



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO - CCE**

Campus Ministro Petrônio Portella
Bairro Ininga - Teresina, Piauí. CEP: 64049-550

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

Frank Yury de Pontes Pinheiro

**PODCAST E A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA:
mercado da informação, especulação narrativa e gênero jornalístico
em One Piece**

Teresina
2025

FRANK YURY DE PONTES PINHEIRO

**PODCAST E A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA:
mercado da informação, especulação narrativa e gênero jornalístico
em One Piece**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCom) da Universidade Federal do Piauí, requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Processos e Práticas Comunicacionais.

Orientador: Paulo Fernando de Carvalho Lopes

Teresina
2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Educação
Serviço de Representação da Informação

P654p Pinheiro, Frank Yury de Pontes

Podcast e a narrativa transmidiática : mercado da informação, especulação narrativa e gênero jornalístico em One Piece / Frank Yury de Pontes Pinheiro. – 2025.

155 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Teresina, 2025.

“Orientador: Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes.”

1. Jornalismo. 2. Podcast. 3. Transmídia. 4. Mercado jornalístico. I. Lopes, Paulo Fernando de Carvalho. II. Título.

CDD 070.4

FRANK YURY DE PONTES PINHEIRO

**PODCAST E A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA: MERCADO DA INFORMAÇÃO, ESPECULAÇÃO
NARRATIVA E GÊNERO JORNALÍSTICO EM ONE PIECE**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em Comunicação



Documento assinado digitalmente

PAULO FERNANDO DE CARVALHO LOPES

Data: 29/04/2025 11:03:59-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

PROF. DR. PAULO FERNANDO DE CARVALHO LOPES

Presidente

Documento assinado digitalmente



DARIO DE SOUZA MESQUITA JÚNIOR

Data: 29/04/2025 11:41:33-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

PROF. DR. DARIO DE SOUZA MESQUITA JÚNIOR

Examinador

Documento assinado digitalmente



ANA REGINA BARROS REGO LEAL

Data: 27/05/2025 11:27:41-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

PROFA. DRA. ANA REGINA BARROS REGO LEAL

Examinadora

DEDICATÓRIA

Agradeço e dedico este trabalho a Deus, meus pais, ao amor da minha vida, meus amigos, professores e a todos que me ajudaram ao longo dessa incrível jornada.

RESUMO

O trabalho visa examinar o KATON Podcast tomando por base episódios de "One Piece" que constroem uma prática transmidiática. Busca-se identificar elementos que comprovam como o processo transmidiático chega ao podcast a partir de uma estrutura midiática que se baseia em aspectos do gênero jornalístico. Isto é, entender onde se encontram os comentários, especulações e outros aspectos presentes no ambiente digital. Além disso, a partir da exploração acerca da influência da internet e da dinâmica das plataformas midiáticas na produção cultural, em observância a aspectos convergentes entre o ecossistema digital disponível e os meios e formatos utilizados para distribuir tais produtos midiáticos, no caso o podcast, o trabalho busca compreender o funcionamento do mercado da informação, considerando novos profissionais, influenciadores digitais e criadores de conteúdo e suas disputas por espaço e seguidores, em contraste ao mercado jornalístico tradicional, ou seja, mesmo que sustente uma atuação no formato jornalístico, a prática é outra. Assim, é importante destacar como esse novo mercado, através da distribuição e circulação de conteúdo informativo e especulativo, consolida-se. Vale destacar que o trabalho busca entender como a produção se configura e se dirige ao público, como são articuladas as informações com objetivo de alimentar o universo midiático com informações travestidas em formato jornalístico, mas terminam sendo mais especulações acerca dos elementos narrativos desse produto cultural. Autores como Reichmann, são acionados a fim de elucidar tópicos importantes sobre narrativa transmidiática, Marques de Melo, Soster, Filho, Seixas, por sua vez, apresentam uma perspectiva clara sobre o gênero jornalístico. Além disso, a categorização do podcasting pode ser percebida pelos conceitos apresentados por Júnior acerca de podcasting e autores como Benjamin, Adorno, Bolaño, Soares e Minhoto, envolvem a economia política da comunicação sob uma perspectiva crítica às práticas sociais, a fim de preencher lacunas a respeito de seu desempenho e finalidade, e auxiliando a conjectura sobre novos olhares e diálogos sobre a temática abordada.

Palavras-chave: Podcast; Jornalismo; Mercado; Transmídia; One Piece.

