética que engloba tudo na *anime*, não é?”

R: “I don’t create frontier between media and aesthetics.”





P: “Como define a linguagem da *anime*?”

R: “I think anime organizes experience in different way, a video language. There is a media aesthetics of its own. We see that language of kids in ads”.

P: “O que tem de especial para si a *anime*?”

R: “To my generation it still is a new art of painting. Shows Japaneseness of picture scrolls”.

P: “A *Anime* representa todos os japoneses?”

R: “*Anime* is not to the Japanese, although it shows Japanese culture”.

Takahiro Hayakawa

P: “Já sei que Takahiro San realiza e produz animações. Qual é para si a característica maior das *anime*?”

R: “Animism – Asian animism”.

P: “Não será mais o movimento?”

R: “Yes too, motion – making system to generate unique motion. Animation is not art of moving pictures, but pictures moving”.

P: “Tem algo a ver com o termo latino *Anima*?”

R: “*Anime* is to make motion. Animation is to give life, interpret life”.

P: “O que pretende fazer com as suas animações? Uma vez que não são convencionais, mostram grafismos abstractos em movimento”.

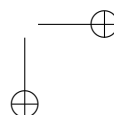
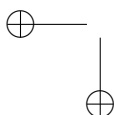
R: “Find genetic structure to generate movement to my animation”.

P: “Qual é o propósito disso?”

R: “Show movement in *anime*. *Anime* is not just explosions and machines. Japanimation is art for me”.

P: “Preciso de saber para a minha investigação sobre *anime* se a transição entre *anime* e videojogo é planeada pelas empresas. Existe algum propósito nisso?”

R: “No, it is not planned. It is a continuation, not forced”.



ANÁLISE DESCRITIVA

Anúncios de Publicidade

Apesar de os anúncios em reconfiguração serem representativos desta época em que tudo é digitalizado e convertido, multiforme e cativante, lúdico e inovador, na verdade, não se coadunam apenas com cultura visual japonesa. O vírus de comunicação asiático é transversal entre Oriente e Ocidente, o que significa que, mesmo na China, onde a “asiatização” também se encontra em curso na forma como se expande globalmente a sua cultura e indústria, existe publicidade em reconfiguração. A empresa de videojogos Blizzard, responsável pelo videojogo *World of Warcraft* (2005), de género RPG (“Role-Playing Game”), um fenómeno dos jogos “on-line” mundialmente reconhecido, concordou com a criação de um anúncio para o mercado chinês sobre *World of Warcraft*, apelidado de “Wow_China_TV” (2006). Neste anúncio, é-nos mostrado um empresário de perna cruzada em cima de uma mesa, que discute com três raparigas se apenas o que é “sexy” é que vende. Quando elas discordam dele, ele transforma-se num dos monstros de *World of Warcraft*, um ogre verde. De seguida, elas transformam-se também e aparecem dentro do jogo vestidas como personagens do jogo, sendo uma druida, a outra arqueira, e a última guerreira. Depois de vencerem o combate com o ogre no jogo, abrem uma arca cheia de refrigerantes da Coca-Cola. Após beberem o refrigerante, as três raparigas aparecem de novo no escritório e o chefe aparece então despidido da cintura para baixo. Esta campanha feita para o mercado chinês compreende anúncios “japonizados” na sua estética, aliando a marca Coca-Cola à de *World of Warcraft*.

Onde se encontra ainda mais presente a estética multiforme da *anime* é nos sobejamente conhecidos anúncios da Citroën, sobretudo os que se referem ao veículo Citroën C4. Porém, a publicidade ao modelo C3, com o anúncio “Anime AD” (2005), importa a estética *anime* de ponta a ponta, já que exhibe personagens de *anime* numa animação com 3D. O rapaz condutor é parecido com o protagonista da série de animação *Cowboy Bebop* e começa por ser perseguido por um camionista. Ele escapa, pára o veículo e uns assaltantes vasculham o seu C3. Pensando que não está ninguém no veículo, os assaltantes fecham-lhe a porta e o rapaz, acto contínuo, regressa ao volante e faz uma aparatosa marcha-a-trás a alta velocidade para fugir. Retoma o sentido

de marcha e sai ileso de uma tentativa de abalroamento do camião conduzido pelos assaltantes. Depois de passar por um túnel, trava de repente o C3 sem que este chegue a cair de uma ponte destruída. Aparecem então aviões Harrier a disparar mísseis. O rapaz recua e salta com sucesso a ponte enquanto se ouve uma banda sonora idêntica à de *Pulp Fiction* (1994). O C3 vira no ar, evitando o impacto dos mísseis. Quando o rapaz puxa o travão de mão, repara sobressaltado que ainda se encontra no “stand” da Citröen. A mensagem que passa destaca as qualidades de travagem e controlo do automóvel C3. O “spot” revela o automóvel como um meio de se poder imaginar algo mais. No final, surge o “slogan”: “Citröen C3: Só não assegura a sua imaginação. A Vida é Bela”.

No que diz respeito ao modelo C4, também da Citröen, o anúncio mais famoso é o “Skater Movie” (2006), concretizado pelo estúdio The Embassy VFX. Neste caso, explorou-se uma estética mais próxima do “videoclip” do que da animação japonesa. No entanto, o robô que se transforma, a partir de e para o veículo C4, encontra-se realisticamente bem conseguido. O anúncio começa com um local onde nevou. Vemos, primeiro, os indivíduos à beira de um lago gelado. O C4 não se consigna às limitações do terreno e transforma-se num robô antropóide. A partir deste momento, começa a esquiar no gelo enquanto a música de fundo, da autoria do artista David Guetta, confere um estilo lúdico ao anúncio. Novamente se demonstra a fusão da estética dos telediscos com a robótica da *anime*. O automóvel começa por brincar no gelo sozinho e apenas no final regressa para junto dos humanos, resvalando um pouco de neve para cima das suas cabeças em tom de brincadeira. O “slogan” que fecha o anúncio é “Citröen C4: “Alive With Technology”. A ideia de que existe uma tecnologia com vida própria é o conceito-base explorado nestes anúncios da Citröen.

Antes do “Skater Movie”, a Citröen encomendou o “spot” “Breakdancer Movie” (2006) ao estúdio The Mill. Aqui, o robô gigante antropomórfico era em tudo concomitante com os que figuram na *anime* de tipo “mecha”. O início do anúncio era marcado pelo facto de o automóvel Citröen C4 se encontrar estacionado, começando repentinamente a dançar “break dance” no parque de estacionamento até saltar e cair no solo já na sua forma original. O “Breakdancer Movie” foi muito premiado, tendo sido antes de mais o anúncio oficial de lançamento do C4, acrescido do “slogan”: “New Citroen C4: Alive

With Technology”. A versão completa deste “spot” exibia o robô de pé a fazer alongamentos atrás de uma placa de “pay parking” (estacionamento pago).

Noutros anúncios, mas onde a estética transformista de robôs está também presente, como o da marca de papel para fotocopiadoras Double A, temos uma directa aproximação à “mecha”. Em “Double A Paper’s Copier Transformer Commercial”, o anúncio de Julien Vanhoenacker, temos assumidamente um trabalho concebido para TV e Internet, onde o “target” (público-alvo) final é o mercado japonês, embora os jovens ocidentais possam gostar igualmente do anúncio. Tudo começa com uma jovem japonesa a dirigir-se a uma fotocopiadora, quando esta comunica o erro “Paper Jam” no seu visor. A rapariga, irritada, bate-lhe com as folhas de papel A4 e esta, por reacção, transforma-se num robô, retira as folhas de cópia da mão da rapariga e rasga-as à sua frente. Em jeito caricato, e parodiando anúncios feitos por criativos privados de imaginação, no final, vemos a mão do robô a destacar o “slogan”: “Change Your Copy Paper. Double A: Double Quality Paper!”

A conhecida marca de roupa GAP, num dos seus anúncios, o “Daft Punk – GAP Commercial” (2005), apresenta de frente para a câmara em jeito de vídeo de música publicitário o duo de músicos francófonos Daft Punk a dançar com “jeans” GAP. O anúncio desenvolve-se a partir de uma imagem de um “close-up” das suas calças GAP. Os protagonistas envergam os capacetes que são a sua imagem de marca robótica, inspirados nos robôs dos anos 80. A coreografia deste duo de músicos é completada com um “zoom out” onde entra em cena, por um dos lados do “palco”, a actriz Juliette Lewis, dirigindo-se para o centro, ao som da música dos Daft Punk. Ela sorri para a câmara, o que provoca o aparecimento de desenhos de corações e mensagens como “Girl!” nos LEDs dos capacetes dos Daft Punk. O anúncio fecha assim com o “slogan” que é também o endereço do sítio Web da marca: “Denim: gap.com”. Até mesmo no “slogan” ocorre esse fenómeno da compressão que caracteriza o teledisco, com o “slogan” a fundir-se numa só linha, como a do endereço Web.

Já não no universo da roupa “street wear” (roupa de estilo casual), o anúncio que passou no Japão aquando do lançamento em 2006 da consola Xbox 360, da Microsoft, tinha também como alvo o público jovem, fascinado por imagens digitais e / ou robótica. Num dos exercícios mais criativos de publicidade feito para os nipónicos com o anúncio “xb360_jp_tv3” (2006), gigantes caracteres japoneses eram mostrados a sobrevoar a cidade de Tóquio. Uma

câmara na perspectiva subjectiva dava-nos a conhecer a acção na primeira pessoa. A imagem-vídeo real de um jardim com templos antigos japoneses fazia-se acompanhar de caracteres e logótipos da Xbox 360, os quais eram vistos a subir ao céu como balões de ar quente. Na verdade, este anúncio continua a estética da campanha de lançamento da Xbox 360 no Japão, já demonstrada no anúncio “xb360_jp_t2” (2006). Este era um anúncio mais provocante, pois colocava o espectador também no ponto de vista subjectivo, na pele de um condutor de um automóvel, à saída de um túnel em Tóquio. Assim que se saía do túnel, a paisagem abria-se, a câmara filmava o céu e escutava-se apenas os comentários dos passageiros do veículo com ar de espanto. Bem no alto do céu, um logótipo tridimensional gigante e escrita japonesa pairavam sobre os arranha-céus da cidade como se naves de alienígenas estivessem a sobrevoar a cidade. As constelações de caracteres e algarismos cinzentos e verdes espalham a linguagem visual da marca Xbox 360 de forma fascinante e apelativa.

Noutro anúncio também em reconfiguração, ainda relativo à consola norte-americana de videojogos, desta feita visando o público geral, mas sobretudo o ocidental, era referente aos jogos em rede. Apelando ao modo de jogo multijogador via Xbox 360, este “Banned TV Commercial” (2007) pretendia simular o conceito de jogo em grupo massivo. Todos os indivíduos presentes num terminal de transportes começam a jogar como se conhecessem as regras do jogo em rede. Tudo começa com um rapaz a entrar nesse terminal, identificando já, pouco depois, outros jogadores. O “jogo” começa quando todos os indivíduos, então tornados jogadores, começam por fazer gestos que visam representar mimicamente que apontam armas, afinal inexistentes, uns aos outros. O conceito de simulação está muito presente. Há um suspense sério no início, mas depressa a acção descamba num tipo de tiroteio “virtual”. A música de rapsódia surge quando toda a gente diz “bang!”, pouco antes do “slogan” conclusivo referir “Jump in”. Em si, o “slogan” de término “Jump in” é suficientemente convidativo ao pedir que os jogadores saltem para o universo do jogo de participação.

À parte do universo dos videojogos, mais ainda conivente com o género “mecha” que fascina o público *otaku*, a empresa Motorola, uma das criadoras dos primeiros telemóveis, fez para o lançamento do seu modelo V3 Razr um anúncio completamente “transformer”. Em “V3 Razr Advert” (2003), o “slogan” que se confunde com a máxima “Hello Motto” é, antes de mais, a

abreviação de “Hello Motorola”, um cumprimento que uma entidade máquina faz ao espectador. É como se o anúncio nos estivesse a ensinar como tratar o telemóvel “Motorola” por “Moto”. Esta estratégia reflecte uma certa “japonização” da marca através do *design* do equipamento e mediante o texto “Moto”, cuja fonética soa a um termo asiático. Do ponto de vista narrativo, o anúncio começa com uma rapariga sentada na sua sala-de-estar e, logo que ela fecha o seu computador portátil, ergue-se também. Uma vez de pé, toda a casa, desde mobiliário até paredes, é dobrada como a tampa do telemóvel. A ideia é que o espectador seja capaz de associar o mecanismo de abrir e fechar um telemóvel com tampa ao Motorola Vr Razr. O mecanismo do telemóvel está em toda a parte no anúncio, espalhando-se como uma virose do porta-chaves, das câmaras e ecrãs até televisores, mesas e carpetes. Por fim, o soalho, o tecto e as paredes recolhem até que tudo termine no telemóvel, que é a última coisa a recolher. Ela atende uma chamada, ao som da música que acompanha a narrativa curta deste anúncio. O final é assinado pelo “slogan” “Moto, Most. Moto, Least. Moto, Razr”.

Temos cada vez mais exemplos de anúncios publicitários inspirados nos videojogos, pois requerem uma componente de ludicidade que estes detêm e cuja publicidade pretende expor. Mas também temos publicidade sobre videojogos a comunicar de outra maneira, recorrendo a imagens do real. O anúncio publicitário para televisão e Internet “MarioKart_DS_TV” (2005), que promove o videojogo da Nintendo DS *Mario Kart DS* (2005), manifesta essa estratégia de levar o espectador até ao real, quando o que se comunica é relativo ao videojogo. Vemos várias pessoas a assistir a uma corrida de “stock car” da NASCAR; quando começam a ficar descontentes com a corrida, resolvem atirar objectos contra o ecrã. E, mais uma vez, temos imagens sobre máquinas. Não deixa de ser espantoso que tudo o que é atirado contra o ecrã entre em cena na corrida, prejudicando os próprios pilotos (objectos como frascos de “ketchup”, malas de tacos de golfe, lixo e lâmpadas). Percebe o espectador que estes indivíduos ficaram, de alguma forma, viciados em *Mario Kart DS*, tendo-se habituado ao toque no duplo ecrã desta consola. Quando assistem à corrida na TV e não controlam a acção, começam a reagir negativamente, como se o ecrã de TV não fosse interactivo. O anúncio acaba com a frase “Nintendo DS: Touching is Good”.

De facto, o toque na imagem digital é impossível, a não ser através de um “touch screen” (ecrã sensível ao toque). No entanto, os jogadores de videojo-

gos não desgostam de imagens passivas; muito pelo contrário, veneram-nas. Simplesmente, não perdem muito tempo com esse tipo de imagens. Aquilo que os move é o controlo da imagem, a imersão. Mas, se porventura assistem a anúncios em que a imagem parece ter características idênticas às da imagem computadorizada a que estão habituados, então esse tipo de publicidade é-lhes cara. É esse o caso da publicidade da Nissan, um construtor automóvel, nomeadamente o anúncio relativo à sua gama de veículos 4x4, o anúncio “Naturally Capable” (2007). Intitulado “naturalmente capaz”, este “spot” mostra-nos um veículo todo-o-terreno a chegar ao fim de uma estrada. A única opção do condutor é transformar-se num tigre metálico, um “transformer”, que muda da forma de veículo todo-o-terreno para a de animal quadrúpede de modo a conseguir ultrapassar os obstáculos. Assim, fica apto a escalar uma montanha rochosa. Vê-se um outro plano em que o tigre metálico corre pela neve, regressando à sua forma inicial, a de veículo 4x4, logo que passa o cume da montanha, descendo pela neve na sua configuração regular. Quando se depara com um terreno cheio de obstáculos rochosos, transforma-se desta vez num aracnídeo, descendo uma escarpa com a ajuda das suas muitas patas, que se fixam no solo e lhe proporcionam uma tracção fortíssima. Novamente, o animal “transformer” passa a descida, já regressando à forma de veículo todo-o-terreno. Contudo, quando toca na água de um riacho, assume de imediato a forma de um gigantesco crocodilo maquínico, submergindo e regressando à superfície como automóvel. Na última sequência de transformação, o veículo depara-se com um aglomerado de pedras soltas que requer uma transformação para a forma de serpente. Por fim, o veículo reentra na estrada alcatroada, como se todos os impedimentos do percurso não tivessem feito a menor diferença na sua aventura “fora da estrada”. O mais interessante neste anúncio é que, cada vez que há um processo de transformação para animal-máquina, o regresso à configuração de veículo todo-o-terreno resulta sempre para um modelo de 4x4 diferente, embora seja da mesma gama da Nissan. A transformação que se identifica neste “spot”, feito pela Mikros Image, recorre à tecnologia de “morphing” para efectuar a mutação de veículos para animais. O anúncio termina quando, sob fundo negro, assistimos aos veículos Nissan Patrol, X-Trail, Pathfinder e Murano a mudar de forma entre si. A concluir o anúncio, surge o “slogan” “SHIFT_capabilities”, que nos remete para uma dupla interpretação do termo “shift”, o qual tanto significa “mudança”, no contexto de “caixa de velocidades”, como, no sentido do consumidor, signi-

fica “mudar” de um produto para outro, já que os produtos Nissan têm “outras” capacidades.

