

Introdução

Neste exato momento, em algum lugar do mundo, um menino está lendo um mangá e se deliciando com as fantasias que lá encontra.

Neste exato momento, em algum lugar do mundo, uma doce avó está fazendo um bolo para seus netos irriquietos.

Neste exato momento, em algum lugar do mundo, um cientista está procurando desenvolver uma fórmula química para um novo combustível para foguetes, mais econômico e menos poluente.

Neste exato momento, em algum lugar do mundo, uma executiva procura rápida e desesperadamente encontrar um argumento persuasivo para convencer seus investidores de que sombreros serão o novo item da moda no México.

O que todas estas situações têm em comum?

Nada.

Aparentemente...

Problemas. Não importa a idade, não importa o sexo, não importa a nacionalidade, não importa a condição social. Todos estamos envolvidos em problemas. Nossa vida é, desde o nascimento, uma infinita sucessão de problemas. Nossas missões? Um meio de sobrevivência; solucioná-los.

Passamos praticamente toda a nossa vida buscando solucionar problemas. De maneira específica para acabar com o problema que nos atormenta. É uma pena que sempre venha um novo depois dele...

Analisando de maneira fria, a tarefa de um designer é também solucionar problemas. Quanto à sua natureza, os problemas podem ser de origens limitadas, uma diagramação, um estudo de cores, de iluminação, uma fotografia, uma curva, um modelo de automóvel, uma estação de trabalho...

Entretanto, são estes os problemas que solucionamos. Mas não os solucionamos de uma maneira qualquer, nós projetamos suas soluções. Nós raciocinamos, testamos, falhamos, refazemos, retestamos, até que haja sucesso em nossas empreitadas. E projetamos de tal forma que o resultado ao qual chegamos seja avaliável por terceiros e reproduzível um número infinito de vezes. É a isso que comumente chamamos de Desenho Industrial, ou Design.

Entretanto, há no Design mais um elemento que adicionado a essa equação da chamada “ciência moderna” gera freqüentes dores de cabeça aos seus profissionais e pesquisadores: criatividade.

Não raras são as vezes em que designers, arquitetos ou artistas passam pelo período conhecido como “bloqueio criativo”, em que as idéias e raciocínios parecem não ter coesão na atividade profissional e parecem sempre cair no lugar comum, uma vez que se tornaram através da sua repetição uma via de fácil e rápido acesso à solução minimamente desejada. Porém não é isso que o mercado deseja, não é isso que o profissional almeja. Embora se saiba que o caminho ainda não trilhado seja o mais difícil, muitas vezes é ele que buscaremos para alcançarmos o fim desejado.

Em parte, é disso que trata esta dissertação. Digo em parte, pois alcançar esta tal “criatividade” é um objetivo implícito, presente em cada página desta dissertação. Há mais aqui do que simplesmente a busca pela criatividade, ela é em si um meio para alcançarmos algo que se pode dizer mais nobre...

É neste ponto que entra o menino lendo mangá das primeiras linhas desta introdução. O mangá, nome dado às histórias em quadrinhos japonesas, é lido por um menino brasileiro, nascido e criado em solo “canarinho”, sem nenhuma ligação com o “Império do Sol Nascente” do outro lado do mundo. Se perguntássemos por que ele lê mangá, uma avalanche de possíveis respostas poderiam se desenhar.

A primeira é porque a política de economia globalizada atual é tão forte que possibilita a chegada de uma simples história em quadrinho que vem do outro lado do planeta para o Brasil, num projeto de expansão do mercado global, que cruza fronteiras nacionais para ampliar o alcance e o mercado da empresa editora destas histórias em quadrinhos (chamemo-las de “HQ’s” para facilitar).

A segunda seria porque o sentido de leitura japonês do mangá foi preservado, ao passo que o texto foi traduzido para o português, possibilitando a compreensão do texto, mas introduzindo novos hábitos e habilidades de leitura.

A terceira é que o mangá é uma espécie de ponte para uma outra cultura, outro tipo de pensamento e sociedade (não necessariamente a japonesa “real”), funcionando como uma divertida aula de antropologia, geografia ou história.