ABSTRACT

The study aims to examine the KATON Podcast by analyzing One Piece episodes that construct a transmedia practice. It seeks to identify elements that demonstrate how the transmedia process reaches the podcast through a media structure based on aspects of the journalistic genre. That is, to understand where comments, speculations, and other aspects present in the digital environment are located. Furthermore, by exploring the influence of the internet and the dynamics of new media on cultural production—while observing convergent aspects between the available digital universe and the means and formats used to distribute such media products (in this case, the podcast)—the study seeks to understand the functioning of the information market, considering new professionals, digital influencers, and content creators and their struggles for space and followers, in contrast to the traditional journalistic market. In other words, even if it sustains a journalistic format in performance, the practice is different. Thus, it is important to highlight how this new market consolidates itself through the distribution and circulation of informative and speculative content. It is worth noting that the study seeks to understand how the production is structured and directed at the audience, how information is articulated with the aim of feeding the media universe with information disguised in a journalistic format, but ultimately ends up being more speculation about the narrative elements of this cultural product. Authors such as Reichmann are referenced to elucidate important topics on transmedia narrative, while Marques de Melo, Soster, Filho, and Seixas provide a clear perspective on the journalistic genre. Beyond that, the categorization of podcasting can be understood through the concepts presented by Júnior regarding podcasting, and authors such as Benjamin, Adorno, Bolaño, Soares, and Minhoto engage with the political economy of communication from a critical perspective on social practices, filling gaps regarding its performance and purpose, and aiding in conjectures about new perspectives and dialogues on the addressed theme.

Keywords: Podcast; Journalism; Market; Transmedia; One Piece.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Crescimento de vendas (2002-2022).....	38
Tabela 2 - Características dos fait divers.....	44
Tabela 3 - Mapeamento de extensões transmídia de One Piece.....	80
Tabela 4 - Lista das Super sagas, sagas e arcos de One Piece.....	84
Tabela 5 – Descrição dos episódios analisados do KATON Podcast.....	108
Tabela 6 – Nuvem de palavras KATON Podcast 4#.....	119
Tabela 7 – Classificação de temáticas do KATON Podcast.....	120
Tabela 8 - Análise Fatorial de Correspondência (AFC).....	122
Tabela 9 – AFC dos episódios do KATON Podcast.....	123
Tabela 10 – Nuvem de palavra dos oito episódios do KATON Podcast.....	125

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Godzilla.....	29
Figura 2 – Empresas Japonesas.....	30
Figura 3 – Eiichiro Oda.....	31
Figura 4 – A Grande Onda de Kanagawa.....	32
Figura 5 – Osamu Tezuka.....	33
Figura 6 – Akira Toriyama.....	34
Figura 7 – Programas infantis.....	35
Figura 8 – Yu Yu Hakusho.....	36
Figura 9 – KATON Podcast.....	59
Figura 10 – Monkey D. Luffy.....	76
Figura 11 – Gol D. Roger.....	77
Figura 12 – Akumas no Mi (Frutas do Diabo).....	78
Figura 13 – Capa do One-Shot Wanted!.....	79
Figura 14 – Roronoa Zoro.....	83
Figura 15 – Baratie.....	89
Figura 16 – Mapa de One Piece.....	90
Figura 17 – Sanji e Zeff após naufrágio.....	91
Figura 18 – Tony Tony Chopper.....	92
Figura 19 – Road Poneglyph.....	94
Figura 20 – Gorouseis.....	95
Figura 21 – Trono Vazio.....	96
Figura 22 – Evandro Fuzari - MangaQ.....	106
Figura 23 – Bartholomew Kuma.....	107
Figura 24 – Tenryuubito San Carlos.....	116
Figura 25 – Morgan “Big News”.....	117
Figura 26 – História de Capa.....	126
Figura 27 – One Piece.....	127
Figura 28 – Shiki, o Leão-Dourado.....	128

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. PRODUTOS CULTURAIS.....	18
2.1. Indústrias Culturais e Cenário Digital.....	21
2.2. Indústria cultural japonesa - “Cool Japan”.....	26
2.3. Popularização dos animes no Brasil.....	31
3. JORNALISMO.....	40
3.1. Preceitos do Jornalismo.....	40
3.2. Fait divers.....	43
3.3. Mercado Da Informação Vs. Mercado Da Mídia.....	47
3.4. O Jornalismo no Rádio e no Podcasting.....	48
4. PODCASTING.....	52
4.1. Gêneros Radiofônicos e Podcasting.....	55
4.2. Podcasting e prática transmídia.....	58
4.3. Podcast.....	61
4.4. Categorias.....	63
4.5. Podcasts na Era da Informação.....	64
5. PRÁTICA TRANSMIDIÁTICA.....	68
5.1. Definição.....	71
5.2. Categorização.....	73
5.3. O universo expandido de One Piece.....	76
5.4. A canonicidade da obra One Piece.....	97
5.5. Especulação narrativa.....	100
6. DISCUSSÕES E RESULTADOS SOBRE O KATON PODCAST.....	105
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	133
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	138
9. GLOSSÁRIO.....	146