Ainda na publicidade das reconfigurações, que sofreu forte inspiração do filme de Michael Bay (cuja produção esteve a cargo de Steven Spielberg), temos exemplos interessantes em que robôs ou automóveis de novo mudam radicalmente de aspecto. A empresa de grafismos computadorizados Digital Domain, de James Cameron, criou o anúncio “Transformer” (2006) para a marca SAAB. Neste trabalho realizado por Joseph Kahn, vemos um piloto de caça (avião militar SAAB) a premir um botão que desencadeia a transformação do seu avião de combate no hangar. O avião transforma-se numa carrinha SUV da SAAB. Quando o piloto olha para o espelho lateral já não manifesta o aspecto de piloto de caça militar à semelhança de Tom Cruise no filme *Top Gun* (Tony Scott, 1986). O objectivo desta campanha da SAAB, intitulada “Born From Jets”, visava fazer o consumidor comum sentir-se especial, daí apelar em duplo sentido ao conceito de “piloto”. Aqui, seria possível ver “piloto” como condutor de veículos de corridas ou como piloto militar. É por este motivo que, no fim, o piloto de avião militar SAAB foi alterado visualmente para a forma de um piloto de um veículo SAAB desportivo. O que o narrador diz é elucidativo da mensagem publicitária em questão, pelo que se resume a: “A SAAB foi fundada por dezasseis engenheiros aeronáuticos. O seu espírito continua vivo. Apresentando o novo SAAB 97X. Quando se está habituado a construir aviões a jacto, não se constrói apenas mais um SUV. SAAB: Nascida da Aeronáutica⁵” Outras abordagens ainda mais lúdicas não se descolam da relação entre máquina e videojogo e descuram o realismo da imagem “transformada”, como nos assegura o “spot” da SAAB. A promoção do videojogo *Jak X: Combat Racing* (2005), um título da Sony Computer Entertainment, teve uma expressão verdadeiramente lúdica no anúncio televisivo “Jakx_tv” (2005). Visto como uma crítica divertida, mas não menos agressiva, aos anúncios de robótica da Citroën, este anúncio do videojogo *Jak X* começa por mostrar um automóvel a dançar. Contudo, entra em cena um veículo armado do jogo *Jak X*, que destrói o robô dançarino antes de aparecer de remate o texto: “The Killer-Racing Game”.

Fora da imagem detentora de agressividade, o simpático anúncio “Loco-

⁵“Born from Jets”, no original. Uma vez que uma tradução literal (nascida dos jactos) se afiguraria bastante ambígua e inestética, decidimos traduzir “jets” por “aeronáutica” (N. do T.).

Roco Japanese Commercial #3 PSP Long” (2007), referente ao igualmente simpático videogame *LocoRoco* (2006), disponível para a consola Sony PlayStation Portable, aposta mais numa imagem colorida e bonita. Sem grandes efeitos ou robótica, mas em simbiose com a própria estética plástica do videogame, o anúncio é agradável de ver. *LocoRoco* assume-se como um jogo divertido, e o anúncio começa dessa forma, com divertidas e circulares figuras elásticas do jogo que se revelam inquietas. Ao longo do anúncio, mesmo este que corresponde à versão de maior duração, continua presente a música caricata a acompanhar as imagens. É óbvio que a estética “videoclip” em estilo asiático se revela num compacto de *imagens-brinquedo*; afinal de contas, todo o anúncio foi feito com “puzzles” e plataformas deste videogame infantil, colorido e animado. Praticamente, quem conhecer o videogame “re-conhece” a publicidade, a qual se articula como uma canção para crianças tornada em filme publicitário de curta duração. Árvores, flores e bolinhas, sementes e personagens, esticam-se e dividem-se numa plasticidade só possível na imagem digital.

Com o intuito de ser mais arrojada, a publicidade acerca da Sony PlayStation foi mais longe e revela o que pode vir a ser a próxima consola PlayStation. O anúncio futurista “PS9_tv” (2007) apresenta-nos imagens de uma cidade do futuro, idêntica à Los Angeles de *Blade Runner*, mas provida de luz solar. Vemos alguém com uma esfera translúcida na mão, que tem dentro de si a “PS9”, a PlayStation do futuro, Geração 9. De seguida, este rapaz, de quem anteriormente só víamos a mão, abre no topo de um edifício a esfera transparente em duas metades, das quais saem bolhas. Estas bolhas de ar entram pelo seu nariz e percorrem-lhe o corpo, mudando a sua maneira de estar. Vê-se depois o jovem a dar um passo para além do parapeito do edifício. Aparece então a mensagem “bio link”. Quando ele cai no chão, já absorveu capacidades provenientes de um videogame, começando, pois, a combater tranquilamente os transeuntes como se tivesse entrado numa simulação digital. Todas as situações que se seguem mostram o jovem imerso em simulações de qualidade cinematográfica, tais como escapar debaixo de água a um polvo gigante. No final, quando o rapaz acorda, encontra-se numa futurista corrida de automóveis nas ruas de Tóquio em “full HD” (alta-resolução total). Assinando o final do anúncio, uma voz “sexy” acrescenta: “PS2: The beginning!” No início da publicidade da Sony Computer Entertainment, os anúncios da Sony PlayStation eram então muito criativos. Deste modo, fantasiavam o presente, o que

adiviria na cultura dos videojogos com o aparecimento da PlayStation 2. Esse é o caso do anúncio conhecido por “PS2 Mountain 75” (2007), que foi divulgado aquando do lançamento desta consola. Antes do “slogan” “Fun Anyone? PlayStation 2” surgir, podíamos ver um jovem empoleirado num terraço, enquanto todas as imagens ilustravam a cómica música antiga de fundo. Toda a gente junta que aparece no anúncio assemelha-se a um objecto só, uma massa humana que se dirige para um sítio, mas não se sabe o que lá está, nem onde fica. A música tem como refrão: “Go Get on Board”, e é isso que todos os indivíduos fazem, tentam ficar a bordo da PlayStation 2. A massa humana vai crescendo de forma descomunal e montanhas de pessoas tapam, no fim, a forma de um arranha-céus. O que a vista aérea dá a conhecer parece ser uma montanha de humanos, pois todos os indivíduos se tentam destronar no topo, naquele que parece ser o “jogo final”.

Relativamente ao conceito de anúncios em reconfiguração, os criativos, que gerem a imagem corporativa da Sony Computer Entertainment, têm tido propostas cada vez mais irreverentes. Divulgar a consola Sony PlayStation Portable requereu uma nova linguagem audiovisual mais próxima da dos videojogos e dos “videoclips”. Nesta senda, o “PSP Ad” (2006) foi o anúncio mais revolucionário, no qual a transformação é um conceito explorado. Robótica e logótipos confundem-se facilmente neste trabalho. Resume-se este anúncio a uma história veloz acompanhada de uma percussão ritmada. Numa galeria de arte, encontra-se uma escultura vermelha bizarra que inicia uma metamorfose constante. Vê-se que existe um jogador encostado a uma parede, e que a escultura foge, a certo momento, como um animal selvagem. Já na rua, salta para o topo de um comboio em movimento. Desfaz-se, logo a seguir à entrada de um túnel, em ícones representativos das características multimédia da consola (nota de som, câmara fotográfica, uma fita de cinema e um comando de jogar). Na rua, a escultura robótica sobe para o tejadilho de um táxi, no interior do qual uma rapariga também joga PSP. O que o anúncio nos dá a entender é que o robô PlayStation só persegue os seus jogadores, ou que poderá ser controlado pelos mesmos. Perdendo partes de si, a escultura entra num centro-comercial e brinca com um cão, descendo depois as escadas rolantes. Num autocarro, um rapaz joga PSP e a escultura vermelha, ao som das batidas da música, tenta encostar-se à janela do veículo. O duelo final tem início quando aparece outra escultura idêntica. O combate de “um-para-um” ocorre como se de um videojogo se tratasse. As duas figuras escalam uma

grua e caem em pedaços, desmontando-se nos logótipos que as compunham, até no ecrã surgir a mensagem “PSP: Easy End!”.

Videoclips Amadores – Anime Music Video

Quanto aos vídeos feitos por amadores, alguns focam obsessivamente certos universos de ficção. Num dos AMV que tivemos a oportunidade de analisar, o título é o mesmo das imagens re-editadas: “DragonBall Z” (1990), no qual a música “My Way” (2000), do grupo Limp Bizkit, completa a agressividade das imagens com a sua energia “rock”. Começa desde logo por ter como protagonista a personagem Vegeta da série de *anime Dragon Ball Z* (1990). Entre o fim brusco e o começo acelerado, este AMV é um compacto de lutas entre gigantes de cabelo espetado brilhante. As sequências da série original, em que os protagonistas gozam dos seus superpoderes e mostram mais do que ser jovens rapazes com corpo musculado de adulto, são extensivamente re-editadas. À semelhança do que se verifica na grande parte dos AMV, a agressividade e as lutas descontroladas constituem uma regra. Explosões partem de um grito primeiro que se confunde com a distorção da música “rock” dos Limp Bizkit. A herança da imagem nuclear reflecte-se nos AMV, e a música poderosa alia-se facilmente com a força enorme que parte dos gestos da celebridade Sungoku. Neste sentido, não se pode estranhar que bestas gigantes e monstruosas entrem em confronto com jovens, porque os combates, à semelhança do género de videojogo “beat’em up”, requerem sempre um par de personagens do qual se espera um desfecho impetuoso. Apesar dos corpos musculados e dos fatos protectores, a agressividade lúdica, notória até no “videoclip” de música “rock” normal, é explorada neste AMV. Na esteira de uma animação pós-holocausto, as lutas a que assistimos com personagens de *Dragonball Z* ocorrem em desertos áridos e cidades destruídas, sendo o término o apocalipse.

Outro AMV onde as imagens reeditadas também são importadas da série *Dragonball Z* evidencia a música “Come Out Swinging” (2000) dos Offspring. A assinatura é do grupo Dragonball Utopia. Mais uma vez, a música “rock” é utilizada para preencher o estado bélico das imagens e acompanhar a perseguição pelos penhascos do Grand Canyon. Como não poderia deixar de ser, as lutas semeiam um rasto de destruição incandescente pelo céu acima. Sobressaem, neste AMV, as personagens de fatos orgânicos e olhos raivosos

e a mega-exploração pontuada com música “punk rock”. De cabelos ao vento, e envergando escudos protectores, os protagonistas revelam-se em gritos de música e “gritos gráficos”, rajadas de riscos oblíquos. Em suma, este AMV comunica na mesma linguagem que o “videoclip” normal, além dos aspectos *plástico-gráficos*, revelando uma energia de vida em imagens aceleradas e sincopadas. No cerne do AMV, permanece o tema do apocalipse controlado; o punho da força, a pancada, traduz-se na potência dos golpes. O grito final produz um afastamento bíblico das águas, que se dispersam em semi-esfera.

Os fãs de *Dragonball Z* transformam os AMV em extensões de *media* do seu imaginário, das suas predileções na Galáxia de Anime. O aspecto infantil e agressivo de *Dragonball Z* faz de si um universo no qual os mais jovens se revêem de imediato. No AMV “They Might Be Giants”, a música reproduzida em paralelo intitula-se “Particle Man” (1990) e baseia-se no álbum “They Might Be Giants”, da banda com o mesmo nome, e as imagens que aparecem entram na redundância de focar também lutas; lutas de um jovem contra gigantes (perspectiva juvenil do confronto com os adultos?), que come desmesuradamente sem nunca perder o seu aspecto caricato. Neste AMV, os adversários são bestas, resumindo-se o “videoclip” de fã a uma comédia de pancada entre personagens de aspecto ocidental e oriental. Há uma parte em que as cómicas e desajeitadas personagens fogem de uma avalanche, mas, em geral, esse aspecto caricato das imagens enquanto portadoras de uma ficção reeditada nunca se perde. Todas as personagens têm aspecto de criança à excepção dos inimigos verdes e de compleição alienígena. Ao contrário dos melhores AMV, este fica-se pela rapsódia supersónica de lutas infantis.

Apelando à imagem de jovialidade das personagens de ficção dos videogames da série *Final Fantasy*, o AMV “Final Fantasy 9” exhibe imagens 3D deste jogo, e não imagens bidimensionais, como ocorre em grande parte dos AMV. Sob música dos Linkin Park, nomeadamente a romântica faixa “In the End” (2001), este AMV destaca-se, sendo dos poucos com assinatura dos seus autores amadores, AtomX Produccion, cujo “videoclip” mostra uma menina perdida numa cidade fantasiada semelhante a Veneza. O local em questão encontra-se preenchido por estátuas gigantes e barcos voadores, tempestades eléctricas que assustam crianças e por cavaleiros que activam a fragmentação total do apocalipse. A imagem do holocausto reaparece neste AMV, começando, efeverscente, o “Juízo Final” no mar até terminar na cidade destruída. As personagens parecidas com corsários entram em cena como “soldadinhos

de chumbo” a marchar em couraçados reluzentes. Explosões de cor iluminam o céu quando são invocadas entidades sobrenaturais, tal como acontece nos videojogos da série *Final Fantasy*, na qual se baseia este AMV. Salienta-se a paixão entre jovens, sendo o resultado final um épico romântico. A jovem perdida no início despede-se do seu amado no seu barco voador.

Longe dos nomes mais sonantes da *Galáxia de Anime*, o AMV “Flame of Recca” revela imagens desta série de animação japonesa juntamente com a música “rock” “Youth Gone Wild” (1989), dos Skid Row. É verdade que a música “rock” é uma forte componente dos AMV, tal como a música electrónica de dança, porém a energia do “rock” entra numa fácil simbiose com os gritos cataclísmicos da *anime*. Este AMV, por exemplo, denota uma pensada selecção de imagens de combates, sequências de vídeos de túneis, disparos e momentos de lazer, sendo mesmo estes, contudo, fortemente acelerados, o que se vê na velocidade como os jovens comem, nos momentos de recreio da sua vida escolar ou nos confrontos existentes entre si. Quando aparece uma personagem a empunhar uma arma, esta é tão grotesca como as dos videojogos. O mesmo acontece na forma como os fãs reeditam este AMV, justapondo crianças com superpoderes como nos filmes de efeitos especiais e monstros gigantes em arquitecturas barrocas. Tendencialmente semelhante a outros AMV já analisados, este apresenta personagens asiáticas e norte-americanas, o que é característico do tipo de público em questão (*otaku*). Na maior parte das sequências dos AMV, tal como nas séries de *manga* ou *anime*, existe um excesso exótico que é indissociável de cenas de lutadores e tiroteios; os protagonistas são, na sua maioria, jovens musculados e raparigas “fashion” agressivas, maternais ou ingénuas, mas sempre dramáticas.

Globalmente conhecida no género da *anime*, a série *Full Metal Alchemist* (Seiji Mizushima, 2005) também é escolhida para re-edição pelos fãs de AMV. Recorrendo à música “Faint” (2003), dos Linkin Park, num dos AMV feitos pelos Elric Brothers (CL), é comum a presença de símbolos mágicos, exércitos e robôs gigantes, explosões de canhões e rajadas de disparos. A imagem da guerra é constante, não se desalojando a hecatombe da *Galáxia de Anime*, o que torna compreensível o “porquê” de aparecerem tantos edifícios em chamas, raparigas que se reconfiguram em cenários góticos e jovens enérgicos a não controlar o seu entusiasmo. Como na *anime* em geral, os AMV também caem infelizmente no estereótipo dos temas que focam. Morte, vida e cataclismo, medo e investida, heróis contra seres malignos são apenas alguns

dos temas mais comuns. Em concreto, este AMV apresenta lutadores desarmados e exércitos de indivíduos onnipotentes, explosões de fogo brilhante como ameaça, andróides e lutadores com tatuagens tribais. O esquema estético dos videogames de lutas, de recriação de combates entre sobre-humanos maus, raparigas “sexy” e heróis bonitos é uma constante nalguns AMV, assim como o é neste.

Se existem AMV derivados da *anime*, não poderia deixar de haver alguns acerca do universo *Gundam*, a famosa série épica com robôs gigantes. As imagens deste AMV, cujo título é “Gundam Wing”, quando visionadas com a música “Feuer Frei” (2002) dos Rammstein, tomam um outro sentido. Por serem reedições, os AMV contam como que uma outra história da série ou filme de *anime* que citam. Na prática, os AMV são uma versão pessoal da MTV Asia e da Anime Network, citações artísticas na era pós-histórica. Os argumentos usuais dos AMV requerem sempre a presença de um rapaz e de uma rapariga num jardim angelical. A *agressividade gráfica* é desencadeada a partir do momento em que ele prime gatilho de um detonador, destruindo uma cidade “blade-runnerizada”. No espaço, robôs *Gundam* geram explosões estelares, sobrando colunas de fumo e raios luminosos. Já na Terra, vemos a imagem da cidade de Tóquio animada de noite. Novamente os protagonistas que conduzem robôs “mech” digladiam-se com projecteis fulminantes. O fogo infindável resulta da agressão patente nas personagens, assim como nos raios laser dos canhões de grande porte. Nas espadas reflecte-se o olhar frio de jovens militares, miras de armas e nuvens paradisíacas, retratos de um real inocente inexistente. Como uma irmã inseparável, a música “rock” completa o AMV, a “banda visual” de cidades destruídas, solidão romântica e a única companhia, as armas; aqui representada por robôs antropomórficos gigantes de asas angelicais. Entre ciborgues e deuses, estas Fénix cibernéticas de *Gundam* brilham incessantemente no escuro e frio espaço, transitando as imagens em sintonia com a montagem rítmica. No fim, luzes brotam da escuridão como índices do apocalipse re-editado.

Enquadrado nos grandes temas da *Galáxia de Anime*, surge um AMV baseado nas obras de animação japonesa de *Serial Experiments Lain* (Ryūtarō Nakamura, 1998), *Akira* e *Ghost in The Shell*. Faz-se acompanhar este vídeo da música “The Becoming” (“O Devir”, 1994) do grupo de “rock industrial” Nine Inch Nails. A autoria do AMV é da Kysoyaro Productions, acusando o título “Transformation”. Ao socorrer-se de imagens de *Lain*, bem como de

filmes de *anime* de culto como *Akira* e *Ghost in The Shell*, este AMV explora visualmente os túneis que aparecem de forma hipnótica e cenografias típicas dos vídeos ciberpunk. Assistimos à montagem de corpos e máquinas, a jovens que observam as próprias mãos. A música de Nine Inch Nails complementa a agressividade robótica do AMV, tornando presente a personagem Kusanagi a erguer a sua arma e, logo depois, entram os planos das corridas de *Akira*, ou as cenas de mãos de *Lain*. Ao volátil grafismo do vídeo (“quick-cut”) colam-se bastante as cenas do atormentado e sobredotado rapaz de *Akira*. Figuras de marginais e a do próprio *Akira* a transformar-se, com fios que saem do seu corpo, aparecem neste AMV, no qual os gritos e a aflição dos jovens combinam violentamente com a imagem digital.