Uma quarta possível resposta, talvez um tanto mais pomposa, seria porque o mangá é uma forma de linguagem visual que manipula, utiliza e gerencia

simultaneamente várias formas de expressão distintas e, por outras vezes, auto-suficientes, mas que são estimuladas no mangá a trabalharem sinergeticamente para alcançar o mesmo fim, para produzir uma única mensagem. Porque possui uma sintaxe própria e dialoga ao mesmo tempo com diversas manifestações culturais japonesas, não de baixo para cima, como se inferior, mas como sua igual, seu par.

E embora todas respostas sejam válidas e, de uma maneira ou de outra, sejam tratadas nesta dissertação (especialmente a quarta), todas gravitam ao redor da quinta resposta, típica de um menino:

– Porque eu gosto!

Pode parecer que esta resposta, cientificamente falando, seja menos válida do que as outras, mas se formos completamente sinceros e respondermos a seguinte pergunta: Por que fazemos determinada coisa, vestimos determinada roupa, praticamos determinado exercício físico? A menos que seja por obrigação devido aos acidentes que a vida nos apresenta, se fôr unica e exclusivamente por uma escolha pessoal e livre, certamente a resposta, por mais bem elaborada que ela seja (ou por mais “barroca que seja uma pessoa”), sempre será um enfático:

– Porque eu gosto!

E é através dessa resposta que muita atividade humana acaba se produzindo. Porque um dia alguém tomou gosto por ela. O mesmo acontece com o mangá, o mesmo acontece com o Design.

Entretanto, de uma maneira específica, o estudo do mangá enquanto forma de comunicação gráfica, visual e narrativa pelo Design ainda é praticamente inexistente, e isso é verdadeiro quanto a outras formas de arte seqüencial em geral.

Portanto, associando esse fato ao primeiro assunto desta introdução, o da criatividade, pode-se afirmar que o Design não tem se valido do conhecimento necessário para a criação de uma HQ, ou de um mangá mais especificamente, na sua atividade criativa e projetual visual. Conhecimentos esses que são de acesso relativamente fácil, mas que são desdenhados de maneira geral pelo campo. Temos então o seguinte perfil conceitual para esta dissertação:

- **Título:** Mangá-Dô - Os Caminhos do Mangá
- **Tema:** o Mangá e as linguagens visuais, pois não estamos meramente visando disponibilizar os conhecimentos de narrativa gráfica e visual presentes no mangá, mas também relacioná-los à suas possíveis aplicações em outros meios de comunicação;
- **Objeto:** o Mangá enquanto fenômeno de linguagem e comunicação, pois não estaremos tratando nesta dissertação dos aspectos sociológicos ou históricos do mangá de forma especial, mas como apoio para o foco desta pesquisa, que é de caráter intersemiótico, dentro do âmbito da semiótica e da lingüística;
- **Problema:** a falta de estudos sobre o mangá enquanto linguagem e o conseqüente desconhecimento do seu potencial gráfico/visual sobre outros meios de comunicação. Como gerar projetos com criatividade no campo do Design de comunicação visual?
- **Hipótese:** Uma melhor e mais aprofundada compreensão de um determinado meio de comunicação oferece um maior número de instrumentos técnicos e conceituais para a operação do designer em outros meios, dos quais o mangá, aqui, é utilizado como exemplo concreto, também devido ao problema acima citado, para aplicar em um caso real a hipótese, com vias a permitir extrair regras gerais de manipulação de um meio para outro;
- **Objetivo Geral:** Proporcionar um conhecimento mais aprimorado do mangá enquanto linguagem visual para o campo de trabalho e de pesquisa do designer no Brasil.

- **Objetivo Específico:** oferecer, através do mangá, um panorama do funcionamento sinérgico das mídias visuais, explicitando sua interdependência e diálogo constante;
- **Justificativa:** a presença de grande contingente de descendentes de japoneses no Brasil, aumentando sua importância como influência sobre a constituição da sociedade brasileira, além do fato de que a edição de mangás no Brasil cresce a cada ano, sendo que hoje em dia, mais da metade do papel utilizado para a publicação de HQ's no Brasil destina-se para os mangás, que compõem também um pouco mais da metade do mercado editorial de quadrinhos brasileiro.