1. INTRODUÇÃO

Quando se pensa nos parâmetros identificados ao jornalismo, dificilmente conseguimos encaixar novos produtos culturais presentes atualmente, através do mundo digital, mesmo identificando-os como produtos que se apropriam do gênero jornalístico. A fim de verificar como esses produtos se consolidam nesse espaço a partir de conteúdos provenientes das indústrias culturais japonesas, seja através de doramas, mangás e animes, faz-se perceber a necessidade de identificar quais limites e barreiras são ultrapassadas a fim de difundir esse segmento.

Através dos *podcasts*, produtos secundários da obra que se tornou o ponto de partida e de interesse para essa discussão, pode-se perceber movimentos que fomentam e captam públicos interessados pelas perspectivas apresentadas e pelo gênero desses espaços, frutos de um eco ressonante através das páginas de mangás e produtos dessas narrativas, seja através de elementos complementares ou que se apropriam desses agentes culturais, como é possível observar no canal *KATON Podcast*¹.

Os produtos culturais derivados dessas diversas vozes, isto é os episódios dos *podcasts* em que abordam a prática transmidiática de *One Piece*², são produzidos a partir desses interlocutores com elementos presentes na indústria do entretenimento, e surgem a partir de uma perspectiva quanto a implementação das técnicas e dispositivos quando colocados frente ao que se configura o podcast. Isto é, são caracterizados como semelhantes e integrados a esse mercado ou devem ser percebidos como um novo segmento alheio ao campo midiático? Como uma nova categoria de trabalhadores informais, desvinculados de uma prática jornalística, transitando entre as diferentes plataformas digitais e utilizando-se do podcast como alternativa para o formato atribuído ao *videocast*³? O intuito deste trabalho não é confrontar as perspectivas presentes no segmento jornalístico, mas buscar compreender esses movimentos que surgem e se apropriam de elementos desse campo de conhecimento para criar um ambiente propício a novos regimes de afeto, como nas narrativas e universos transmidiáticos, presentes na cultura *Pop*, e mesmo com público cativo não massificado, mas que deriva de uma oferta nichada a um

¹ Programa disponibilizado no YouTube e Spotify direcionado a um público interessado por conteúdos ligados ao universo popular dos animes e mangás.

² Obra ficcional japonesa transmidiática, inicialmente produzida para formato mangá e anime em 1997 e 1999, respectivamente.

³ vide glossário.

público interessado pela obra e gênero em que se propõe neste trabalho. As discussões dos episódios, referentes a obra ficcional, servirá de guia para essa jornada, apresentando a sua relevância perante outras obras do mesmo gênero. *One Piece* conta com mais de 25 anos de serialização e faz parte de um gênero popularmente conhecido como *Shonen*⁴. Através da disponibilidade dos diversos conteúdos através das plataformas digitais, que conforme a definição de textos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) são redes orquestradas por um controlador, em que pode ser uma empresa ou qualquer outra organização, a exemplo do Estado ou da comunidade acadêmica, como *Netflix*⁵, *Crunchyroll*⁶, *Prime video*⁷, entre outros serviços de *streaming*⁸, tanto a obra quanto o processo de multiplicação a partir do sistema de mídia mix apresentado por Steinberg (2012), abre espaço para verificar o que pode ser apreciado como um novo segmento mercadológico, com novas tendências fora do escopo tradicional a que está inserido o mercado da notícia, um segmento em que se vislumbra a circulação da informação mediante um mercado especulativo, acerca das discussões sobre essa obra e outros produtos do gênero *Shonen*, e são direcionadas ao entretenimento, e que será abordado mais à frente.