Abordagens diferentes são experimentadas em AMVs como “Maboroshi (Perfect Blue)” que, embora recorra à música “The Perfect Drug” (1997), igualmente dos Nine Inch Nails, tem a assinatura de um outro estúdio, o Maboroshi Studio. Intitula-se “Maboroshi (Perfect Blue)” pois baseia-se na *anime Perfect Blue* (Satoshi Kon, 1997) e prima por começar com a mira técnica da contagem decrescente dos filme antigos a preto-e-branco. A sua velocidade é exagerada, coincidindo o ritmo de mudança de planos com o da imagem animada, tendo sido cuidadosamente escolhidos os planos para ilustrar a música de “rock” industrial. Prima esta obra por ter muitos “flashes” e uma montagem ritmada, já característica do estilo dos AMV herdado da MTV. O que ilustra a música são imagens de uma rapariga a fugir e ecrãs luminosos, em contraste com um rapaz calado na multidão, entre sequências de um concerto *pop*. Entende-se que ela parece ser perseguida por ele, até que ela se atira da janela. No lugar da morte, parece haver um soluço, mas o perseguidor foge, aparecendo então ela nos ecrãs. Agora, ele está sempre a vê-la. Neste tipo de sequências, nota-se um certo gosto dos seus autores pela estética da *anime* erótica de *hentai*, o que transparece na forma como as celebridades figuram num local exótico e provocador de “strip-tease”. Assistimos a um “star system” retratado em animação; as câmaras rodeiam um coro, capturando imagens das suas roupas “sexy” até que ela é atropelada. A enérgica natureza da música alia-se com naturalidade à intermitência violenta das imagens animadas, mesmo quando a rapariga nua tenta matar uma pessoa, a qual aparece atrás de si empunhando uma faca, tentando violá-la. Entre os muitos AMV, este é um dos que mais raiva exhibe, quer pelas imagens, quer pela música escolhida.

Não menos violento é o AMV “Neon Genesis Evangelion”, que se baseia na *anime* homônima, conciliando as imagens dos robôs biomecânicos gigantes de *Evangelion* com a música de “rock” “pesado” do grupo White Zombie. A música que serve de banda sonora às imagens de combates dos robôs Eva, de *Evangelion* é a faixa “More Human Than Human” (2000). A narrativa subjacente relata um futuro urbano em que a humanidade espera a salvação contra alienígenas através dos seus robôs Eva. Do ponto de vista da forma, este AMV explora também o dilúvio de imagens “hipnagógicas” (Gibson, 1988) como método de fazer o espectador ficar a conhecer muito rapidamente o contexto narrativo da série Evangelion. Nesta série, os seres biomecânicos Eva, controlados por crianças, combatem os alienígenas Angels em cidades que se encontram à beira da destruição total. Visível é a forte influência do cinema de acção e de obras de ficção científica, tais como o filme *War of The Worlds* (Steven Spielberg, 2005), baseado na obra de H.G Wells. A aflição de a humanidade ter o seu destino depositado nas mãos de jovens separados das mães, que conduzem os Evas para combater as ameaças extraterrestres, está muito presente neste AMV. Por ser um “videoclip”, este AMV conta muito resumidamente a história da série a que se refere. Guerra e robôs gigantes antropomórficos biomecânicos são pontos-chave neste AMV, do mesmo modo que as imagens de destruição, explosões e lagos de sangue se coadunam com um certo tipo de *agressão gráfica*. Nas “entrelinhas”, temas como “luta”, “massacre”, “vingança” e “esperança” deixam o espectador a reflectir.

Sem tanta agressividade, e regressando ao estilo neo-romântico, o AMV intitulado “Rurouni Kenshin”, referente à animação *Samurai X: Trust And Betrayal* (1999), emprega música dos Cutting Crew, uma célebre banda de música *pop* dos anos 80, “Died in Your Arms Tonight (I Just)” (1986). Colocando a figura histórica do *samurai* em campo, como a *anime* mais clássica, que atribuiu movimento à banda desenhada *manga*, este AMV funciona mais como um compacto de lutas entre personagens do período feudal pré-moderno nipónico. A montagem junta anacronicamente diversas narrativas, ora mostrando-se um rapaz a lutar com um adversário, ora vendo-se uma rapariga a combater um outro. A música romântica torna o vídeo nostálgico, juntamente com as imagens sobre o Período *Edo* no Japão. Para todos os efeitos, o vídeo de música é violento, e retrata alguém a ensinar uma criança a lutar. Grande parte das imagens são de *samurais* que se defrontam mas, por término, o rapaz e a rapariga lutam entre si até ficarem exaustos. Do ponto

de vista da imagem, os grafismos escolhidos para o início deste AMV começam com um relampejar suave até que, no final, as sequências se tornam mais hipnóticas, nomeadamente quando ela morre e afirma “I’m sorry”. Este é mais um dos AMV analisados cujas personagens vêem o seu destino terminar tragicamente.

Ainda investindo na enérgica *estética-MTV* e do seu irmão musical, o “rock”, o AMV “Rurouni Kenshin” (Samurai X), que emprega sequências da *anime* homónima, socorre-se da música “Wait And Bleed” (1999), do grupo Slipknot. Em vez de a música se ajustar às imagens, parece ocorrer o contrário, dado que são as imagens que tentam ilustrar a música. Em termos narrativos, este AMV tem início com imagens de uma rapariga cabisbaixa numa paisagem nevada e, logo de seguida, somos remetidos para a imagem do olho a piscar. A lógica quase cúbica de justapor sequências umas a seguir às outras, com planos de naturezas diferentes, leva-nos a crer que a re-edição deste AMV implica como que uma aproximação da reedição de um filme de curta duração. Passando os planos antagónicos, o AMV apresenta-nos a imagem de uma rapariga a posar de frente, que então é vista a tapar o resto do seu peito com a gola do quimono. Aquilo que aqui é ilustrado com mais vigor é a parte da narrativa refeita em que a jovem caminha numa vereda quando encontra um manto ensanguentado. A partir daqui, temos conhecimento de que um outro homem a provoca. No seu caminho surge um *ninja* que a fere com uma seta envenenada. Há um combate com o homem que surge pela primeira vez em cena e, depois de vermos cruzeiros em mantos idênticos aos que são encontrados a meio do vídeo, a segunda jovem fere a primeira. Violência à parte, a estética em questão visa ilustrar graficamente a música dos Slipknot.

Partindo da *anime* original Trigun (Satoshi Nishimura, 1998), e intitulado com o nome da música “The Beer Song”, de Weird Al Yankovic, este AMV tem a assinatura do artista Hakura. A animação japonesa de *Trigun* é protagonizada por um jovem loiro ciberpunk que enverga uma gabardina vermelha, óculos espelhados redondos e uma arma gigante. O cenário desértico escolhido para *Trigun* representa uma nova versão do Oeste norte-americano, desta vez situado num planeta longínquo. A mensagem do AMV resume-se simplesmente a isto: “what you got when you cross a day of anime with a 6 pack...” (“o que se tem quando se passa o dia a ver *anime* com 6 latas de cerveja...”). Por isso a narrativa deste AMV parte de uma sequência em que se vê um bar em festa, tendo todas as cenas de divertimento sido retira-

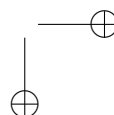
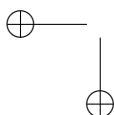
das da série de *Trigun*. A fechar todas as imagens coloridas aparece o texto: “Agora lembrem-se, miúdos, se virem ‘anime’, não bebam” (tradução nossa). *Trigun* é uma obra de *anime* que atrai uma enorme quantidade de fãs, com vídeos inúmeros disponíveis “on-line”. Em “Trigger Happy”, a re-edição é da Japan-a-Maniac, mas a linguagem deste AMV torna-o muito pobre em termos de escolha de imagens, bem como na selecção da música. Nas imagens seleccionadas pelos montadores amadores, figuram personagens contentes por premir o gatilho, como quem prime botões de comandos de videojogos. O único ponto interessante, e que torna este AMV quase num subproduto autónomo de *Trigun*, é o facto de mostrar em poucas imagens, à semelhança de um “trailer”, a *demografia imaginária* de *Trigun*. Assim se contemplam seres do deserto biomecânico que atacam “cowboys” ciberpunk em aldeias caricatas. Os locais, esses, parecem importados de filmes “western” “japonizados”, e que atingem o cúmulo humorístico com música que se assemelha ao “surf rock” dos Beach Boys.

Soldados inimigos parecem usar fatos de tropa especial com elmos parecidos com capacetes de escafandro, o que já é uma incursão no universo de ficção de *Trigun*, tão interessante como a situação em que um dos personagens tem um crucifixo gigante do qual retira armas adicionais para se proteger. O universo de *Trigun* não se esgota aqui. Noutros AMV, tais como o “Tsuneo Imahori”, com música de “H.T.” (s.d.), volta a surgir o “cowboy” loiro de gabardina escarlate ostentando armas reluzentes. Shigeki Komatsu e Masao Maruyama, autores deste AMV amador, tentaram basear-se com fidelidade na *manga* de Yasuhiro Nightow, que origina *Trigun* em animação. O único ponto em que este AMV se torna mais invulgar é aquele em que aparece um gato com aspecto de ícone *kawaii*, bem antes de vermos com pormenor o guerreiro *Trigun* no faroeste extraterrestre. Muitas das imagens foram até importadas directamente da sequência animada de introdução à segunda série de *Trigun* (Satoshi Nishimura, 1998), produzida pela Mad House, que ficou conhecida por animar jovens figuras de aparência nipónica com armas e roupas de estilo “western”.

O destaque maior é dado ao AMV “Wanted Dead or Alive” (s.d.), que também foca o mundo de *Trigun*, dedicando, contudo, as suas imagens à música “Wanted Dead or Alive” (1986), dos Bon Jovi. Os autores, da Monkey God Productions, resolveram contar uma história “western” em poucas imagens, tendo por esse motivo optado por expor muitas vezes imagens do deserto



púrpura, os mantos retorcidos ao vento e as armas empunhadas em “estilo cinematográfico”. Em pouco tempo, a lua cheia no céu, as árvores com personagens ciberpunk soturnas no faroeste e um “saloon” perdido no espaço sideral passam a ser comuns para o espectador deste AMV. O verdadeiro momento emblemático é aquele em que o protagonista visionário de óculos espelhados, vestindo uma gabardina vermelha, nos confronta com o reflexo brilhante dos seus olhos. Mais perto do final desta curta história, toda a localidade está rendida, voltando a descontração na sequência em que todos festejam de forma boémia no bar. No fundo este AMV é uma versão “japonizada” dos filmes de “western spaghetti” protagonizados por Clint Eastwood, onde grandes planos de recarregamento do tambor do revólver são expoentes a reter pois, mais adiante, o herói é obrigado a lutar contra robôs aracnídeos no deserto, pondo em funcionamento uma pistola, gigante como a espada dos heróis de *Final Fantasy VII* (1997) ou de *Devil May Cry* (2001). E para que não sejam esquecidas, as imagens mais simbólicas são de facto apresentadas no final, vendo-se o herói em contraluz. Imagens de arranha-céus e torres de couraçados retorcidos na paisagem árida e decadente são precedidas pelas três luas do crepúsculo.





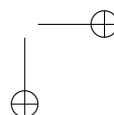
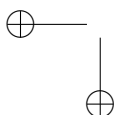
BIBLIOGRAFIA

Livros

- AAVV (s.d.). Capitalismo e Esquizofrenia: Dossier Anti-Édipo, Ensaio 20, Nova série. Portugal: Cadernos Peninsulares
- AAVV 2 (2008). Proceedings of ISEA 2008 – The 14th International Symposium on Electronic Art, 25 de Julho/3 de Agosto. Singapura: ISEA 2008
- ADORNO, Theodor (2006). The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture [1972], BERNSTEIN, J.M. (Ed.). Londres/Nova Iorque: Routledge
- AGAMBEN, Giorgio (1998). O Poder Soberano e a Vida Nua – Hommo Sacer [1995], Trad. António Guerreiro. Lisboa: Editorial Presença
- AGAMBEN, Giorgio (1993). A Comunidade Que Vem [1990], Trad. António Guerreiro. Lisboa: Editorial Presença
- AGAMBEN, Giorgio (2004). The Open: Man And Animal (2002), Trad. Kevin Attell. Stanford, Califórnia: Stanford University Press
- ALEKSANDER, Igor & BURNETT, Piers (1985). Robot – Reinventar o Homem (1983). Lisboa: Editorial Presença
- ANDERSON, Chris (2007). The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand. EUA: Business Books



- ARISTARCO, Guido & Teresa (1985). *O Novo Mundo Das Imagens Electrónicas*. Lisboa: Edições 70
- ASIMOV, Isaac (2004). *I, Robot*. Nova Iorque: Bantam Dell
- ASIMOV, Isaac & SILVERBERG, Robert (1994). *The Positronic Man*. Nova Iorque: Bantam Dell
- ATKINS, Barry (2003). *More Than a Game – The Computer Game as Fictional Form*. Manchester/Nova Iorque: Manchester University Press
- AUGÉ, Marc (2007). *Não-Lugares: Introdução a Uma Antropologia da Sobremodernidade [1992]*, Trad. Miguel Serras Pereira. Lisboa: 90 Graus Editora
- AVEDON, Elliott M. & SUTTON-SMITH, Brian (1971). *The Study of Games*. Nova Iorque: Wiley
- BAKER, Robin (1993). *Designing The Future – The Computer Transformation of Reality*. Hong-Kong: Thames & Hudson
- BANDAI Co. (2005). *Bandai Factbook 2005*. Tóquio: Bandai
- BARTHES, Roland (1984). *L'Empire Des Signes (1970)*. Paris: Flammarion
- BARTHES, Roland (s.d.). *O Óbvio e o Obtuso (1982)*. Lisboa: Edições 70
- BARTHES, Roland (s.d.). *Mitologias [1957]*. Lisboa: Edições 70
- BAUDRILLARD, Jean (2002). *The Spirit of Terrorism And Other Essays*, Trad. Chris Turner. Londres/Nova Iorque: Verso
- BAUDRILLARD, Jean (1996). *O Crime Perfeito*. Lisboa: Relógio d'Água
- BAUDRILLARD, Jean (1994). *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio d'Água
- BAUDRILLARD, Jean (s.d.). *A Sociedade de Consumo [1970]*. Lisboa: Edições 70
- BENEDICT, Ruth (2005). *The Chrysanthemum And The Sword: Patterns of Japanese Culture [1946]*. Nova Iorque: Mariner Books



- BENEDIKT, Michael (Ed.) (1991). *Cyberspace: First Steps*. Massachusetts, Cambridge: MIT Press
- BERTENS, Hans (2005). *The Idea of The Postmodern* [1995]. Nova Iorque: Routledge
- BITTANTI, Matteo (2005). *Gli Strumenti Del Videogiocare*. Milão: Costa & Nolan
- BOLTER, Jay David & GRUISIN, Richard (2002). *Remediation: Understanding New Media* [1999]. Massachusetts, Cambridge: MIT Press
- BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). *Robot Ghosts And Wired Dreams - Japanese Science Fiction From Origins to Anime*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- BOYM, Svetlana (2001). *The Future of Nostalgia*. Nova Iorque: Basic Books
- BRETON, Philippe (s.d.). *À Imagem do Homem: Do Golem Às Criaturas Virtuais* [1995]. Lisboa: Instituto Piaget
- BROPHY, Philip (2005). *100 Anime*, BFI Screen Guides. Londres: British Film Institute
- BROWN, Steven T. (Ed.) (2006). *Cinema Anime*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan
- BUKATMAN, Scott (1993). *Terminal Identity: The Virtual Subject in Post-modern Science Fiction*. Londres: Duke University Press
- CAPEK, Karel (2004). *R.U.R. (Rossum's Universal Robots)*. Londres: Penguin
- CAVALLARO, Dani (2000). *Cyberpunk and Cyberculture*. Londres: The Athlone Press
- CERVO, Amado Luís & BERVIAN, Pedro Alcino (1983). *Metodologia Científica* [1974], 3ª edição. São Paulo, Brasil: McGraw-Hill
- CLEMENTS, Jonathan & MCCARTHY, Helen (2001). *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation*. Berkeley: Stone Bridge Press

- COTTON, Bob & OLIVER, Richard (1994). *The Cyberspace Lexicon*. Londres: Phaidon
- CUNHA, Tito Cardoso e (2005). *Silêncio e Comunicação: Ensaio Sobre Uma Retórica do Não-Dito*. Lisboa: Livros Horizonte.
- DEBORD, Guy (1991). *A Sociedade do Espectáculo*, Trans. Francisco Alves and Afonso Monteiro. Lisbon: Edições mobilis in mobile
- DELEUZE, Gilles (2004). *Cinema 1: A Imagem-Movimento* (1983). Lisboa: Assírio & Alvim
- DELEUZE, Gilles (1989). *Différence et Répétition* (1969). Paris: Presses Universitaires de France
- DELEUZE, Gilles (1985). *Cinéma 2: L'Image-Temps* (1985). Paris: Les Éditions Des Minuit
- DELEUZE, Gilles (1974). *Lógica do Sentido* (1969). São Paulo: Perspectiva
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix (1999). *A Thousand Plateaus – Capitalism And Schizophrenia*, Trad. Brian Massumi. Londres: Athlone Press
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix (s.d.). *O Anti-Édipo – Capitalismo e Esquizofrenia*, Trad. Joana Moraes Varela e Manuel Maria Carrilho. Portugal: Assírio & Alvim
- DERY, Mark (1995). *Escape Velocity – Cyberculture at The End of The Century*. Nova Iorque: Grove Press
- DERY, Mark (Ed.) (1994). *Flame Wars – The Discourse of Cyberculture*. Duham: Duke University Press
- DIXON, Joan Broadhurst & CASSIDY Eric J. (1998). *Virtual Futures – Cyberotics, Technology And Post-Human Pragmatism*. Londres: Routledge
- ECO, Umberto (1989). *Sobre os Espelhos e Outros Ensaio* (1985). Lisboa: Difel