Como procedimento metodológico base para esta pesquisa, de modo a permanecer coerente com a cultura japonesa, estudada aqui através do próprio mangá, foi utilizado como base o livro de estratégia do famoso samurai Miyamoto Musashi, “O Livro dos Cinco Anéis”.

Em seu livro, Musashi descreve o método, ou “o Caminho”, da sua escola de esgrima japonesa “Nito Ichi Ryu”, através de uma abordagem linear, de dentro para fora, através de cinco livros, cada um simbolizando um elemento da natureza segundo a filosofia zen.

O primeiro livro, da Terra, é um livro introdutório:

O escopo geral do Caminho da Estratégia, do ponto de vista da escola Ichi, é explicado no livro da Terra. É difícil enxergar o Caminho verdadeiro somente através da esgrima. Conheça as menores e as maiores coisas, as mais superficiais e as mais profundas. Como uma trilha reta mapeada no chão, o primeiro livro é chamado de livro da Terra.¹

Da mesma forma, o primeiro capítulo desta dissertação mapeia a trilha do mangá, não focando na sua “estratégia” propriamente dita, mas o caminho por ele trilhado, desde suas origens nas artes japonesas, as influências estrangeiras, seu lugar atual na sociedade japonesa, até sua chegada ao ocidente.

O segundo livro é o da Água:

¹MUSASHI, M., *O livro dos cinco anéis*, p. 49.

Tendo a água como base, o espírito se torna como ela. A água adota a forma do receptáculo; às vezes é um fiapo e outras um mar revolto. A água tem uma cor azul-clara. Através da claridade, o livro da Água mostra os ensinamentos da escola Ichi.²

Semelhantemente, o segundo capítulo mostra o mangá internamente, independente de seu receptáculo, como são suas regras de sintaxe, o seqüenciamento de imagens, os códigos simultâneos inerentes à narrativa visual do mangá e como o mangá funciona enquanto meio de comunicação visual, como “linguagem”.

O terceiro é do Fogo:

É um livro sobre luta. O espírito do fogo é feroz, tanto o fogo pequeno como o grande (...) A essência do livro do Fogo é que você treine dia e noite para tomar decisões rápidas. Em estratégia, é necessário encarar o treinamento como parte da vida normal com seu espírito imutável. Por isso, as técnicas de combate são descritas no livro do Fogo.³

Assim é também o terceiro capítulo. Aqui veremos como os funcionamentos internos do mangá, lutam, interagem com outros meios de comunicação no Japão, como a televisão e os jogos eletrônicos e o cinema e como essa interação quase que diária preparou desde anteriormente o mangá para ser uma ferramenta intermidiática e multimidiática.

O quarto livro é o do Vento:

Em quarto lugar vem o livro do Vento. Esse livro não diz respeito à minha escola Ichi, mas a outras escolas de estratégia. Quando digo “vento”, refiro-me a tradições antigas ou atuais e a tradições familiares de estratégia. Assim explico claramente as estratégias do mundo. Isso é a tradição. É difícil você conhecer a si próprio se não conhecer os outros. Para todos os Caminhos há interseções (...) No livro do Vento, explico o significado de estratégia segundo os princípios de outras escolas.⁴

Este é o quarto capítulo, onde vemos como o mangá reage e é apropriado por outras culturas em outros meios, a saber, o cinema norte-americano e como a cultura brasileira tem utilizado o mangá, modificando as concepções sintáticas

² Idem.

³ Ibidem.

⁴ Ibidem.

tradicionais dos meios onde é incorporado e ganhando aos poucos posição de destaque na história da mídia no ocidente.

Finalmente, o quinto livro, o do Vazio é o que diz respeito de maneira sucinta à conclusão desta dissertação:

Uso o termo “vazio” para definir aquilo que não tem começo nem fim. Atingir esse princípio significa não atender o princípio. O Caminho da Estratégia é o Caminho da natureza. Quando você aprecia o poder da natureza, conhecendo o ritmo de qualquer situação, será capaz de atacar e derrubar o inimigo naturalmente. Tudo isso é o Caminho do Vazio.⁵

Na conclusão finalmente olharemos para o que se passou nesta dissertação e para o futuro, buscando mais claramente encontrar um lugar para o mangá no estudo e na prática do Design no Brasil, compreendendo não apenas como o mangá, mas como qualquer meio ou linguagem pode ser utilizada para vencer os desafios da criatividade, do mercado e assim , também, descobrindo mais profundamente a maneira como nós organizamos nossa realidade, nossos pensamentos e como funcionam as coisas que nós mesmos criamos, não no sentido funcionalista, mas num sentido lógico, interno à mente humana.