Entre os gêneros narrativos oriundos da indústria cultural japonesa, o *shonen* (ou *shōnen*) se destaca não apenas por sua popularidade, mas também por sua complexidade enquanto categoria editorial e cultural. Direcionado originalmente ao público masculino adolescente, o *shonen* configura um recorte demográfico que orienta a produção de mangás e animes com base em expectativas de consumo específicas. Publicado majoritariamente em revistas como a *Weekly Shonen Jump*, esse tipo de narrativa mobiliza temas recorrentes como amizade, superação, rivalidade e amadurecimento, muitas vezes estruturados em jornadas heroicas e conflitos progressivos. Contudo, embora ancorado em um público-alvo delimitado por idade e gênero, o *shonen* ultrapassa as fronteiras desse enquadramento, expandindo seu alcance a diferentes faixas etárias, gêneros e culturas. A circulação global dessas obras, especialmente por meio do ecossistema digital e práticas

⁴ vide glossário.

⁵ Serviço de streaming por assinatura que permite assistir a filmes e séries online.

⁶ Plataforma de streaming de vídeo que transmite animes, mangás, doramas e outros conteúdos audiovisuais da Ásia.

⁷ Serviço de streaming de vídeo sob demanda da Amazon. Ele oferece uma grande variedade de filmes, séries, programas de TV, músicas, e-books e muito mais.

⁸ vide glossário.

transmidiáticas, revela a maleabilidade do recorte demográfico e a capacidade dessas narrativas de se reinventarem em distintos contextos socioculturais. Assim, investigar produtos narrativos vinculados ao *shonen* permite compreender dinâmicas mais amplas de mediação simbólica, consumo cultural e construção de sentido no universo contemporâneo da cultura midiática.

No capítulo um, mostrou-se necessário abordar o contexto e diferenças apresentadas por diferentes autores e escolas de pensamento como a escola inglesa acerca dos produtos culturais e sobre a noção de Indústrias culturais abordada por ela, um vetor imprescindível para as transformações sociais, moldando-se através do tempo à noção atual acerca desse aspecto em nossa sociedade. Atualmente, também se transforma a própria relação do ser humano com os movimentos ocasionados pela imersão em um cenário digital e a consolidação da internet na contemporaneidade. E que se torna uma das maiores fontes de renda para o público e empresas, tanto no quesito comunicacional presente nesse segmento como também na relação intermedial, prestação de serviços entre outras modalidades e infinidades de negócio rentabilizados a partir do mundo digital. Esse novo segmento garante o sustento de muitos usuários, conhecidos nas redes sociais, através do cunho de “influencers digitais” ou “produtores de conteúdo”.

Outro aspecto relevante investigado neste estudo é como a internet e as plataformas digitais afetam a dinâmica do mercado da informação, além de entender como novas categorias profissionais, dos influenciadores digitais e produtores de conteúdo das múltiplas plataformas, competem por audiência com empresas independentes e conglomerados midiáticos. Em busca de conceituar aspectos importantes sobre a influência dos meios para a consolidação de um poder brando e como essas interações constroem um novo segmento mercadológico que não está preocupado em atender as demandas do cotidiano, ligadas diretamente a conteúdos factuais ou próximos a esse espectro, mas está preocupado em propagar especulações acerca de conteúdos ficcionais presentes no imaginário coletivo das sociedades contemporâneas. Esses produtos são distribuídos por meio de plataformas digitais, e garantem a receita desses novos segmentos, a partir de sua

implementação em plataformas digitais de grande repercussão como as grandes empresas do mercado global: *YouTube*⁹; *Spotify*¹⁰; *Deezer*¹¹; *TikTok*¹², etc.

Silveira (2004) faz um alerta sobre a importância de se investigar esses novos perfis da mídia, em busca de soluções a questões que refletem nas transformações impostas aos padrões da mídia do século XX, e agora sofrem contínua mudança na contemporaneidade, o que torna necessário a investigação de “como e se a internet se encaixa no perfil da mídia que é objeto de estudo daquelas teorias da comunicação”. (Silveira, 2004, p. 44)

A partir do capítulo dois é abordado as perspectivas presentes no jornalismo e sobre o gênero jornalístico como uma prática em constante diálogo com as transformações da sociedade e dos meios de comunicação. Tal compreensão é fundamental para verificar qual o seu papel e sua adaptação a esses novos cenários digitais. Vale salientar que a ascensão da internet, das redes sociais e dos *podcasts* reconfiguram não apenas como consumimos informações, mas também como enxergamos essas informações produzidas e transmitidas, que podem representar uma disputa por afeto entre esses novos produtos do entretenimento ou do jornalismo, por exemplo. A existência desse segmento não entra em conflito ou ameaça os interesses dos mercados da notícia, que estão interessados na relevância nacional, no furo de reportagem, nas últimas notícias ou até mesmo em um evento de grande cobertura, como as grandes premiações, etc.