- ESTRELA, Edite, SOARES, Maria Almira & LEITÃO, Maria José (2006). Saber Escrever Uma Tese e Outros Textos, 6th Edition. Lisbon: Dom Quixote
- FOSTER, Alan Dean (2007). Transformers: Ghosts of Yesterday. Nova Iorque: Ballantine Books/DelRey
- FRADA, João José Cúcio (2003). Guia Prático Para Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos, 12th edition, Microcosmos. Chamusca, Portugal: Cosmos
- FUKUYAMA, Francis (2002). The End of History And The Last Man (1992). Nova Iorque: Perennial/Harper Colins
- GIBSON, William (2007). Spook Country. Nova Iorque: G. P. Putnam's Sons
- GIBSON, William (2003). Pattern Recognition. Nova Iorque: G. P. Putnam's Sons
- GIBSON, William (1998). Idoru [1996]. Lisbon: Gradiva
- GIBSON, William (1995). Neuromancer [1984]. Londres: Voyager/Harper Collins
- GIBSON, William (1988). Neuromante. Lisboa: Gradiva
- GRAVET, Paul (2004). Manga: 60 Years of Japanese Comics: Nova Iorque: Collins Design
- GRESH, Lois H. & WEINBERG, Robert (2005). The Science of Anime: Mecha-Noids And AI-Super-Bots. Nova Iorque: Thunder's Mouth Press
- HANSON, Matt (2004). The End of Celluloid: Film Futures in The Digital Age (2003). Mies, Suíça: Rotovision
- HARAWAY, Donna (1989). Simians, Cyborgs And Women. Nova Iorque: Routledge
- HENSHALL, Kenneth (2004). História do Japão [1999]. Lisboa: Edições 70

- HORNYAK, Timothy N. (2006). *Loving The Machine: The Art And Science of Japanese Robots*. Japão: Kodansha International
- HUGHES, Ted (2005). *The Iron Man: A Children's Story in Five Nights*. Nova Iorque: Faber Children's Books
- JAMESON, Fredric (1991). *Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press
- JENKINS, Henry (2006). *Convergence Culture – Where Old Media And New Media Collide*. Nova Iorque/Londres: New York University Press
- K.DICK, Philip (1997). *We Can Build You*. Londres: Voyager/Harper Collins
- K.DICK, Philip (1993). *O Tempo Dos Simulacros*, Coleção Argonauta. Lisboa: Livros do Brasil
- K.DICK, Philip (1983). *UBIK*. Nova Iorque: Daw Books
- K.DICK, Philip (1977). *Simulacra*. Londres: Methuen
- K.DICK, Philip (1968). *Do Androids Dream of Electric Sheep?*. Londres: Grafton
- K.DICK, Philip (s.d.). *Blade Runner – Perigo Eminente* (“Sonham os Andróides Com Carneiros Eléctricos?” [1968]. 2aEdição. Mem-Martins: Europa-América
- KELTS, Roland (2006). *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded The US*. Nova Iorque: Palgrave Macmillian
- KIERKEGAARD, Søren (1964). *Repetition – An Essay in Experimental Psychology* [1941], Trad. Walter Lowrie. Nova Iorque: Harper & Row Publishers
- KING, Geoff & KRZYWINSKA, Tanya (2000). *Science Fiction Cinema From Outerspace to Cyberspace*. Londres: Wallflower
- KLEIN, Naomi (2002). *No Logo – O Poder Das Marcas* [1999-2000]. Lisboa: Relógio D'Água

- KOOLHAAS, Rem & MAU, Bruce (1995). Small, Medium, Large, Extra-Large – Office For Metropolitan Architecture. Roterdão: Jennifer Sigler (ed.) / 010 Publishers
- KOONTZ, Dean (1997). Demon Seed. Londres: Headline Book Publishing
- LaMARRE, Thomas (2009). Anime Machine: A Media Theory of Animation. Minnesota: University of Minnesota Press
- LaMETTRIE (1982). O Homem-Máquina [circa 1747]. Lisboa: Editorial Estampa
- LASN, Kalle (2000). CULTURE JAMMING: How to Reverse America's Suicidal Consumer Binge – And Why we Must [1999]. Nova Iorque: Quill (Harper/Collins)
- LEARY, Timothy (1994). Chaos & CyberCulture. Berkeley, Califórnia: Ronin
- LeGRAND, Gérard (s.d.). Dicionário de Filosofia [1983]. Lisboa: Edições 70
- LEVI, Antonia (1996). Samurai From Outer Space: Understanding Japanese Animation. Chicago and La Salle Illinois: Open Court.
- LIPOVETSKY, Gilles (1989). O Império do Efêmero: a Moda e o Seu Destino Nas Sociedades Modernas [1987], Trad. Regina Louro. Lisboa: D.Quixote
- LUYTEN, Sonia Bibe (1991). Mangá: O Poder Dos Quadrinhos Japoneses. São Paulo, Brasil: Editora Estação Liberdade
- LYOTARD, Jean-François (1990). O Inumano: Considerações Sobre o Tempo. Lisboa: Estampa
- LYOTARD, Jean-François (1979). La Condition Post-Moderne. Paris: Les Éditions des Minuit
- MACHADO, José Pedro (1991). Grande Dicionário da Língua Portuguesa; Volume II. Lisboa: Alfa

- MACHADO, José Pedro (1991b). Grande Dicionário da Língua Portuguesa; Volume III. Lisboa: Alfa
- MALPAS, Simon (2005). The Postmodern. Nova Iorque: Routledge
- MANOVICH, Lev (2001). The Language of New Media. Cambridge: MIT Press
- MARCUSE, Herbert (2006). The One-Dimensional Man [1964]. Nova-Iorque: Routledge
- MASAHIRO, Mori (1981). The Buddha in The Robot: A Robot Engineer's Thoughts on Science And Religion. Trad. Charles S.Terry. Tóquio: Kosei
- McCLOUD, Scott (2000). Reinventing Comics. Nova Iorque: Paradox Press/DC Comics
- McCLOUD, Scott (1994). Understanding Comics – The Invisible Art (1993). Nova Iorque: Kitchen Sink Press/HarperPerennial
- McLUHAN, Marshall (2002). The Mechanical Bride – Folklore of Industrial Man [1951]. California: Gingko Press
- McLUHAN, Marshall (1994). Understanding Media: The Extensions of Man [1964]. Massachusetts: MIT Press
- McLUHAN, Marshall (1977a), La Galaxie de Gutenbergue Vol.1. Paris: Gallimard
- McLUHAN, Marshall (1977b), La Galaxie de Gutenbergue Vol.2. Paris: Gallimard
- McLUHAN, Marshall & FIORE, Quentin (1989). War And Peace In The Global Village [1968]. Londres: Touchstone – Simon & Schuster
- MIRANDA, José A. Bragança de & CRUZ, Maria Teresa (Org.) (2002). Crítica Das Ligações na Era da Técnica. Lisboa: Tropismos
- MIRANDA, José A. Bragança de (Org.) (1999). Real Vs Virtual, Revista de Comunicação e Linguagens nº25/26. Lisboa: Cosmos

- MURAKIMI, Takashi (2005) (Ed.). The Arts of Japan's Exploding Subculture. New Haven: Yale University Press
- NAPIER, Susan (2005). Anime: From Akira to Howl's Moving Castle. Nova Iorque: Palgrave
- NAPIER, Susan (2001). Anime: From Akira to Princess Mononoke [2000]. Nova Iorque: Palgrave
- NEGROPONTE, Nicholas (1996). Ser Digital. Lisboa: Caminho
- NEWMAN, James (2005). Videogames [2004]. Londres/Nova Iorque: Routledge
- NOVAES, Adauto (Org.) (2003). O Homem-Máquina: A Ciência Manipula o Corpo. São Paulo: Companhia das Letras
- OKUBO, Hirunori, et al (2002). The Robot Chronicles: Tetsuwan Atomu No Kisekiten. Tóquio: Asahi Shimbun
- ORWELL, George (1991). Mil Nove Centos e Oitenta e Quatro – 1984 [1948]. Lisboa: Antígona
- PARENTE, André (Org.) (2004). Imagem-Máquina – A Era das Tecnologias do Virtual (1993). São Paulo: Editora 34
- PATTEN, Fred (2004). Watching Anime, Reading Manga; 25 Years of Essays And Reviews. Berkeley: Stone Bridge Press
- PENLEY, Constance & ROSS, Andrew (1991). Technoculture. Minnesota: University of Minnesota Press
- POITRAS, Gilles (2001). Anime Essentials. Berkeley: Stone Bridge Press
- POITRAS, Gilles (1998). The Anime Companion: What's Japanese in Japanese Animation?. Berkeley: Stone Bridge Press
- POLAK, Fred (1973). The Image of The Future, Trad. Elise Boulding. Nova Iorque: Elsevier Publishing Company

- POSTER, Mark (2000). *A Segunda Era Dos Média* [1995]. Oeiras: Celta Editora
- ROSA, Jorge Martins (2000). *No Reino da Ilusão: A Experiência Lúdica Das Novas Tecnologias*. Lisboa: Vega
- RUTSKY, R.L. (1999). *High Techné: Art And Technology From The Machine Aesthetic to The Posthuman*. Minnesota: University of Minnesota Press
- SADAMOTO, Yoshiyuki (2004). *Neon Genesis Evangelion*. Trad. Mari Morimoto. São Francisco: Viz Communications
- SCHMIDT, Joël (2005). *Dicionário de Mitologia Grega e Romana* [1985]. Lisboa: Edições 70
- SCHODT, Frederik L. (2007). *The Astro Boy Essays: Osamu Tezuka, Mighty Atom And The Manga/Anime Revolution*, Trad. Frederik L. Schodt. Berkeley: Stone Bridge Press
- SCHODT, Frederik L. (2002). *Dreamland Japan: Writings On Modern Manga* [1996]. Berkeley: Stone Bridge Press
- SCHODT, Frederik L. (1994). *America And The Four Japans: Friend, Foe, Model, Mirror*. Berkeley: Stone Bridge Press
- SCHODT, Frederik L. (1988). *Inside The Robot Kingdom: Japan, Mechatronics, And The Coming Robotopia*. Tóquio: Kodansha International
- SCHODT, Frederik L. (1983). *Manga! Manga! – The World of Japanese Comics*. Tóquio: Kodansha International
- SCHODT, Frederik L. & MacWILLIAMS, Mark (Ed.) (2008). *Japanese Visual Culture: Explorations in The World of Manga And Anime*. Berkeley: East Gate Books
- SINGER, P.W.. (2009). *Wired For War –The Robotics Revolution And Conflict in The Twenty-First Century*. The Penguin Press: Nova Iorque

- SLOTERDIJK, Peter (2002). *A Mobilização Infinita: Para Uma Crítica da Cinética Política* [1986], Trad. Paulo Osório de Castro. Lisboa: Relógio d'Água
- STERLING, Bruce (2003). *Schismatrix: O Mundo Pós-Humano* [1985-86]. Lisboa: Editorial Presença
- STERLING, Bruce (2002). *Tomorrow Now – Envisioning The Next Fifty Years*. Nova Iorque: Random House
- STERLING, Bruce (1986). *Mirrorshades – Reflexos do Futuro*. Lisboa: Livros do Brasil
- STONE, Allucquère Rosanne (1995). *The War of Desire And Technology – at The Close of The Mechanical Age*. Cambridge/Massachusetts: MIT Press
- SUGIMOTO, Yoshio (1997). *An Introduction to Japanese Society*. Nova Iorque: Cambridge University Press
- TOFFLER, Alvin (1984). *A Terceira Vaga* [1980]. Lisboa: Livros do Brasil
- TOFFLER, Alvin (s.d.). *O Choque do Futuro* (1970). Lisboa: Livros de Brasil
- TOMINO, Yoshiyuki (2007). *Mobile Suit Gundam: Awakening, Escalation, Confrontation*. Berkeley: Stone Bridge Press
- TRÍAS, Eugenio (2005). *O Belo e o Sinistro* [1982]. Lisboa: Fim do Século
- VIRILIO, Paul (1984). *L'Horizon Négatif: Essai De Dromoscopie*. Paris: Galilée
- VIRILIO, Paul (1991). *The Aesthetics of Disappearance* [1980]. EUA: Semiotext(e)
- VIRILIO, Paul (1993). *A Inércia Polar*. Lisboa: Publicações D. Quixote
- VIRILIO, Paul (1994). *The Vision Machine*. Blomington: Indiana University Press
- VIRILIO, Paul (1999). *La Bombe Informatique*. Paris: Galilée

- VIRILIO, Paul (2000). *War and Cinema: The Logistics of Perception*. Londres/Nova Iorque: Verso
- VIRILIO, Paul (2007). *Speed And Politics: An Essay Of Dromology* [1977], Trad. Mark Polizzotti. Cambridge/Massachussets: Semiotext(e)
- VIRILIO, Paul (2009). *The University of Disaster* [2007], Trad. Julie Rose. Cambridge/Malden: Polity Press
- WELLS, H.G. (2005). *A Guerra Dos Mundos* [1898]. Londres: Penguin Classics
- WILLIAMS, Kevin (2003). *Why I (Still) Want my MTV – Music Video And Aesthetic Communication*. Cresskil, Nova Jérsei: Hampton Press

Capítulos de Livros

- ALLISON, Anne (2006). “The Japan Fad in Global Youth Culture And Millennial Capitalism”, p.11-23 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2006). *Emerging Worlds of Anime And Manga*. MECHADEMIA Series, Vol.1. Minneapolis: University of Minnesota Press
- ALLISON, Brent (2009). *Monstrous Toys of Capitalism*, p.321-323 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). *War/Time*. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- ANDERSON, Mark (2009). *Oshii Mamoru’s ‘Patlabor 2: Terror, Theatricality, And Exceptions That Prove The Rule*, p.75-111 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). *War/Time*. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- AQUILA, Meredith (2007). “Ranma ½ Fan Fiction Writers: New Narrative Themes Or The Same Old Story?”, p.34-49 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). *Networks of Desire*. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press

- BENZON, William L. (2007). "Godzilla's Children: Murakami Takes Manhattan", p.283-287 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). Networks of Desire. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press
- BIRD, Lawrence (2008). "State of Emergency: Urban Space And The Robotic Body in The 'Metropolis' Tales", p.127-148 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- BOLTON, Christopher (Ed.) (2007). "Introduction: Robot Ghosts And Wired Dreams – Japanese Science Fiction From Origins To Anime", p.vii-3 in BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). Robot Ghosts And Wired Dreams - Japanese Science Fiction From Origins to Anime. Minneapolis: University of Minnesota Press
- BROWN, Steven T. (2008). "Machinic Desires: Hans Bellmer's Dolls And The Technological Uncanny in 'Ghost in The Shell 2: Innocence'", p.222-253 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- CASCAIS, António Fernando (Org.) (2004). Corpo, Técnica, Subjectividades, Revista de Comunicação e Linguagens nº33, p.-199-209. Lisboa: Relógio d'Água
- COUCHOT, Edmond (1999). Tecnologias da Simulação – Um Sujeito Aparelhado in MIRANDA, José A. Bragança de (Org.) (1999). Real Vs Virtual, Revista de Comunicação e Linguagens nº25/26, p.23-31. Lisboa: Cosmos
- DEBORD, Guy (1991). Capítulo I – A Separação Acabada in A Sociedade do Espectáculo, Trad. Francisco Alves e Afonso Monteiro, p.7-25. Lisboa: Edições mobilis in mobile
- DEBRAY, Régis (1992). "Chronique d'un Cataclysme", in Vie et Mort de l'Image: Une Histoire de Regard en Occident. Paris: Gallimard
- EIJI, Otsuka (2008). "Disarming Atom: Tezuka Osamu's Manga At War And Peace", p.111-127 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits

- of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- FIDALGO, António & MOURA, Catarina (2004). Devir (In)Orgânico – Entre a Humanização do Objecto e a Desumanização do Sujeito in MARCOS, Maria Lucília & CASCAIS, António Fernando (Org.) (2004). Corpo, Técnica, Subjectividades, Revista de Comunicação e Linguagens nº33, p.-199-209. Lisboa: Relógio d'Água
- FOSTER, Michael Dylan (2008). “The Other World of Mizuki Shigeru”, p.8-30 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- FREUD, Sigmund (2003). The Uncanny in The Uncanny [Das Unheimliche, 1919], Trad. David McLintock, p.121-p.162. Londres: Penguin Books
- GOLDBERG, Wendy (2009). Transcending The Victim's History: Takahata Isao's Grave of The Fireflies, p.39-55 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- HIROKI, Azuma (2007). “SF As Hamlet: Science Fiction And Philosophy”, p.75-83 in BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). Robot Ghosts And Wired Dreams – Japanese Science Fiction From Origins to Anime. Minneapolis: University of Minnesota Press
- HIROKOI, Azuma (2007b). “The Animalization of Otaku Culture”, p.175-189 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). Networks of Desire. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press
- HUZINGA, Johan (1980). Hommo Luddens – Natureza e Significado do Jogo Como Fenómeno Cultural, in Hommo Luddens – O Jogo Como Elemento da Cultura (1938), p.3-31. São Paulo: Perspectiva
- INOUE, Rei Okamoto (2009). Theorizing Manga: Nationalism And Discourse on The Role of Wartime Manga, p.20-39 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press

- INUHIKO, Yomota (2008). “Stigmata in Tezuka Osamu’s Works”, p.97-109 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). *Limits of The Human*. MECHA-DEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- LaMARRE, Thomas (2008). “Speciesism, Part I: Translating Races Into Animals in Wartime Animation”, p.75-96 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). *Limits of The Human*. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- LOPES, Ruy Sardinha (1999). A Cultura Táctil e as Imagens Electrónicas in MIRANDA, José A. Bragança de (Org.) (1999). *Real Vs Virtual*, Revista de Comunicação e Linguagens nº25/26, p.359-364. Lisboa: Cosmos
- LUNNING, Frenchy (2007). “Between The Child And The Mecha”, p.268-283 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). *Networks of Desire*. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press
- LUZ, Rogério (2004). Novas Imagens: Efeitos e Modelos in PARENTE, André (Org.) (2004). *I – Novas Imagens, Novos Modelos, Imagem-Máquina – A Era das Tecnologias do Virtual [1993]*, p.49-56. São Paulo: Editora 34
- MANOVICH, Lev (2000). A Vanguarda Como Software, in MIRANDA, José A. Bragança de & COELHO, Eduardo Prado (Org.) (2000). *Tendências da Cultura Contemporânea*, Revista de Comunicação e Linguagens nº28, p.421-441. Lisboa: Relógio d’Água
- MIRANDA, José A. Bragança de (1998). O Controlo do Virtual in *III – Da Política, Traços: Ensaios de Crítica da Cultura*, p.214-226. Lisboa: Vega
- MIYAO, Daisuke (2007). “Thieves of Baghdad: Transnational Networks of Cinema And Anime in The 1920s”, p.83-104 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). *Networks of Desire*. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press
- MIZUNO, Hiromi (2007). “When Pacifist Japan Fights: Historicizing Desires in Anime”, p.104-125 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). *Networks of Desire*. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press