Internamente, a cada capítulo, a partir do segundo, viabilizaremos a apreensão do conhecimento sobre o mangá e seus assuntos afins como já citados através de análises gráficas, semióticas e lingüísticas, procurando entender a lógica simbólica de funcionamento das estruturas do mangá.

Paradoxalmente, esta pesquisa não se destina a exaltar o mangá: atitude um tanto antiacadêmica e anticientífica em minha opinião – embora certamente não haja como não exprimir juízo de valor sobre qualquer coisa. Dito isto declaro meu amor pelo mangá e pelas artes seqüenciais de um modo geral, e há de se admitir que, em termos de linguagem, sintaxe e técnica (e não falamos aqui em mensagem retórica ou ideologias subliminares), algumas delas chegaram a soluções bem sofisticadas. Entretanto bem ciente estou, e espero exprimir isto nessas páginas, de suas limitações enquanto cultura de massa, meramente em sua grande maioria, apresentando um eco cacófono de valores e conceitos estereotipados pelo grande público.

⁵ Ibidem.

Quadrinhos não vão mudar o mundo. Embora, como disse, possuam hoje a possibilidade de uma sofisticação literária, narrativa e visual para fazer seus leitores pensarem, (com os mesmos recursos que utilizam para anestesiar mentes ociosas) tanto quanto obras literárias e obras de arte cujo valor dito superior já vem sendo atestado há gerações.

Na realidade, vejo o mangá, assim como qualquer manifestação intelectual humana, como um “ato falho”, ou seja como a manifestação e reprodução até certo ponto involuntária, de estruturas lingüísticas interiores e que, justamente por serem até certo ponto involuntárias, demonstram uma fonte relativamente pura (se é que há algo ainda puro e incontaminado pelo “resto” no mundo de hoje...) para o estudo de como o ser humano pensa, raciocina e, conseqüentemente, se comunica, como vemos o nosso mundo intermediados não somente pela linguagem simbólica, mas pela nossa língua.

E por isso o mangá tem sido um objeto tão acertado. Pois diferentemente dos quadrinhos no ocidente, o mangá não é considerado um “irmão menor” de outros movimentos considerados mais nobres, copiando por imitação um tanto acefálica suas características, mas como seu herdeiro, digno de tanta nobreza quanto seus predecessores, seu par, podendo ser considerado o mais próximo do que poderia se obter atualmente (obviamente teremos que desconsiderar um tanto do mangá moderno, que existe graças à infecção pelos quadrinhos americanos até meados do século passado, outro sinal dos nossos tempos...) de uma manifestação lógico-lingüística nas artes visuais, através da imagem pictórica.

Dessa forma, o estudo do mangá ou mesmo da interação das mídias, ou mesmo da aplicação do mangá na atividade do designer, ou mesmo da utilização de linguagens para estimular a criatividade, não são fins em si mesmos, mas meios para se descobrir, mais profundamente, as maneiras como criamos, social e individualmente, nossos mundos, através de nossas linguagens, nossos pensamentos e como nossos códigos e atividades, por mais díspares que sejam, encontram em nossas mentes um lugar comum, onde “tudo” é “tudo” e “nada” ao mesmo tempo e o “nada” pode ser o que quisermos.

Então a doce avó poderá compreender que seu bolo vai ficar ainda mais gostoso para seus netos se fôr acompanhado das histórias malucas que eles lêem naqueles gibis igualmente malucos. O cientista pode revolucionar a indústria química por que lembrara das receitas dos bolos de sua avó. A executiva poderá

dizer para seus investidores que os sombreros são o combustível para a alma do México e o menino...

Bom, o menino continua lendo seu mangá, enquanto sente o cheiro de um delicioso bolo de chocolate vindo da cozinha, pensando que um dia foguetes nos levarão para Marte e agradecendo a Deus por haver sombreros no México.

Quem sabe?...

Suki no Dankai...