Os mundos ficcionais se manifestam e são ativamente discutidos através das plataformas disponíveis e se revelam como um conjunto complexo, amalgamando elementos discursivos estruturados conforme o interesse do público sobre determinada temática ou obra. A circulação dessas informações presente tanto no programa em questão, como também, na prática transmidiática, cria um movimento de expectativa e desencontros que se mostra um campo de interesse para entender esse segmento. É importante destacar que a sua presença em meios midiáticos ligados diretamente ao campo jornalístico não pode ser verificada, como a presença de programas voltados ao universo dos animes em rádios universitárias, portanto, optou-se pela investigação do podcast no cenário digital.

⁹ Plataforma online que permite aos usuários assistir, criar e compartilhar vídeos. É a plataforma de vídeos mais popular do mundo.

¹⁰ Serviço de streaming de música, podcasts e vídeos que permite aos utilizadores aceder a milhões de conteúdos de criadores de todo o mundo.

¹¹ É um serviço de streaming musical que permite ouvir músicas, podcasts, rádios e criar playlists.

¹² Rede social que permite criar, compartilhar e descobrir vídeos curtos.

A partir do terceiro capítulo, será abordado as perspectivas sobre o *podcasting* e como são empregadas essas estruturas convencionais midiáticas, no sentido técnico e operacional desse segmento, além de seus diversos elementos conforme as necessidades para sua produção, como os mediadores (interlocutores) do programa, os entrevistados convidados, o roteiro de perguntas, as respostas dos convidados, além da utilização de equipamentos e de técnicas necessárias para uma captação de qualidade desse material informacional e circulação dessas informações. O conteúdo bruto, capturado pelos dispositivos, são transmitidos através da plataforma em que o programa está inserido em duas modalidades distintas. Inicialmente, a transmissão é realizada ao vivo, através da plataforma. Após a conclusão do episódio é distribuído através do próprio canal e perfil nesta plataforma em questão, o mesmo conteúdo em formato de gravação. E em um último momento, essa distribuição é segmentada em diferentes conteúdos, também chamados de cortes, além de outros suportes como canais secundários para distribuição dos cortes, e nos canais principais dos entrevistados e mediadores, o que proporciona, através dessas diversas frentes de atuação, um maior alcance do conteúdo a diferentes públicos e comunidades virtuais. Além disso, essa visibilidade permite observar o impacto gerado através desse conteúdo e sua influência sobre os atores desse nicho informacional, em especial a especulação presente nos discursos ficcionais e prospecções do programa. Mark Wolf, ao dissertar sobre mundos primários e secundários, delinea como diferentes narrativas utilizam esses universos para conectar ou distanciar-se da realidade do público, o que ocasiona em uma aproximação do público e identificação com esses conteúdos paralelos e às vezes até contrastantes ao produto cultural em questão. Isto é, como a relação dos discursos ficcionais está presente nas discussões do programa e como estão relacionadas ao seu aspecto informacional neste mercado criativo.

No capítulo quatro será explorado as concepções acerca de como os *podcasts* surgiram e se desenvolveram como uma forma de comunicação, a fim de esclarecer como a evolução tecnológica e como esses elementos permitiram o surgimento de novos formatos e segmentos mercadológicos. Além disso, também foi necessário fundamentar e contextualizar os avanços e mudanças ao longo dos anos. As propriedades de áudio e vídeo presentes nos produtos culturais transmitem ao público as projeções e conjecturas narrativas dos interlocutores sobre pontos de

interesse, ou um aspecto indefinido e indeterminado da obra, que dão o aporte necessário para a existência desse nicho, como é possível perceber a partir dos episódios analisados neste trabalho.

O capítulo cinco deste trabalho busca compreender a produção de sentido e o mercado da especulação narrativa do universo transmidiático e como a circulação dos elementos que envolvem esse segmento se apresentam a partir desse produto cultural ficcional, o canal *KATON Podcast*, e foram selecionadas a partir das discussões sobre a obra *One Piece*, uma prática transmidiática que está presente em diversos formatos tanto mangá, anime, jogos, novel, como também filmes, séries, etc. E é considerado um dos grandes produtos culturais do gênero.

Ao longo de mais de duas décadas, *One Piece* é apresentado tanto no formato mangá quanto na animação japonesa conhecida como anime, e oferece um vasto terreno para desvendar e experimentar as complexidades entre os diversos aspectos temporariamente confidenciais ou que não foram explicados pelo autor desse mundo ficcional. No caso de *One Piece*, a narrativa desenrola-se durante mais de 1120 capítulos no mangá e mais de 1110 episódios no anime. O gigantesco acervo de informações concernentes a essa obra garante o terreno necessário para a implementação de um mercado informacional, como pode ser observado através do *KATON Podcast*.