- MONNET, Livia (2007). "Invasion of The Woman Snatchers: The Problem of A-Life And The Uncanny in Final Fantasy: The Spirits Within", p.193-222 in BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). *Robot Ghosts And Wired Dreams – Japanese Science Fiction From Origins to Anime*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- MORLEY, David & ROBINS, Kevin (2004). "Techno-Orientalism: Japan Panic" in *Spaces of Identity – Global Media, Electronic Landscapes And Cultural Boundaries* [1995], p.147-173. London/New York: Routledge
- NAKAMURA, Miri (2007). "Horror And Machines in PreWar Japan: The Mechanical Uncanny in Yumeno Kiusāko's *Dogura Magura*", p.3-27 in BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). *Robot Ghosts And Wired Dreams - Japanese Science Fiction From Origins to Anime*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- NAPIER, Susan (2007). "When The Machines Stop: Fantasy, Reality And Terminal Identity in Neon Genesis Evangelion and Serial Experiments: Lain", p.101-123 in BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). *Robot Ghosts And Wired Dreams – Japanese Science Fiction From Origins to Anime*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- ORBAUGH, Sharalyn (2008). "Emotional Infectivity: Cyborg Affect And The Limits of The Human", p.150-173 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). *Limits of The Human*. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- PELLITTERI, Marco (2009). *Nippon ex Machina: Japanese Postwar Identity in Robot Anime And The Case of 'UFO Robo Grendizer'*, p.275-290 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). *War/Time*. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- SCHNELLBÄCHER, Thomas (2007). "Has The Empire Sunk Yet? The Pacific in Japanese Science Fiction", p.27-47 in BOLTON, Christopher et al. (Ed.) (2007). *Robot Ghosts And Wired Dreams – Japanese Science Fiction From Origins to Anime*. Minneapolis: University of Minnesota Press

- SILVIO, Teri (2008). "Pop Culture Icons: Religious Inflections of The Character Toy in Taiwan", p.200-220 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- TATSUMI, Takayuki (2009). Ninja, Hidden Christians, And The Two Ferreiras: On Endō Shūsaku And Yamada Fūtarō, p.213-225 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- TATSUMI, Takayuki (2008). "Gundam And The Future of Japanoid Art", p.191-200 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- TAYLOR, Mark C. (2008). "Refiguring The Human", p.3-8 in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- THOUNY, Christophe (2009). Waiting For The Messiah: The Becoming-Myth of 'Evangelion' And 'Densha otoko', p.111-131 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- TOKU, Masami (2007). "Shojo Manga! Girls' Comics! A Mirror of Girls' Dreams", p.19-34 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). Networks of Desire. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press
- TUCHERMAN, Ieda (2000). "Entre Anjos e Cyborgs" in MIRANDA, José A. Bragança de & COELHO, Eduardo Prado (Org.) (2000). Tendências da Cultura Contemporânea, Revista de Comunicação e Linguagens nº28, p.157-173. Lisbon: Relógio d'Água
- TURKLE, Sherry (1984). Videogames And Computer Holding Power (From The Second Self) in AAVV (2003). The New Media Reader, pp.499-515. Cambridge/Massachusetts: MIT Press

- WALKER, Gavin (2009). The Filmic of Time Coloniality: On Shinkai Makoto's 'The Place Promised in Our Early Days', p.3-20 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- WASHBURN, Dennis (2009). Imagined History, Fading Memory: Mastering Narrative in 'Final Fantasy X', p.149-164 in Lunning [Ed.] (2009) in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.4. Minneapolis: University of Minnesota Press
- WINGE, Theresa (2008). "Undressing And Dressing Loli: A Search For The Identity of The Japanese Lolita", p.47-65. in LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- WINGE, Theresa (2006). "Costuming The Imagination: Origins of Anime And Manga Cosplay", p.65-78 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2006). Emerging Worlds of Anime And Manga. MECHADEMIA Series, Vol.1. Minneapolis: University of Minnesota Press
- WONG, Wendy Siuyi (2006). "Globalizing Manga: From Japan to Hong Kong And Beyond", p.23-45 in LUNNING, Frenchy (Ed.) (2006). Emerging Worlds of Anime And Manga. MECHADEMIA Series, Vol.1. Minneapolis: University of Minnesota Press

Revistas / Artigos

Revistas Científicas

- AAVV 3 (1998). Virtual Futures – Cyberotics, Technology And Post-Humanism, Joan Broadhurst Dixon e Eric J. Cassidy. Londres: Routledge
- AAVV 4 (s.d.). Art & Design Magazine, Sci-Fi Aesthetics, Profile number 56. Londres: Academy Editions
- AAVV 5 (s.d.). Art & Technology, Profile number 39. Londres: Academy Editions

- CRUZ, Bruno et al. (Ed.) (2000). Interstícios, nº1, Outubro de 2009, 2ª edição. Rio de Janeiro, Brasil: Pão e Rosas Editora
- LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2009). War/Time. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- LUNNING, Frenchy, (Ed.) (2008). Limits of The Human. MECHADEMIA Series, Vol.3. Minneapolis: University of Minnesota Press
- LUNNING, Frenchy (Ed.) (2007). Networks of Desire. MECHADEMIA Series, Vol.2. Minneapolis: University of Minnesota Press
- LUNNING, Frenchy (Ed.) (2006). Emerging Worlds of Anime And Manga. MECHADEMIA Series, Vol.1. Minneapolis: University of Minnesota Press

Artigos Jornalísticos

- McCLOUD, Scott. Understanding Manga. EUA: Wizard Magazine, nº56, Abril de 1996, pp.52-58.
- MAZAYUKI, Kitano. Japão Volta-se Para os Robôs Para Apoiar a População Mais Idosa. Lisboa: Jornal Público, nº6385, Revista Digital, 22 de Setembro de 2007, p.5.
- PESSOA, Carlos. Bíblia Em Registo de Manga Já Vendeu 30 Mil Exemplares. Lisboa: Jornal Público, nº6535, Secção Cultura, 21 de Fevereiro de 2008, p.10.
- PLAYSTATION (2010). Revista Oficial nº 15, Fevereiro. Metal Gear Solid: Peace Walker, p.46-p.51.
- POLLACK, Andrew. Japan: A Superpower Among Superheroes. Nova Iorque: New York Times, 17 de Setembro de 1995, p.32.

Banda Desenhada (Comics e Manga)

De HAVEN, Tom & JENSEN, Bruce (1989). Neuromancer. Byron Press Visual Publications, Inc: EUA.

LEE, Pat (2001). Dark Minds: Vol.2, Chapter 9: A Milliond And One. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Janeiro.

LEE, Pat (2001). Dark Minds: Vol.2, Chapter 10: Final Bow. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Abril.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 0: The Bullet. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Julho.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 1: The More Things Change... Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Julho.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 2: Changing Faces. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Março.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 3: Awakening. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Abril.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 4: Return of The Dragons. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Maio.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 5: The Prize. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Junho.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 6: 9mm Answers. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Julho.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 7: The Hunger. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Outubro.

LEE, Pat (2000). Dark Minds: Vol.2, Chapter 8: Born Again. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Novembro.

LEE, Pat (1999). Dark Minds: Vol.1, Chapter#7: The Darkest Mind. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Fevereiro.

- LEE, Pat (1999). Dark Minds: Vol.1, Chapter#8: Endgame. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Abril.
- LEE, Pat (1999). Dark Minds: Vol.1, Chapter 1/2: Electric Dreams. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Maio.
- LEE, Pat (1998). Dark Minds: Vol.1, Chapter#1: A Deadly Paradox. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Julho.
- LEE, Pat (1998). Dark Minds: Vol.1, Chapter#2: The Neon Dragons. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Outubro.
- LEE, Pat (1998). Dark Minds: Vol.1, Chapter#3: Face of a Killer. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Setembro.
- LEE, Pat (1998). Dark Minds: Vol.1, Chapter#4: Deadly Intentions. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Dezembro.
- LEE, Pat (1998). Dark Minds: Vol.1, Chapter#5: Unlikely Friends, Unlikely Enemies. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Novembro.
- LEE, Pat (1998). Dark Minds: Vol.1, Chapter#6: Opposing Forces. Image Comics/Dream Wave Productions: Canadá, Dezembro.
- OPRISKO, Kris & MILNE, Alex (2007). Transformers – Movie Adaptation. São Diego, California: IDW Publishing.
- OTOMO, Katsuhiro (2002). Akira – Book Six (1982-83). Canadá: Dark Horse Comics, Março.
- OTOMO, Katsuhiro (2001). Akira – Book Two (1982-83). Canadá: Dark Horse Comics, Março.
- OTOMO, Katsuhiro (2001). Akira – Book Three (1982-83). Canadá: Dark Horse Comics, Junho.
- OTOMO, Katsuhiro (2001). Akira – Book Four (1982-83). Canadá: Dark Horse Comics, Setembro.
- OTOMO, Katsuhiro (2001). Akira – Book Five (1982-83). Canadá: Dark Horse Comics, Dezembro, 2001.

- OTOMO, Katsuhiro (2000). *Akira – Book One (1982-83)*. Canadá: Dark Horse Comics, Dezembro.
- SADAMOTO, Yoshiyuki (2004). *Neon Genesis Evangelion*. Trad. Mari Morimoto. São Francisco: Viz Communications.
- SHIROW, Masamune (1995). *Ghost in The Shell (1991)*. Canadá: Dark Horse Comics, Dezembro.
- TEZUKA, Osamu (2006). *Buddha, Vol.1 – Kapilavastu (1987)*. Nova Iorque: Vertical.
- TEZUKA, Osamu (2003-2007). *Phoenix [1967-1988]*. São Francisco, Califórnia: Viz Communications.
- TEZUKA, Osamu (2002-2004). *Astro Boy: Vol. 1-23*. Milwaukee: Dark Horse Comics.
- VOLCKMAN, Christian (2006). *Renaissance: La Disparition*. França: Casterman/Ligne Rouge.

Documentos On-line

- ASHCRAFT, Brian (2010). *Japanese Manga Newspapers Report Current Events in Graphic Detail (May 24th, 2010/Wired, June 2010)* [http://www.wired.com/magazine/2010/05/st_manganews]
- BARNET, Belinda (s.d.). *Infomobility and Technics: Some Travel Notes*, in Arthur & Marilouise Kroker (Eds.). *C-Theory.Net: Theory, Technology And Culture*, Vol.28, N°3 (2010) [<http://www.ctheory.net/>]
- BELL, Peter (s.d.). *Realism And Subjectivity in First Person Shooter Video-games (2007)* [http://gnovis.georgetown.edu/articles/pr009_Realism&SubjectivityF.pdf]
- BITTANTI, Matteo (2006). *Press Start to Play: La Nu Culture Technoludica (2007)* [http://www.mattscape.com/images/Press_Start_to_Play.pdf]

- BITTANTI, Matteo (2001). The Technoludic Cinema: Images of Video Games in Movies (1973-2001) (2007) [http://www.mattscape.com/images/TECHNOLUDIC_FILM.pdf]
- CRANDALL, Jordan (1999). Anything That Moves – Armed Vision (2007) in Arthur & Marilouise Kroker (Eds.). C-Theory.Net, C-Theory.Net: Theory, Technology and Culture, Vol.28, N°3 (a072). [<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=115>]
- CROGAN, Patrick (2003). The Experience of Information in Computer Games (2010) [http://www.msstate.edu/Fineart_Online/Backissues/Vol_17/faf_v17_n08/reviews/crogan.html]
- CRUZ, Maria Teresa (2000). da Nova Sensibilidade Artificial (2006) [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cruz-teresa-sensibilidade-artificial.pdf>]
- DELEUZE, Gilles (s.d.). Post-Scriptum Sur Les Sociétés de Contrôle (2007) [http://aejcpp.free.fr/articles/controle_deleuze.htm]
- DERY, Mark (1996). Downsizing The Future Beyond Blade Runner With Mike Davis. [<http://www.levity.com/markdery/ESCAPE/VELOCITY/author/davis.html>]
- ESKELINEN, Markku (2001). The Gaming Situation (2010) [<http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen>]
- FIDALGO, António (1998). Semiótica: A Lógica da Comunicação (2007) [<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/>]
- FOUCAULT, Michel (1984). Des Espaces Autres [heterotopia] [Março de 1967], Trad. Jay Mizkowiec (2010) [<http://www.foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.en.html>]
- GIBSON, William (2001). My Own Private Tokyo (2010) [http://www.voidspace.org.uk/cyberpunk/gibson_myown.shtml]

- GOSLING, John (1996). The Hidden World of Manga (2009) [<http://www.awn.com/mag/issue1.5/articles/goslingcult1.5.html>]
- GRAETZ, J. M. (1981). The Origin of Spacewar, Creative Computing, Agosto (2007) [<http://www.wheels.org/spacewar/creative/SpacewarOrigin.html>]
- HORNYAK, Timothy N. (2007). Great Robot Exhibition Showcases Centuries of Japanese Bots (2007) [http://www.wired.com/culture/culturereviews/multimedia/2007/10/gallery_robot_retrospective]
- IGN.COM (2009). Ranking the Final Fantasy Series (2010) [<http://ps3.ign.com/articles/105/1057079p1.html>]
- ITO, Mizuko (2004). Mobile Phones, Japanese Youth, And The Re-Placement of Social Contact (2010) [<http://www.itofisher.com/mito/archives/mobileyouth.pdf>]
- MANOVICH, Lev (2004). Abstraction And Complexity (2010) [<http://www.manovich.net>]
- MATTHEWS, James (2003-2004). Manga And The Acceptance of Robotics in Japan: A Symbiotic Relationship (2010) [<http://www.generation5.org/content/2004/data/ea-dissertation.pdf>]
- MATTHEWS, James (2001). Sony ERS-111 AIBO Review (2009) [<http://www.generation5.org/content/2001/aibo.asp>]
- McCLOUD, Scott (1996). Understanding Manga (2007) [http://community.livejournal.com/scans_daily/4157002.html]
- McLUHAN, Marshall (1994-98). The Playboy Interview: Marshall McLuhan. Playboy Magazine, Março de 1969 (2007) [<http://www.digitallantern.net/mcluhan/mcluhanplayboy.htm>]

MIRANDA, José A. Bragança de (1997). O Controlo do Virtual (2007) [<http://ubista.ubi.pt/~comum/miranda-controlo.html>]

NOGUEIRA, Luís Carlos da Costa. (2008). Narrativa Fílmica e Videojogo. Articulações e Dissensões (2008) [<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/>]

NOGUEIRA, Luís Carlos da Costa. (2002). Violência e Cinema: Monstros, Soberanos, Ícones e Medos (2008) [<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/>]

O'GORMAN, Marcel (2007). Detroit Digital: On Tourists in The Apocalypse, in Arthur & Marilouise Kroker (Eds.). C-Theory.Net: Theory, Technology And Culture, Vol.30, Nº3 (2007) [<http://www.ctheory.net/>]

ORWELL, George (2007). 1984 (2010) [<http://www.online-literature.com/orwell/1984/>]

ÖZGÜZER, Selin (2007). Interactive Manga: A Prototype For Multi-Linear Visual Narrative (2007) [http://newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_07/selin_ozguzer.pdf]

PINK, Daniel H. (2007). Japan, Ink: Inside The Manga Industrial Complex (2010) [http://www.wired.com/techbiz/media/magazine/15-11/ff_manga]

SERRA, Joaquim Paulo. (1998). A Informação Como Utopia (2010) [<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/>]

THORN, Matt (2005). The History of Manga (2007) [www.matthorn.com/mangagaku/history.html] [<http://web.mit.edu/sturkle/www/constructions.html>]

YOUNGBLOOD, Gene (1970). Expanded Cinema (2007) [http://www.ubu.com/historical/youngblood/expanded_cinema.pdf]

WILSON, Louise (1994). Cyberwar, God And Television: An Interview With Paul Virilio (1994) in Arthur & Marilouise Kroker (Eds.). C-Theory.Net:

Theory, Technology And Culture, N° a020 (2010)
[<http://www.ctheory.net>]

Sítios Web

<http://abc.go.com/shows/flash-forward> (2010)

<http://community.animearchive.org/> (2007)

<http://darkwing.uoregon.edu/~stb/tokyocyberpunk.html>
(2007)

http://en.wikipedia.org/wiki/Anime_music_video

http://en.wikipedia.org/wiki/Ulysses_31 (2007)

<http://gundam.anime.net> (2007)

<http://idents.tv/blog> (2007)

<http://ja-f.tezuka.co.jp> (2008)

<http://macross.anime.net> (2007)

<http://mechademia.org/archives> (2010)

<http://paro.jp/english/index.html> (2007)

<http://shop.gakken.co.jp/otonanokagaku/karakuri.html> (2007)

<http://the.animearchive.org/index2.html> (2007)

<http://world.honda.com/ASIMO> (2007)

<http://x-matrix.net/Scripts.html> (2006)

http://www.3dblasphemy.com/OPTIMUS/OPTIMUS_AVI_HIGH.zip
(2007)

http://www.3dvf.com/modules/publish/_1763_1.html (2007)

www.livroslabcom.ubi.pt

<http://www.acecombategame.com> (2007)

<http://www.aibo.com> (2007)

<http://www.anidb.net> (2010)

<http://www.animated-divots.com/sanjushi2.html> (2007)

<http://www.anime-archive.net> (2007)

<http://www.animecubed.com/anime-music-videos> (2007)

<http://www.animemusicvideos.org> (2010)

<http://www.animedat.com> (2007)

<http://www.animeph.com> (2009)

<http://www.animenfo.com> (2009)

<http://www.anime-planet.com/animerec> (2007)

<http://www.animeresearch.com/index.html> (2010)

<http://www.anipike.com> (2010)

<http://www.answers.com/topic/cyborgs-in-fiction> (2007)

http://www.apple.com/trailers/dreamworks/transformers/transformers_large.html (2007)