A perspectiva de narrativa transmidiática, apresentada por Henry Jenkins e atualizada por Reichmann, permite compreender como essa obra se expande por diversas plataformas midiáticas, enriquecendo e ampliando o universo ficcional de obras como o recorte analisado neste trabalho, *One Piece*. Essa expansão não apenas influencia a percepção do público sobre a obra, mas também ressalta a complexidade das relações entre os produtos culturais desse universo como também derivados dele, além da construção de seus significados. Isto é, como essas estratégias utilizadas para a produção dos *podcasts*, e divisão dos conteúdos e discussões acerca desse produto cultural, a partir da prática transmidiática e ficcional da obra *One Piece*, podem ser percebidos no mundo digital.

Alguns dos temas ligados ao universo transmidiático de *One Piece*, são captados pelos mediadores do programa e convidados sobre aspectos de grande especulação acerca da obra, além dos rastros narrativos presentes. Assim, esses elementos se desdobram em múltiplas possibilidades que ora podem ser percebidos

com o desenvolvimento do enredo, ora são totalmente equívocos quanto ao andamento dessa narrativa. A imprecisão é um fator importante na percepção das discussões como um caráter especulativo, e que se distancia do que comumente é percebido no campo jornalístico. E mesmo com tal imprecisão são considerados como elementos que buscam se aproximar de um comprometimento de canonicidade¹³ do conteúdo produzido em sua mídia de origem, o mangá de *One Piece*. A narrativa transmidiática e o desprendimento do conteúdo original, como as mídias que englobam a prática transmídia da obra produzida, como animes e jogos eletrônicos, também abrem margem para o desenvolvimento das especulações narrativas observadas nos episódios selecionados para a análise e que serão abordadas em outro momento deste trabalho.

Ao se debruçar sobre o universo dessa obra, o *KATON* torna-se um território fértil para explorar a relação entre os discursos ficcionais, os elementos narrativos, os símbolos e o enredo que se constrói na obra, a fim de buscar uma resposta acerca de como se desvela esse modelo de negócio e como reivindicam espaço direcionando seu conteúdo ficcional e interagindo em espaços pertinentes ao mercado da informação, em âmbito digital. Conforme análise verificada no site Social Blade¹⁴ (2025), o *KATON Podcast* apresenta um alcance significativo no YouTube com cerca de 3,9 milhões de visualizações nos últimos 14 dias, conforme dados obtidos em março de 2025, esse alcance representa cerca de 5,7 mil reais a 92 mil reais em ganhos mensais estimados. Essa variação reflete a natureza oscilante da monetização através das plataformas digitais neste segmento, além de depender de fatores como taxa de cliques em anúncios e engajamento do público. Quando projetados esses valores a um rendimento anual, os valores oscilam entre 149 mil reais a 2,4 milhões de reais, o que evidencia a viabilidade econômica desse modelo de conteúdo especulativo, ainda que distante da estabilidade dos profissionais no regime tradicional. É relevante destacar que tais estimativas não incluem outras fontes de receita, a métrica da plataforma *Spotify* e *TikTok*, por exemplo, que não estão disponíveis seus valores monetários ao público, ou até mesmo os valores relativos a parcerias comerciais, e doações dos fãs, comum em podcasts de nicho. Em comparação, a receita anual do podcast (até R\$ 2,4 milhões) supera em 56 vezes a média salarial de jornalistas paulistas (FENAJ, 2024),

¹³ Característica ou qualidade do que é canônico; legitimidade, veracidade. Dicionário Oxford.

¹⁴ Site que fornece métricas e médias de monetização de plataformas digitais como o YouTube.

reforçando a viabilidade econômica do modelo. Contudo, a hipótese de que essa prática ameaçaria o jornalismo tradicional não se sustenta. Os dados mostram que ambos segmentos estão e fazem parte de mercados distintos. O jornalismo experimenta a factualidade e os furos de reportagem, enquanto o mercado informacional está atrelado à prospecção dos acontecimentos fictícios. Tal conjuntura aponta a economia da atenção como um segmento ramificado, como será discutido mais à frente.