<http://www.asahi.com/ad/clients/atom/index.html> (2008)

<http://www.automation.fujitsu.com> (2007)

<http://www.awn.com> (2007)

<http://www.bandai.co.jp> (2007)

<http://www.bestanime.com> (2007)

<http://www.business-design.co.jp> (2007)

Livros LabCom

<http://www.casaamexer.com> (2007)

<http://www.cee-gee.net> (2007)

<http://www.classicbattletech.com/ClassicBattletech.html>
(2007)

<http://www.cgartdomain.com> (2007)

<http://www.citroenc4.co.uk> (2007)

<http://www.codehunters.tv/swfs/main.htm> (2009)

<http://www.daftpunk.com> (2010)

<http://www.delreybooks.com> (2007)

[http://www.designchronicle.com/memento/archives/pretear/
index.html](http://www.designchronicle.com/memento/archives/pretear/index.html) (2007)

[http://www.digitaldomain.com/links/comm/behindscenes/
BHS2/bhs2.htm](http://www.digitaldomain.com/links/comm/behindscenes/BHS2/bhs2.htm) (2007)

<http://www.discoveryeurope.com> (2007)

<http://www.dreamwaveprod.com> (2006)

<http://www.endofcelluloid.com> (2007)

<http://www.funny\T1\textendashcity.com> (2010)

<http://www.gainax.co.jp> (2007)

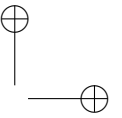
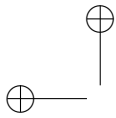
<http://www.gamestudies.org> (2007)

<http://www.gametrailers.com> (2006)

<http://www.gamespot.com> (2006)

<http://www.gamepro.com> (2010)

<http://www.grimaldiformum.mc> (2010)



<http://www.grimaldiform.com/fr/evenements-culturels-monaco/agenda/kyoto-tokyo-des-samourais-aux-mangas-101> (2010)

<http://www.gundam.com> (2007)

<http://www.hasbro.com> (2007)

<http://www.hivedivision.net> (2009)

<http://www.humanoid.waseda.ac.jp> (2007)

<http://www.idwpublishing.com> (2007)

<http://www.ign.com> (2007)

<http://www.irobotnow.jp> (2007)

<http://www.i-robotmovie.dk> (2007)

<http://www.interact.pt> (2006)

<http://www.karakuri.info> (2007)

<http://www.KickAssAnime.tk> (2007)

<http://www.kodansha-intl.com> (2010)

<http://www.konami.com> (2007)

<http://www.ludology.org> (2007)

<http://www.lwhy.clara.net/ngc>

<http://www.manovich.net> (2005)

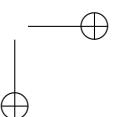
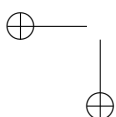
<http://www.mattscape.com> (2007)

<http://www.mgs-philanthropy.net/eng/index.html> (2009)

<http://www.mhi.co.jp/kobe/wakamaru/english> (2007)

<http://www.mikrosimage.fr> (2007)

Livros LabCom



<http://www.mtvasia.com> (2007)
<http://www.mtvjapan.com> (2007)
<http://www.namco.com> (2007)
http://www.nike.com/nikelab/video/airmaxq_marshall.jhtml
(2007)
<http://www.nissan.pt> (2007)
<http://www.phoenix.to> (2008)
<http://www.robocup.org> (2007)
<http://www.robo-garage.com> (2010)
<http://www.robotech.com> (2007)
<http://www.rotovision.com> (2007)
<http://www.sakakibara-kikai.co.jp> (2007)
<http://www.scottmcloud.com> (2008)
<http://www.sony.net/Products/aibo> (2007)
http://www.sony.net/SonyInfo/QRIO/top_nf.html (2007)
<http://www.steelfalcon.com/macrossmecha.html> (2007)
<http://www.sunrise-inc.co.jp> (2007)
<http://www.ted.com/talks> (2010)
<http://www.tetsoo.com> (2007)
<http://www.tezuka.co.jp> (2007)
<http://www.theanimenetwork.com> (2010)
<http://www.thedesignersrepublic.com> (2007)



<http://www.theembassyvfx.com/citroen.html> (2007)

<http://www.thematrix.com> (2007)

<http://www.themichaelsmith.com/VWVideo.htm> (2010)

<http://www.tomobiki.com/patlabor> (2007)

<http://www.toshiba.co.jp/spirit/en/index.html> (2007)

<http://www.totalrecall2070.com> (2007)

<http://www.toyota.co.jp/en/special/robot> (2010)

<http://www.transformersgame.com> (2007)

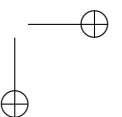
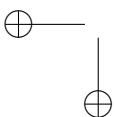
<http://www.transformersmovie.com> (2007)

<http://www.verios.net> (2007)

<http://www.vstone.co.jp/top/products/robot/v2/> (2007)

<http://www.x-bam.com> (2010)

<http://www.zmp.co.jp> (2006)







FILMOGRAFIA

Cinema de Ficção

Obra, tipo, região (realizador, ano)

2001: A Space Odissey (Stanley KUBRICK, 1968)

Aeon Flux [DVD] (Karyn KUSAMA, 2005)

A.I. [DVD] (Steven SPIELBERG, 2001)

Alien (Ridley SCOTT, 1979)

Aliens (James CAMERON, 1986)

American Ninja [DVD] (Sam FIRSTENBERG, 1985)

Avalon [DVD] (Mamoru OSHII, 2005)

Battlestar Galactica [Série de TV] (Richard A. COLLA, 1979)

Battlestar Galactica [DVD] (Michael RYMER, 2003)

Battlestar Galactica: Saga of a Star World, Part I [Série de TV] (Glen A. LARSON, 1979)

Bicentennial Man (Chris COLUMBUS, 1999)

Bionic Woman Série 1 [Série de TV] (Universal Pictures UK, 2005)

Black Rain (Ridley SCOTT, 1989)

Blade Runner [DVD] (Ridley SCOTT, 1982)

Caprica [Série de TV], Season 1, Episódio 08: “Ghosts in The Machine”
(Glen A. Larson, 2010)

Captain Power & The Soldiers of The Future: Vol.1 [Série de TV] (1987)

Casshern [DVD] [JPN] (Kazuaki KIRIYA, 2004)

Chungking Express (Wong KAR-WAI, 1994)

Children of Men (Alfonso CUARÓN, 2006)

Chronicles of Riddick, The (David N. TWOHY, 2004)

Cyborg [DVD] (Albert PYUN, 1989)

Cyborg 2 [DVD] (Michael SCHROEDER, 1993)

Daft Punk’s Electroma [DVD] (Thomas BANGALTER e Guy-Manuel de HOMEM-CHRISTO, 2006)

Dark City (Alex PROYAS, 1998)

D.A.R.Y.L. [DVD] (Simon WINCER, 1985)

Demon Seed (Donald CAMMELL, 1977)

District 9 [DVD] (Neil BLOMKAMP, 2009)

Dragonball Evolution [DVD] (James WONG, 2009)

Empire of The Sun [DVD] (Steven SPIELBERG, 1987)

Fifth Element, The (Luc BÉSSON, 1997)

Flash Forward: Série 1 [Série de TV] (NBC, 2009)

Forbidden Planet [DVD] (Fred WILCOX, 1956)

Gamer [DVD] (Mark NEVELDINE, 2009)

Godzilla – King of Monsters [DVD] (Terrell O. MORSE, 1954)

Guyver, The [DVD] (Screaming Mad GEORGE, Steve WANG, 1991)

Guyver, The: Dark Hero [DVD] (Pegasus Entertainment, Steve WANG, 1994)

Guyver, The : Dark Hero 2 [DVD] (Lighthouse, Steve WANG, 2006)

Guyver, The: The Biobooster Armor [Série de Anime] (Steve WANG, 2005)

Hardware [DVD] (Richard STANLEY, 1990)

Heroes Série 1 [Série de TV] (Universal Studios, 2007)

I Robot (Alex PROYAS, 2004)

Il Colossi di Rodi [The Colossus of Rhodes] (Sergio LEONE, 1961)

Iron Man [DVD] (John FAVREAU, 2008)

Iron Man 2 [BDR] (John FAVREAU, 2010)

Island, The (Michael BAY, 2005)

James Cameron's Avatar [BDR] (2009)

Johnny Mnemonic (Robert LONGO, 1995)

Judge Dredd (Danny CANON, 1995)

Kill Bill Vol.1 (Quentin TARANTINO, 2003)

Kill Bill Vol.2 (Quentin TARANTINO, 2004)

Last Samurai, The (Edward ZWICK, 2003)

Liquid Sky [DVD] (Slava TSUKERMAN, 1982)

Matrix, The [DVD] (Larry & Andy WACHOWSKY, 1999)

Matrix Reloaded [DVD] (Larry & Andy WACHOWSKY, 2003)

Matrix Revolutions [DVD] (Larry & Andy WACHOWSKY, 2004)

Metal Gear Solid Philantropy [On-Line] (Hive Division, Giacomo TALAMINI, 2009)

Livros LabCom

Metropia [DVD] (Tarik Saleh, 2009)

Metropolis (Fritz LANG, 1927)

Mighty Morphin Power Rangers: The Movie [Série de TV] (Bryan SPICER, 1995)

Minority Report [DVD] (Steven SPIELBERG, 2003)

Natural City [DVD] [JPN] (Min BYEONG-CHEON, 2003)

Next (Lee TAMAHORI, 2007)

Platoon (Oliver STONE, 1986)

Power Rangers S.P.D. (2005)

Predator (John McTIERNAN, 1987)

Returner, The [DVD] [JPN] (Takashi YAMAZAKI, 2002)

Robocop (Paul VERHOEVEN, 1987)

Robocop 2 (Irvin KERSHNER, 1990)

Robocop 3 (Fred DEKKER, 1992)

Rocketeer, the [DVD] (Joe JOHNSTON, 1991)

Saving Private Ryan (Steven SPIELBERG, 1998)

Serenity (Joss WEHDON, 2005)

Short Circuit [DVD] (John BADHAM, 1986)

Silent Running (Douglas TRUMBULL, 1971)

Sky Captain And The World of Tomorrow (Kerry CONRAN, 2004)

Sleeper (Woody ALLEN, 1973)

Sleep Dealer (Alex RIVERA, 2008)

Speed Racer [BDR] (Larry & Andy WACHOWSKY, 2008)

Stargate (Roland EMMERICH, 1994)

Starship Troopers [DVD] (Paul VERHOEVEN, 1997)

Star Trek: First Contact (Jonathan FRANKES, 1996)

Star Wars: I: The Phantom Menace (George LUCAS, 1999)

Star Wars: III: The Revenge of The Sith (George LUCAS, 2005)

Star Wars: VI: Return of The Jedi (Richard MARQUAND, 1983)

Star Wars: V: The Empire Strikes Back (Irvin KERSHNER, 1980)

Star Wars: IV: A New Hope (George LUCAS, 1977)

Star Wars: II: Attack of The Clones (George LUCAS, 2002)

Stealth (Rob COHEN, 2005)

Surrogates [Substitutos] (Jonathan MOSTOW, 2009)

Teknoman: Collection 1 [DVD] [JPN] (Anime Works, 1996)

Terminator, The (James CAMERON, 1984)

Terminator 2 – 3D: Battle Across Time (Digital Domain, James CAMERON, 1996)

Terminator 2 – Judgment Day (James CAMERON, 1991)

Terminator 3 – Rise of The Machines (Jonathan MOSTOW, 2003)

Terminator (4) Salvation (McG, 2009)

Terror of Mechagodzilla [DVD] (Ishiro HONDA, 1975)

Tetsuo: The Iron Man (Shinya TSUKAMOTO, 1989)

Tetsuo II: Body Hammer [DVD] [JPN] (Shinya TSUKAMOTO, 1992)

Livros LabCom

THX: 1138 [DVD] (George LUCAS, 1971)

Tomb Raider (Simon WEST, 2001)

Top Gun (Tony SCOTT, 1986)

Total Recall (Paul VERHOEVEN, 1990)

Total Recall 2070: Série 1 (1999) [Série de TV] (Mario AZZOPARDI, 1999)

Transformers [BDR] (Michael BAY, 2007)

Transformers 2 – Revenge of The Fallen [BDR] (Michael BAY, 2009)

Tron [DVD] (Steven LISBERGER, 1982)

Tron 2 – Legacy (Joseph KOSINKSI, 2010)

Turbo: A Power Rangers Movie [Série de TV] (Shuki LEVY, David WIN-
NING 1997)

Ultraviolet [DVD] (Kurt WIMMER, 2006)

Universal Soldier (Roland EMMERICH, 1992)

Virtuosity [DVD] (Brett LEONARD, 1995)

Virus (John BRUNO, 1999)

WarGames – Jogos de Guerra [DVD] (John BADHAM, 1983)

War of The Worlds (Steven SPIELBERG, 2005)

Watchmen [BDR] (Zack SNYDER, 2009)

Wild Wild West (BARRY SONNENFELD, 1999)

Wizard of OZ, The (Victor FLEMMING, 1939)

XXX2 – State of The Union [DVD] (Lee TAMAHORI, 2005)

Animação (Cartoons e Anime)

Obra, tipo, região (realizador, ano)

009-1 [Série de Anime] (ADV Films, 2007)

A.D. Police – Bad Blood [Série de Anime] (Manga Entertainment, 2004)

Action Force [DVD] (Don JURWICH, 1986)

Adieu Galaxy Express 999 [JPN] [DVD] (RINTARO, 1981)

Adventures of Tom Sawyer, The [Série de Anime] (Nippon Animation, 1980)

Akira [DVD] (Katsuhiro OTOMO, 1988)

AM Driver, Vol.1 [Série de Anime] (Illumitoon Ent, 2007)

Animatrix, The (Mahiro MAEDA, Yoshiaki KAWAJIRI, Shinichiro WATANABE, 2003)

Appleseed (Kazuyoshi KATAYAMA, 1988)

Appleseed [DVD] (Shinki ARAMAKI, 2004)

Appleseed: EX Machina [DVD] (Shinki ARAMAKI, 2007)

Armitage III: Dual Matrix [DVD] (Geneon, Katsuhito AKIYAMA, 2002)

Armitage III: Poly-Matrix [DVD] (Geneon, Takuya SATO, 1994)

Astro Boy – Mighty Atom [Série de Anime] (1980)

Astro Boy (David BOWERS, 2009)

Astro Boy [DVD] (Manga Video, Eiichi YAMAMOTO, RINTARO, Fuyunori GOBU, 2006)

Barefoot Gen [DVD] (Masaru MORI, 1983)

Batman: Gotham Knight (Yoshiaki KAWAJIRI, Yasuhiro AOKI, et al., 2008)

Battle Angel Alita [Série de Anime] (Hiroshi FUKUTOMI, 1993)

Livros LabCom

- Battle Arena Toshinden [DVD] (Masami OBARI, 1997)
- Battletech – Ep. 11 – Shadow Heir (Saban International, Karl BANHAM, 1994)
- Battletech – Ep. 5 – Trade Secrets (Saban International, Karl BANHAM, 1994)
- Battletech – Ep. 7 – In The Belly (Saban International, Karl BANHAM, 1994)
- Beast Wars Transformers: Season1 [DVD] (Rhino Home Video, Ezekiel NOR-
TON, et al, 2003)
- Betty Boop – Barnacle Bill [DVD] (Dave FLEISCHER, 1930)
- Bleach The Movie – Memories of Nobody [JPN] [DVD] (2006, Manga Ent.)
- Bubblegum Crisis Collection Vol. 3 [DVD] (MVM, Takayami FUMIHIKO,
Gooda HIROAKI, 1987)
- Bubblegum Crisis: Tokyo 2040 [DVD] (ADV Films, Hiroki HAYASHI, 1998)
- Candy, Candy [Série de Anime] (Toei Animation, Shun-ichi YUKIMURO,
1979)
- Castle In The Sky [DVD] (Hayao MIYAZAKI, 1986)
- Castle of Cagliostro, The [DVD] (Hayao MIYAZAKI, 1980)
- Chronicles of Riddick, The: Dark Fury [DVD] (Peter CHUNG, 2004)
- Cockpit: Kamikaze Stories [JPN] [DVD] (Osamu DEZAKI, 1993)
- Code Hunters [On-line] (Ben HIBBON, 2006)
- Cowboy Bebop (Shinichiro WATANABE, 2001)
- Cowboy Bebop: Ballad of Fallen Angels [DVD] (Shinichiro WATANABE,
1998)
- Cyber City Oedo 808 Vol1-3 [DVD] (DVD LTD, 1999)

Cyborg 009 – Ep.2 – Escape [Série de Anime] (Best Film & Video Corp, 1980)

Daicon IV Opening Animation (Hiroyuki Yamaga, 1981)

Daicon IV Opening Animation (Hiroyuki Yamaga, 1983)

Dead Space: Downfall (Chuck PATTON, 2008)

Digimon: The Movie (1999)

Doraemon: Nobita to Midori no Kyojinten (Ayumu WATANABE, 2008)

Dragonball Z (Funimation PROD, 1990)

Dragonball Z: Season 1 – Vegeta Saga [Série de Anime] (Funimation PROD, 2006)

Escaflowne The Movie: A Girl in Gaia [DVD] (Kazuki AKANE, 2000)

Final Fantasy Unlimited [Série de Anime] (2001)

Final Fantasy VII: Advent Children [DVD] (Tetsuya NOMURA & Takeshi NOZUE, 2005)

Final Fantasy: The Spirits Within [DVD] (Hironobu SAKAGUCHI, et al., 2001)

Full Metal Alchemist 1 – The Curse [Série de Anime] (MVM, Seiji MI-ZUSHIMA, 2005)

Full Metal Panic! [Série de Anime] (ADV Films, Kôichi CHIGIRA, 2005)

Full Metal Panic! TSR (The Second Raid) [DVD] (Funimation Prod, Yasuhiro TAKEMOTO, 2006)

Future Boy Conan [Série de Anime] [JPN] (Hayao MIYAZAKI, 1978)

G.I.Joe: The Movie [DVD] (Don JURWICH, 1986)

Galaxy Express 999, The [Ginga Tetsudo] [JPN] [DVD] (RINTARO, 1982)

Livros LabCom

Galaxy Express 999, The [Ginga Tetsudo] [JPN] [Série de Anime] (RINTARO, 1982b)

Ghost in The Shell (Mamoru OSHII, 1996)

Ghost in The Shell 2: Innocence [DVD] (Mamoru OSHII, 2004)

Ghost in The Shell: Stand Alone Complex [Série de Anime] (Kenji KAMIYAMA, 2002)

Ghost in The Shell: Stand Alone Complex 2nd Gig [Série de Anime] (2005)

Ghost in The Shell: Solid State Society [DVD] (Kenji KAMIYAMA, 2007)

Gravion, Vol.1 [Série de Anime] (ADV Films, Masami OBARI, 2005)

Gundam [Série de Anime] (Yoshiyuki TOMINO “Hajime Yatate”, 1979)

Gundam Seed Destiny [DVD] (Pinnacle Vision, Mitsuo FUKUDA, 2006)

Gundam Wing: Endless Waltz (2005)

Gunhed [DVD] (Alan SMITHEE & Masato HARADA, 1989)

Gunparade March: Operation One [DVD] (Anime Works, Katsushi SAKURABI, Fumihiko TAKAYAMA, Rod BOAZ, 2004)

Halo Legends [BRD] (2010)

Howl's Moving Castle [“O Castelo Andante”] [DVD] (Hayao MIYAZAKI, 2004)

Interstella 5555: The 5tory of The 5ecret 5tar 5ystem [DVD] (Kasuhisa TAKENOUCHI, 2003)

Invincible Iron Man, the [DVD] (Marvel, Patrick ARCHIBALD & Jay OLIVA, 2007)

Iron Giant [DVD] (Brad BIRD, 1999)

Kimba: The White Lion [DVD] [Jungle Taitei] (Osamu TEZUKA, 1965)

- Laputa – Castle in The Sky [DVD] (Hayao MIYAZAKI, 1986)
- Les Mystérieuses Cités D’Or [Série de TV] (Jean CHALOPIN & Bernard DEYRIÈS, 1982)
- Lion King, The [O Rei Leão] [DVD] (Disney, 1994)
- Macross 7 [JPN] [Série de Anime] (1994)
- Macross 7 Encore [JPN] [Série de Anime] (1995)
- Macross Dynamite 7 [JPN] [Série de Anime] (1997)
- Macross Plus: The Movie [DVD] (Manga Entertainment, Noboru ISHIGURO, Shôji KAWAMORI, 1994)
- Masters of The Universe [Série de TV] (1984)
- Mazinger Z (Toei Animation, Gô NAGAI 1972-74)
- Mega Man Vol.2: Battle For The Future [Série de Anime] (ADV Films, 2003)
- Megazone 23, Part I [Série de Anime] (ADV Films, Matt Greenfield, Noboru Ishiguro, 1985)
- Memories [DVD] (Koji MORIMOTO, Tensai OKAMURO e Katsuhiro OTOMO, 1996)
- Metropolis [DVD] (RINTARO, 2001)
- Mickey Mouse [DVD] (Disney, 1950)
- Mobile Suit Gundam Wing Double Pack Vol. 1 [DVD] (Pinnacle Vision, 2006)
- Mobile Suit Gundam Wing: Operation 3 (BANDAI, 2000)
- My Neighbor Totoro [DVD] (Hayao MIYAZAKI, 1988)
- Neo Tokyo [Série de Anime] (RINTARO, Katsuhiro ÔTOMO, Yoshiaki KAWAJIRI, 2004)

Neon Genesis Evangelion [DVD] (Hideaki ANNO, 1995b)

Neon Genesis Evangelion [Série de Anime] (Hideaki ANNO, 1995)

Ninja Scroll [DVD] (Manga Entertainment, 1986)

Noir, Vol.1 [DVD] (ADV Films, Kouichi MASHIMO, 2003)

Patlabor [DVD] (Studio Image, Mamoru OSHII, 1989)

Perfect Blue (Satoshi KON, 1997)

Place Promised in Our Early Days, The [JPN] [DVD] (Makoto SHINKAI, 2004)

Pokémon: The First Movie [DVD] (Kunihiko YUYAMA, 1998)

Ponyo on The Cliff by The Sea [DVD] (Hayao MIYAZAKI, 2008)

Popeye The Sailor [Série de TV] (Dave FLEISCHER, 1933)

Princess Mononoke (Hayao MIYAZAKI, 1997)

Reboot [DVD] (A.D.V. FILMS, 2001)

Reboot [Série de Anime] (ADV Films, Ezekiel NORTON, Dick ZONDAG, Owen HURLEY, Michael ROBISON, 1995)

Resident Evil: Degeneration (Makoto KAMIYA, 2008)

Robot Stories (Greg PAK, 2002)

Robot Wars (Albert & Charles BAND, 1993)

Robotech: The Macross Saga [Série de Anime] (Manga Entertainment, 2006)

Robotech: The Shadow Chronicles [DVD] (Manga Entertainment, Dong-Wook LEE, Tommy YUNE, 2006)

Robots (Chris WEDGE & Carlos SALDANHA, 2005)

Samurai X: Trust And Betrayal [Série de Anime] (1999)

- Serial Experiments Lain [Série de Anime] (Ryūtarō NAKAMURA, 1998)
- Sin – The Movie [DVD] (ADV Films, Yasunori URATA, 1999)
- Sky Crawlers, The [DVD] (Sony, 2009)
- Snow White And The Seven Dwarfs [DVD] (Disney, William COTTREL, 1937)
- Space Battleship Yamato [Série de Anime] (Academy Prod, Leiji MATSUMOTO, 1975)
- Speed Racer [Mach Go Go Go] (Tatsuo Yoshida, 1967)
- Spirited Away [“Viagem de Chihiro”] (Hayao MIYAZAKI, 2003)
- Steamboy [DVD] (Katshiro OTOMO, 2004)
- Street Fighter II: The Animated Movie [DVD] (Gisaburo SUGII, 1995)
- Transformers – Robots in Disguise – Série 1 [DVD] (Jetix Films, 2007)
- Transformers Armada [DVD] (Universal Pictures UK, Hidehito UEDA, 2007)
- Transformers Beast Machines Vol1 [DVD] (Rhino Home Video, Gino NICHELE et al, 2006)
- Transformers, The [DVD] (Nelson SHIN, 1986)
- Trigun [DVD] (Satoshi NISHIMURA, 1998)
- Ulysses 31 [DVD] (Contender Entertainment, Bernard DEYRIÈS et al, 2004)
- Ulysses 31 [Série de Anime] (Jean CHALOPIN, 1981)
- Vexille [DVD] (Fumihiko SORI, 2007)
- Vision of Escaflowne, the [Série de Anime] (Kazuki AKANE, 2000)
- Voices of a Distant Star [Hoshi No Koe] [DVD] (ADV Films, Makoto SHINKAI, 2002)
- Wall-E (Andrew STANTON, 2008)

Wonderful Days [Sky Blue] [DVD] (Sunmin PARK & Kim MUN-SAENG, 2003)

Zone of The Enders [Série de Anime] (Tetsuya WATANABE, 2001)

Zone of The Enders: 2167 IDOLO [Série de Anime] (2002)

Filme Documentário

Obra, produtor, distribuidor, tipo (realizador, ano)

Clash of The Gods, History Channel, KPI, A&E Home Video [On-Line] (Christopher CASSEL, 2009)

DAFTPUNK: A Story About Dogs, Androids, Firemen, And Tomatoes [DVD] (Michel GONDRIY *et al*, 1999)

Lost Treasures of The Ancient World – The Seven Wonders, Vol.2, BBC4 (CROMWELL Productions, 2006).

History of The Samurai, History Channel (2007)

I, Videogame [A Noite Mais Play], Discovery Channel (Robert CURRAN, 2007)

Incredible Robots – Extreme Machines, Pioneer Productions TLC/Discovery Com. Inc., Stephen MARSH, 1999)

Japan's Atomic Bomb, AmerImage Productions, Inc./The History Channel (David HASH, 2005)

Jeff Han on Ted Talks, Ted Talks [On-Line] (2006)

Jonathan Ross's Asian Invasion, Hot Sauce/BBC 4, (Rod EDGE, 2006)

Jonathan Ross's Japanorama: Hot Sauce/BBC Choice, (Peter Boyd MacLEAN, 2002-2007)

Megacities – Hong Kong, BASE Prods./National Geographic Channel (Mickey STERN, 2007)

No Maps For These Territories [2000] – William GIBSON [DVD] (Mark NEALE, 2003)

On The Edge of Blade Runner (Andrew ABBOTT, 2000)

Pilot Guides – Japan, Pilot Productions/Travel Channel (Brian HILL, 2004)

Pilot Guides – Tokyo, Pilot Productions/Travel Channel (Peter MacPHERSON, 2004)

The Samurai Sword – Decisive Weapons, BBC/The History Channel (Martin DAVIDSON, 1997)

Tokyo-Ga [DVD] (Wim WENDERS, 1985)

Trinity And Beyond – The Atomic Bomb Movie, Visual Concept Entertainment/ Documentary Film Works (Peter KURAN, 1995)



VIDEOGRAFIA

Videojogos

Título (Editor, Distribuidor, Ano: Plataforma)

Ace Combat 2 (Namco, Namco, 1997: PSX)

Ace Combat 3: Electrosphere (Namco, Namco, 2000: PSX)

Ace Combat 4: Distant Thunder (Shattered Skies) (Namco, Namco, 2001: PS2)

Ace Combat 5: The Unsung War (Bandai Namco Games America, 2004: PS2)

Ace Combat 6: Fires of Liberation (Bandai Namco Games America, 2007: 360)

Ace Combat X: Skies of Deception (Bandai Namco Games America, 2006: PSP)

Ace Combat Zero: The Belkan War (Bandai Namco Games America, 2006: PS2)

Afro Samurai (Surge, Namco Bandai, 2009: PS3)

After Burner II (SEGA Japan, SEGA America, 1985: ARCADE)

After Burner: Black Falcon (Planet Moon Studios, SEGA America, 2007: PSP)

Akira (Ice, 1994: CBM AMIGA 500)

Alien Syndrome (Totally Games, SEGA America, 2007: PSP)

Armored Core (FromSoftware Inc., SCEA, 1997: PSX)

Armored Core 2 (FromSoftware Inc., Agetec, Inc., 2000: PS2)

Armored Core 3 (FromSoftware Inc., Agetec, Inc., 2002: PS2)

Armored Core 3 Portable (FromSoftware Inc., FromSoftware Inc., 2009: PSP)

Armored Core 4 (FromSoftware Inc., SEGA America, Inc., 2007: 360)

Armored Core Formula Front Extreme Battle [JPN] (From Software, 505 Game Street, 2006: PSP)

Astro Boy: The Videogame (High Voltage Software, D3, 2009: PSP)

Atomic Robo-Kid (Activision, Inc., 1990: CBM AMIGA 500)

Battlefield 2142 (Digital Illusions, EA Games, 2006: PC)

Beneath A Steel Sky (Virgin Interactive, 1994: CBM AMIGA 500)

Bionic Commando (Go/Capcom, 1988: CBM C64)

Blade Runner (Westwood Studios, 1997: PC)

Blast Factor: Advanced Research (Bluepoint Games, SCEA, 2007: PSN)

BlazBlue: Calamity Trigger (Arc, Aksys, 2009: PS3)

Bleach: Heat The Soul [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2005: PSP)

Bleach: Heat The Soul 2 [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2005: PSP)

Bleach: Heat The Soul 3 [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2006: PSP)

Bleach: Heat The Soul 4 [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2007: PSP)

Bleach: Heat The Soul 5 [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2008: PSP)

Bleach: Heat The Soul 6 [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2009: PSP)

Bleach: Soul Carnival [JPN] (SCEJ, SCEJ, 2008: PSP)

Bomberman (Hudson Soft, Konami, 2006: PSP)

Bouncer, the (DreamFactory, Square Electronic Arts L.L.C., 2001: PS2)

Brave Story - New Traveler [JPN] (Games Republic, XSeed Games, 2007: PSP)

Breakdown (Namco, 2004: XBOX)

Bubble Bobble [JPN] (Taito, Taito Japan: 1986: ARCADE)

Bubble Bobble (Taito, Taito Japan: 1994: ARCADE)

Burnout (Criterion, Acclaim, 2001: PS2)

Bushido Blade (Lightweight Co, Square Soft, 1997: PSX)

Chaos Engine, the (The Bitmap Brothers, Renegade, 1993: CBM AMIGA 500)

Chaos Engine 2, the (The Bitmap Brothers, Renegade, 1996: CBM AMIGA 500)

Chrome Hounds (From Software, SEGA, 2006: 360)

Comix Zone (SEGA, SEGA, 1995: Genesis)

Crisis Core: Final Fantasy VII [JPN] (Square Enix, 2008: PSP)

Crysis (Crytek Studios, EA Games, 2007: PC)

Cyber Cop (Impressions, 1991: CBM AMIGA 500)

Dead Space (EA Redwood Shores, Electronic Arts, 2008: PS3)

Devil May Cry (Capcom, 2001: PS2)

Devil May Cry 2 (Capcom, 2003: PS2)

Devil May Cry 3 (Capcom, 2005: PS2)

Livros LabCom

Devil May Cry 4 (Capcom, 2008: PS3)

Disgaea - Afternoon of Darkness [JPN] (Nippon Ichi Software, Koei, 2007: PSP)

Dissidia: Final Fantasy [JPN] (Square Enix, 2009: PSP)

Dragoneer's Aria [JPN] (Hitmaker, NIS America, 2007: PSP)

Dynasty Warriors (CAPCOM USA, 1989: ARCADE)

Dynasty Warriors Gundam (Omega Force, Bandai Namco, 2007: PS3)

Dynasty Warriors Vol. 2 [JPN] (Omega Force, Koei, 2006: PSP)

Earth Defense Force 2017 (Slandsoft, D3 Publisher of America, 2007: 360)

Enter The Matrix (Shiny Entertainment, Ataric, 2003: PC)

Escape From Cybercity (Fathom Pictures, Philips Inter.Media, 1992: CD-I)

Escape From The Planet of The Robot Monsters (Domark, 1990: CBM AMIGA 500)

Eternal Sonata (Namco Bandai, Namco Bandai, 2008: PS3)

Final Fantasy IX (Square Co, Square Electronic Arts LLC, 2000: PSX)

Final Fantasy VII (Square Co, SCEA, 1997: PSX)

Final Fantasy VIII (Square Co, Square Electronic Arts LLC, 1999: PSX)

Final Fantasy X (Square Co, Square Electronic Arts LLC, 2001: PS2)

Final Fantasy XI Online (Square Enix Co, Square Enix USA, 2006: 360)

Final Fantasy X-II (Square Co, Square Enix USA, 2003: PS2)

Final Fantasy XII (Square Co, Square Enix USA, 2008: PS3)

Final Fantasy XII (Square Soft, SCEJ, 2006: PS2)

Final Fantasy XIII (Square Co, Square Enix USA, 2010: 360)

Front Mission (Square-Enix, 2007: DS)

G-Police (Psygnosis, Psygnosis, 1997: PSX)

Ghost in The Shell (Exact/Ultra, THQ, 1997: PSX)

Ghost in The Shell: Stand Alone Complex (SCEJ, Bandai, 2004: PS2)

Ghost Recon Future Soldier (UbiSoft Paris, UbiSoft, 2010: PS3)

Gradius Collection - Gradius Gaiden (Konami, Konami, 2006: PSP)

Guilty Gear Judgment [JPN] (Arc, Majesco, 2006: PSP)

Guilty Gear XX Accent Core Plus [JPN] (Arc, Aksys Games, 2009: PSP)

Gundam [JPN] (Banpresto, 1993: ARCADE)

Gundam Battle Royale [JPN] (Artdink, Bandai Namco, 2006: PSP)

Gundam Battle Universe [JPN] (Bandai Namco Japan, 2008: PSP)

Gundam Musou (Bandai Namco, Koei, 2007: PS3)

Half Minute Hero [JPN] (Opus, XSeed Games, 2006: PSP)

Half-Life 2 (Valve Software/Sierra, 2004: PC)

Half-Life 2: Episode I (Valve Software/EA, 2006: PC)

Half-Life 2: Episode II (Valve Software, 2007: PC)

Half-Life 2: Episode III (Valve Software, 2007: PC)

Hammerin Hero [JPN] (Irem Soft, Atlus USA, 2009: PSP)

Hang On [JPN] (AM2, SEGA America, 1985: ARCADE)

Heavy Gear (Activision, Inc., 1998: PC)

Heavy Gear 2 (Activision, Inc., 1999: PC)

Ico (SCEJ, SCEE, 2002: PS2)

Livros LabCom

Ikaruga (Treasure, ESP, 2002: DC)

Iron Man (SEGA, 2008: 360)

Jak X: Combat Racing (Naughty Dog, SCEA, 2005: PS2)

James Cameron's Avatar: The Game (Ubi Soft, Ubi Soft, 2009b: PS3)

James Pond 2: Codename RoboCod (Millenium, 1991: CBM AMIGA 500)

Jet Set Radio (Smilebit, SEGA Japan, 2000: DC)

Judge Dredd (Virgin Mastertronic, 1990: CBM AMIGA 500)

Key of Heaven [JPN] (Climax, SCEE, 2006: PSP)

Kidou Senshi Gundam: Gundam Vs Gundam [JPN] (Bandai Namco, Banpresto, 2008: PSP)

Killer 7 [JPN] (Capcom, Production Studio 4, 2005: GC)

Killing Game Show, the (Psygnosis, 1990: CBM AMIGA 500)

Killzone: Liberation (Guerrilla Games, SCEE, 2006: PSP)

Kingdom Hearts (Square, Square Electronic Arts, 2002: PS2)

Kingdom of Paradise [JPN] (Climax, SCEA, 2005: PSP)

Kurushi Final (SCEE, 1999: PSX)

Last Ninja 2, the (System 3, 1990: CBM AMIGA 500)

Last Ninja 3, the (System 3, 1991: CBM AMIGA 500)

Last Ninja, the (System 3, 1988: CBM AMIGA 500)

Last Resort (SNK of America, 1992: Arcade)

Legend of Heroes, The [JPN] (Bandai, Nihon Falcom, 2005: PSP)