Em busca de desvelar aspectos ligados à obra e sua relação com as indústrias culturais, seja por meio de produtos midiáticos ou informacionais, e até mesmo derivados dele, como o caso do *KATON Podcast*, uma prática independente ao produto cultural japonês, foi necessário identificar uma metodologia para o objeto de estudo. A priori, o interesse pela obra e meu olhar como entusiasta, que acompanha há mais de 10 anos a obra e minha grande admiração, foi um critério importante para a estratégia utilizada, visto que acompanho e consumo tais formatos e produtos relacionado a esse universo ficcional.

A partir dos estudos provenientes do campo da comunicação e linguagens, pode-se observar a pesquisa netnográfica como um caminho viável para sua aplicação ao projeto em questão. Autores como Ferro (2015) destacam a aplicação de tais estratégias como um modelo viável para a pesquisa. Sua aplicação garante certas vantagens quando se destaca o ambiente de multiplataformas.

[...] o observador tem a vantagem da transcrição das entrevistas e interações, não dependendo integralmente de sua memória. Outra vantagem da netnografia é o fato de que o pesquisador passa pela fase da coleta de dados de maneira muito mais confortável, haja vista que, sua vivência está associada às redes sociais, wikis, blogs e outras plataformas interacionais da rede, diferentemente da etnografia que, dependendo da situação, pode sugerir, até mesmo, práticas de higiene duvidosa, colocando em risco a saúde do observador (Ferro, 2015, p.4)

A apuração dos episódios do *podcast*, através da transliteração dos episódios, foi recolhida e revisada para a criação de mapas mentais, nuvem de palavras, entre outros aspectos, em um escopo quantitativo acerca dos discursos e linguagem utilizadas. O *software* utilizado para essas análises foi o *Iramuteq*, a partir da coleta das legendas dos episódios concernentes à temática deste trabalho, que foram escolhidos a partir de sua relação direta com o conteúdo ficcional do universo transmidiático de *One Piece*.

Em um segundo momento, seguindo a metodologia netnográfica, a partir da coleta e análise desses dados quantitativos, averiguou-se como se apresentam às

práticas transmídias, especulações narrativas, o mercado informacional, e suas particularidades, oferecendo subsídios para novas investigações posteriores sobre essa temática.

O acompanhamento da práxis jornalística, como eixo de diferenciação entre os dois segmentos, assim como a construção de sentido no contexto do *podcast* KATON, foi realizado por meio da análise crítica, à luz de sua influência por meio da linguagem, poder e mudanças sociais e culturais observadas. Buscou-se aplicar a netnografia a fim de verificar a narrativa observada, interpretada, construída e variada, se estabelece nos episódios do programa. Como essas novas interações e espaços são ocupados em detrimento de um poder “velado”, invisível, que perpassa todo o cenário global. Ou seja, um poder presente através dos produtos que são consumidos, a vestimenta, a música, a arte, e toda uma efervescência cultural que emerge dos mais remotos lugares aos mais próximos. As representações percebidas são numerosas. Imagine diversos cenários e a relação dicotômica com a cultura tradicional daquele lugar, como a culinária japonesa no Brasil, ou a brasileira no Japão. Seja pela troca e relação entre essas culturas através do tempo e da memória que se combinam e se transformam em ícones da cultura mundial ou através de uma imposição de mercado e de um novo produto ofertado pelos grandes conglomerados empresariais. Isso não é de hoje, pode-se observar que tal variabilidade é presente em diversas segmentações que estão interconectadas a cultura. Por exemplo, obras como as de *Da Vinci*, e *Michelangelo*, entre outros pintores, pode-se verificar a sua presença na memória de pessoas ao redor de todo o globo, ou mesmo de artistas como *Beyoncé*, *BTS* é possível identificar essa sua ruptura de um produto local para uma popularidade enorme. E seu sucesso, traz consigo um mercado imenso a ser explorado, como força motriz de uma cadeia de consumo. Adesivos, filmes, shows, entre outros. Esses produtos criativos apropriados pelas indústrias culturais se tornam um objeto de interesse a ser investigado pela sua natureza dúbia e o impacto gerado a partir disso.

Conclui-se que compreender a complexidade dos discursos presentes no KATON sobre a obra *One Piece*, utilizando o estudo como lente teórica foi importante para se compreender a dicotomia entre o mercado da informação e da mídia, ficção e jornalismo, além da interação entre esses novos mercados informacionais e sociedade contemporânea que se conectam e inter relacionam.