Locoroco (SCEJ, SCEA, 2006: PSP)

Locoroco 2 (SCEJ, SCEA, 2009: PSP)

Lost Planet: Extreme Condition (Capcom, 2007: 360)

Macross Ace Frontier [JPN] (Bandai Namco, Artdink, 2008: PSP)

Martio Kart DS (Nintendo, Nintendo of America, 2005: DS)

Me And My Katamari [JPN] (Namco, Namco Hometek, 2006: PSP)

Mech Assault (Day 1 Studios LLC, Microsoft Game Studios, 2002: XBOX)

Mech Assault 2: Lone Wolf (Day 1 Studios LLC, Microsoft Game Studios, 2004: XBOX)

Mech Commander 2 (Microsoft, 2001: PC)

Mech Platoon (KEMCO, KEMCO USA; Inc., 2001: GBA)

Mechwarrior (Dynamix, Inc., Activision, Inc., 1989: PC)

Mechwarrior 2 (Activision, Inc., 1995: PC)

Mechwarrior 3 (Zipper Interactive, Microprose, 1999: PC)

Mechwarrior 4: Mercenaries (Cyberlore Studios, Inc., Microsoft Game Studios, 2002: PC)

Mechwarrior 4: Vengeance (Cyberlore Studios, Inc., Microsoft Game Studios, 2000: PC)

Mega Man (Capcom, 1987: NES)

Mega Man 2 (Capcom, 1989: NES)

Mega Man 3 (Hit Tech Expressions, Capcom, 1992: PC)

Mega Man 4 (Capcom, 1992: NES)

Mercs (US Gold, 1991: CBM AMIGA 500)

Metal Fatigue (Zono Inc., Psygnosis, 2000: PC)

Livros LabCom

- Metal Gear (Konami Japan, Konami of America, 1987: MSX2)
- Metal Gear Solid (Konami Japan, Konami of America, 1998: PSX)
- Metal Gear Solid 2: Solid Snake (Konami Japan, Konami of America, 1990: MSX2)
- Metal Gear Solid 2: Sons of Liberty (Konami Japan, Konami of America, 2002: PS2)
- Metal Gear Solid 3: Snake Eater (Konami Japan, Konami of America, 2004: PS2)
- Metal Gear Solid 3: Substance (Konami Japan, Konami of America, 2006: PS2)
- Metal Gear Solid 4: Guns Of Patriots (Konami Japan, Konami of America, 2008: PS3)
- Metal Gear Solid Digital Graphic Novel (Kojima Productions, Konami of America, Inc., 2006: PSP)
- Metal Gear Solid: Ac!d (Konami Japan, Konami of America, 2005: PSP)
- Metal Gear Solid: Ac!d 2 (Konami of America, Konami Japan, 2006: PSP)
- Metal Gear Solid: Peace Walker (Konami, Konami, 2010: PSP)
- Metal Gear Solid: Portable Ops (Kojima Productions, Konami of America, Inc., 2006: PSP)
- Metal Gear Solid: Portable Ops Plus (Kojima Productions, Konami of America, Inc., 2007: PSP)
- Metal Gear Solid: The Twin Snakes (Silicon Knights, Konami of America, 2004: GC)
- Metal Gear Solid: VR Missions (Konami Japan, Konami of America, 1999: PSX)
- Metal Masters (Infogrames, 1991: CBM AMIGA 500)

Metal Slug Anthology [1-6] (SNK Playmore USA, Ignition Entertainment, 2007: PSP)

Metal: A Robot Combat Simulation (ECP, 1989: CBM AMIGA 500)

Metroid Prime 3: Corruption (Retro Studios, Nintendo of America, 2007: WII)

Mobile Suit Gundam: Encounters In Space (Bandai Co., Bandai America Inc., 2003: PS2)

Mobile Suit Gundam: Gundam Vs Gundam [JPN] (Bandai Namco Co., 2008: PSP)

Mortal Kombat (Sculptured Software Inc., Acclaim, 1993: SUPER NES)

Naruto Ultimate Ninja Heroes (CyberConnect 2, Namco Bandai Europe, 2007: PSP)

Neuromancer (Interplay Productions, 1989: CBM AMIGA 500)

New Zealand Story [JPN] (Taito, 1988: CBM AMIGA 500)

Ninja Gaiden Sigma 2 (Tecmo, Team Ninja, 2009: PS3)

Ninja Warriors, The (Virgin, Mastertronic, 1989: CBM AMIGA 500)

Nintendogs (Nintendo, Co, Nintendo America, 2005: DS)

Okami [JPN] (Clover Studio, Capcom, 2006: PS2)

Onimusha 1: Warlords (Capcom, Co., Capcom USA, 2001: PS2)

Onimusha 2: Samurai's Destiny (Capcom, Co., Capcom USA, 2002: PS2)

Onimusha 3: Demon Siege (Capcom, Co., Capcom USA, 2004: PS2)

Out Run (AM2, SEGA America, 1986: ARCADE)

Paradroid (Hewson, 1990: CBM AMIGA 500)

Parasol Stars [JPN] (Taito, Taito Japan: 1990: CBM AMIGA 500)

Livros LabCom

Patapon (SCEA, SCEJ, 2008: PSP)

Patapon 2 (SCEA, SCEJ, 2009: PSP)

Phantasy Star Online (Sonic Team, SEGA America, 2001: DC)

Phantasy Star Portable [JPN] (Alpha System, SEGA America, 2009: PSP)

Pikmin (Nintendo Co, Nintendo of America, 2001: GC)

PoPoLoCrois [JPN] (SCEJ, Agetec, 2005: PSP)

Project Sylpheed (GameArt, Microsoft Game Studios, 2007: XBOX 360)

Puzzle Bobble Pocket [JPN] (Taito, 2004: PSP)

Rainbow Islands (Taito, Taito America, 1991: NES)

Rez (UGC, SEGA, 2001: PS2)

Rise 2: Ressurrection (Acclaim, 1996: PSX)

Rise of The Robots (Acclaim, 1994: GENESIS)

Riviera: The Promised Land [JPN] (Atlus USA, Sting, 2007: PSP)

Robocop (Ocean, Data East, 1989: CBM AMIGA 500)

Robocop II (Ocean, Data East, 1991: CBM AMIGA 500)

Robocop III (Ocean, Data East, 1992: CBM AMIGA 500)

Robozone (Image Works, 1991: CBM AMIGA 500)

Rocket Ranger (Cinemaware, 1988: CBM AMIGA 500)

Rod Land (Jaleco, Sales Curve, 1990: CBM AMIGA 500)

Rogue Galaxy (Level 5, SCEA, 2007: PS2)

R-Type Delta (Irem Software, Agetec, Inc., 1999: PSX)

Saboteur (Durell Software, Durell Software, 1984: 48K)

Shadow of The Colossus (SCEA, 2005: PS2)

Shenmue (AM2, SEGA America, 2000: Dreamcast)

Shenmue 2 (AM2, SEGA America, 2001: Dreamcast)

Shin MegamiTensei – Persona 4 (Atlus, Square Enix, 2008: PS2)

Shinobi (Overworks, SEGA America, 2002: PS2)

Shogo: Mobile Armor Division (Monolith Productions Inc., 1998: PC)

Sin (Ritual Entertainment, Activision, 1998: PC)

Sky Crawlers – Innocent Aces, The (Namco Bandai, XSeed, 2010: Wii)

Sonic: The Edgehog (Sonic team, SEGA America, 1991: GENESIS)

Space Ace (ReadySoft, 1989: CBM AMIGA 500)

Space Channel 5 (SEGA of Japan, SEGA Japan, 1999: DC)

Space Harrier (SEGA America, Inc., 1985: ARCADE)

Space Harrier 2 (Grandslam, 1989: CBM AMIGA 500)

Space Harrier: Return to The Fantasy Zone (Elite, 1989: CBM AMIGA 500)

Space Hulk (Electronic Arts, 1993: CBM AMIGA 500)

Space Invaders (Taito Corp, Taito America, 1978: ARCADE)

Spectral Souls: Resurrection of The Ethereal Souls [JPN] (Idea Factotry, NIS America, 2006: PSP)

Speedball (The Bitmap Brothers, Spotlight Software, 1988: CBM AMIGA 500)

Speedball 2: Brutal Deluxe (The Bitmap Brothers, Image Works, 1990: CBM AMIGA 500)

Star Ocean: Second Evolution [JPN] (Square Enix, TOSE, 2009: PSP)

Livros LabCom

StarCraft 2 (Blizzard Entertainment, 2008: PC)

Street Fighter Alpha 3 Max (Capcom, Capcom USA, 2006: PSP)

Syndicate (Electronic Arts, 1993: CBM AMIGA 500)

T2: The Arcade Game (Virgin Interactive, 1993: ARCADE)

Takeru: Letter of The Law (Sunsoft, Infogrames, 1998: PC)

Tales of Eternia [JPN] (Namco, 2005: PSP)

Tales of The World: Radiant Mythology [JPN] (Namco Bandai, Namco Bandai, 2006: PSP)

Tamagotchi (Bandai, Bandai America, 1997: GB)

TechnoCop (Gremlin Graphics, 1988: CBM AMIGA 500)

Tekken: Dark Ressurrection (Bandai Namco, 2006: PSP)

Tenchu: Shadow Assassins (Acquire, Ubi Soft, 2009: PSP)

Terminator 2 [2500?] Judgment Day (Ocean, 1991: CBM AMIGA 500)

Time Crisis 2 (Namco, Namco America, 2001: PS2)

Timeshift (Saber, Sierra, 2007: PC)

Tokobot (Tecmo, Tecmo, 2005: PSP)

Tom Clancy's Splinter Cell (Ubi Soft, Ubi Soft, 2002: PC)

Transformers - The Game (Activision, Inc., Traveller's Tales, 2007: 360)

Transformers: War For Cybertron (High Moon Studios, Activision, 2010: PS3)

Tron 2.0 (Monolith Productions/Buena Vista Games, Inc., 2003: PC)

Tron Evolution (Disney Interactive/Propaganda Games, 2010: PS3)

Turrican I (Rainbow Arts, 1990: CBM AMIGA 500)

Turrican II: The Final Fight (Rainbow Arts, 1991: CBM AMIGA 500)

Turrican III (Softgold, 1993: CBM AMIGA 500)

U.N. Squadron (Capcom USA, Capcom Co., 1991: Super NES)

Valhalla Knights [JPN] (Marvelous Interactive, XSeed Games, 2007: PSP)

Viewtiful Joe: Red Hot Rumble (Clover Studio, Capcom USA, 2006: PSP)

Walker, the (Psygnosis, 1993: CBM AMIGA 500)

World of Warcraft (Blizzard, 2005: PC)

Yakuza 3 (Amusement Vision, SEGA, 2010: PS3)

Yakuza 4 [JPN] (Amusement Vision, SEGA, 2009: PS3)

Zero Divide (Zoom, Inc., Time Warner Interactive, 1995: PSX)

Zoids Alternative (Takara, Tomy, 2007: 360)

Zoids: Battle Legends (Tomy, Atari, 2004: GC)

Zone of The Enders (Konami Japan, Konami America, 2001: PS2)

Legenda:

ARCADE – Public videogame parlors

GB – Nintendo Game Boy

CBM – Commodore Business Machines

DC – Sega Dreamcast

DS – Nintendo DS (Dual Screen)

GBA – Nintendo Game Boy Advance

GC – Nintendo Game Cube

Livros LabCom



GENESIS – Sega Genesis

MSX – Philips MSX Computer

MSX2 – Philips MSX 2 Computer

NES – Nintendo Entertainment System

PC – Personal Computer

PHILIPS CD-I – Philips Compact Disc Interactive

PSN – Sony PlayStation Network

PSP – Sony PlayStation Portable

PSX – Sony PlayStation

PS2 – Sony PlayStation 2

PS3 – Sony PlayStation 3

SUPER NES – Super Nintendo Entertainment System

WII – Nintendo Wii

XBOX – Microsoft Xbox

360 – Microsoft Xbox 360

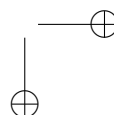
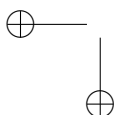
ZX Spectrum 48K – Sinclair ZX Spectrum 48k

Videoclips – Anime Music Video

Amadores

Anime, Artista, Música (Ano)

DragonBall Z, Limp Bizkit, My Way (s.d)



DragonBall Z, Offspring, Come Out Swinging (s.d)
DragonBall Z, They Might be Giants, Particle Man (s.d)
Final Fantasy 9, Linkin Park, In the End (s.d)
Flame of Recca, Skid Row, Youth Gone Wild (s.d)
Full Metal Alchemist, Linkin Park, Faint (s.d)
Gundam Wing, Rammstein, Feuer Frei (s.d)
Lain, Akira & Ghost in The Shell, Nine Inch Nails, The Becoming (s.d)
Maboroshi (Perfect Blue), Nine Inch Nails, The Perfect Drug (s.d)
Neon Genesis Evangelion, White Zombie, More Human Than Human (s.d)
Neon Genesis Evangelion, Rammstein, Engel (s.d)
Rurouni Kenshin, Cutting Crew, Died in Your Arms Tonight (s.d)
Rurouni Kenshin, Slipknot, Wait And Bleed (s.d)
SR-71, Right Now (Love Hina), MayDay (s.d)
Trigun, Weird Al Yankovic, The Beer Song (s.d)
Trigun, Trigger Happy (s.d)
Trigun, Tsuneo Imahori, H.T ((s.d)
Trigun, Bon Jovi, Wanted Dead or Alive (s.d)

**Profissionais (Singles e Colectâneas)****Singles****Anime, Artista, Música (Ano)**

Alice in Chains (1992). Dirt, Them Bones

Amon Tobim (2002). Out From Outwhere, Verbal

Kasuhisa Takenouchi (2003). Interstella 5555: The Story of The Secret Star System [Daft Punk]

Madonna (2005), Confessions on a Dance Floor, Jump

Wamdue Project (1999). Program Yourself, King of My Castle

Colectâneas**Anime, Artista, Música (Ano)**

Animation Inspired by Björk's Song, Army of Me, The Work of Stéphane Sednaoui, Director's Label (Stéphane Sednaoui, 2005)

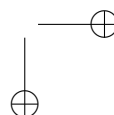
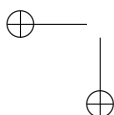
Björk, All is Full of Love, The Work of Chris Cunningham, Director's Label (Chris Cunningham, 2003)

Björk, Joga, The Work of Michel Gondry, Director's Label (Michel Gondry, 2003)

Daft Punk, Around The World, The Work of Michel Gondry, Director's Label (Michel Gondry, 2003)

Daft Punk, Da Funk, The Work of Spike Jonze, Director's Label (Spike Jonze, 2003)

Massive Attack, Sly, The Work of Stéphane Sednaoui, Director's Label (Stéphane Sednaoui, 2005)



Mirwais, Disco Science, The Work of Stéphane Sednaoui, Director's Label
(Stéphane Sednaoui, 2005)

Mirwais, I Can't Wait, The Work of Stéphane Sednaoui, Director's Label
(Stéphane Sednaoui, 2005)

Spots de Publicidade

Marca, Produto, Anúncio (ano)

BLIZZARD, World Of Warcraft, "Wow_China_TV" (2006)

CITRÖEN, C3, "Anime AD" (2005)

CITRÖEN, C4, "Breakdancer Movie" (2006)

CITRÖEN, C4, "Picasso VisoVan Commercial" (2007)

CITRÖEN, C4, "Skater Movie" (2006)

DOUBLE A, Double A, "Double Commercial" (2007)

GAP, "DAFT PUNK – GAP COMMERCIAL" (2005)

MICROSOFT, Xbox 360, "Banned Tv Commercial" (2007)

MICROSOFT, Xbox 360, "xb360_jp_tv2" (2006)

MICROSOFT, Xbox 360, "xb360_jp_tv3" (2006)

MICROSOFT/BUNGEE STUDIOS, Halo 3, "Halo 3_combat_pt2" (2007)

MOTOROLA, Hello Motto, "V3 Razr Advert" (2003)

NINTENDO, Mario Kart DS, "MarioKart_DS_TV" (2005)

NISSAN, 4x4, "Naturally Capable" (2007)

NISSAN, Primera, "Engine" (2007)

Livros LabCom

SAAB, Saab 97X, “Transformer” (2006)

SIERRA, Timeshift, “Timeshift_Convenience_Store” (2007)

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT, Jakx, “Jakx_tv” (2005)

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT, LocoRoco, “LocoRoco Japanese Commercial #3 PSP Long” (2007)

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT, Sony PlayStation, “Mental Wealth” (2000)

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT, Sony PlayStation, “PS9_tv” (2007)

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT, Sony PlayStation 2, “PS2 Mountain 75” (2007)

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT, Sony PlayStation Portable, “PSP Ad” (2006)

VODAFONE, Dulpex ADSL, “Casa a Mexer 1” (2007)

VODAFONE, Dulpex ADSL, “Casa a Mexer 2” (2007)

VODAFONE, Dulpex ADSL, “Casa a Mexer 3” (2007)

Idents

Clip – Estúdio, realizador, data [URL]

“Organic” – Umeric (Ash Bolland, 2008) [<http://vimeo.com/1810111>] (2010)



Lista de Agradecimentos

David Gorjão Silva, Anabela Gradim, Sonia Alves, Marisa Alexandra Alves Elias, Joaquim Paulo Serra, António Fidalgo, António Fernando Cascais, DCA-UBI, José A. Bragança de Miranda, Catarina Campino, Júlio Semião Elias, Tito Cardoso e Cunha, Sony Computer Entertainment Portugal, Roger Malina, Eduardo Camilo, Fernando, Nuno Barata, Erik Davis, Revista Dance Club, Revista MediaXXI, Paulo Ferreira, Paulo Faustino, BOCC, LABCOM, Luís Nogueira, Francisco Merino, Mário Caeiro, Ivan Pinheiro, José Luís Carvalhosa, Dimitris Charitos, Tara Carrigy, Stephan Powell, Mariana Mota, Mónica Carvalho, Barbara Nati, Sander Veenhof, Zhu Hui, James Charlton, Russel Pensyl, Paula Ellen Ann Blair, Dave Lynch, Jay Needham & Marco Oliveira.