2. PRODUTOS CULTURAIS

As indústrias culturais, ao passar dos anos, modificam-se e se consolidam em diversos cenários da esfera pública e privada. Tal fenômeno abordado por diversos autores e escolas, como a francesa, a alemã, a inglesa, que apresentam a cultura e sua relação como noções impostas através do sistema capitalista, ou da própria vivência, das experiências adquiridas, além de sua utilização para consolidação de um processo sistêmico e hegemônico no cenário global.

A concepção do termo produtos culturais passou por importantes reformulações ao longo do século XX. Em contraponto à abordagem crítica da Escola de Frankfurt, em que a indústria cultural era observada como um mecanismo de padronização e alienação das massas, a Escola Inglesa ofereceu uma nova perspectiva para a leitura de tal fenômeno, em que os produtos culturais são percebidos em uma arena de disputa simbólica, onde significados são construídos, negociados e, muitas vezes, ressignificados pelos próprios públicos (Hall, 2003, p. 101).

Autores como Raymond Williams (2003, p. 17) destacam que a cultura pode ser observada como “um modo de vida — e deve ser estudada como a produção contínua de significados e práticas, nas quais os grupos sociais constroem e negociam sua realidade”. Tal concepção pode ser observada em fenômenos contemporâneos como o caso do KATON Podcast, que opera sobre o universo transmidiático de *One Piece*, e que ao invés de tratar os ouvintes como sujeitos passivos, como propostos pela escola alemã, diante de tais produtos midiáticos, a abordagem dos Estudos Culturais reconhece o papel ativo desses consumidores, e compreende o consumo gerido a partir da sua produção como uma expressão dessa cultura efervescente. A exemplo de tal consideração, é possível observar a perspectiva de John Fiske (1992, p. 23) sobre o consumo cultural, em que o “público interpreta, seleciona, recorta e reorganiza os significados propostos pelos meios de comunicação”, resultantes da produção.

Neste contexto, a cultura é relatada como um combate entre significados. Stuart Hall (1997, p. 42) afirma que tal movimento em que a cultura se insere é observável a partir deste “terreno de lutas pelo significado”. O autor complementa tal perspectiva a partir do pressuposto em que este terreno não compartilha entre si os mesmos valores, e assim se configuram neste espaço de disputa. Os produtos

culturais, nesse sentido, não possuem sentidos fixos e estáveis, mas a partir de inúmeras possibilidades expande tal “horizonte de expectativas e valores, mas são constantemente decodificados pelos públicos, que podem aceitar, negociar ou resistir aos sentidos propostos” (Hall, 2003, p. 101).

Dentro dessa lógica, o KATON Podcast pode ser compreendido como uma forma de mediação cultural e interpretativa e não apenas como reprodutor do conteúdo de *One Piece*, mas como instância de produção autônoma de sentidos. Os episódios funcionam como espaços de aprofundamento analítico, especulação narrativa e construção coletiva de conhecimento, e compartilham as experiências com o público, em geral, ou de fandom, garantindo a participação desses agentes de modo ativo na construção do universo ficcional e dos discursos que envolvem a obra. Paul Willis (1991, p. 20), também revela que “os sujeitos populares podem ser ativos na apropriação e ressignificação dos produtos culturais. Eles os transformam para dar sentido às suas experiências.”

Assim, compreender os produtos culturais contemporâneos, sobretudo aqueles que circulam e se desenvolvem em ecossistemas transmidiáticos, exige uma abordagem que reconheça a cultura como processo e sua mediação como prática interpretativa. O olhar dos Estudos Culturais possibilita entender este papel central de iniciativas como o KATON Podcast na construção participativa de narrativas, e no fortalecimento de comunidades de fãs, além da expansão acerca da produção e experiências que envolvem o conteúdo direcionado pelas indústrias culturais contemporâneas.

No caso do mangá, esse movimento é a partir de uma lógica semelhante sobre a sua reprodutibilidade e disseminação em massa. Tais produtos culturais emergem a partir de uma transição do singular à reprodução em escala global. Levando em consideração a abordagem de Benjamin em que o autor apresenta considerações e alerta sobre o processo de reprodução e distribuição, mesmo sendo a “mais perfeita reprodução”, ainda falta um elemento crucial: a sua característica mais marcante “o aqui e agora da obra de arte - sua existência única no local onde se encontra”. (Benjamin, 2014, p. 17).

Nessa existência única, porém, e em nada mais, realiza-se a história à qual foi submetida no decorrer de seu existir. [...] O aqui e agora do original constitui o conceito *de* sua autenticidade sobre o fundamento desta encontra-se a representação de uma tradição que conduziu esse objeto como sendo o mesmo e idêntico objeto (Benjamin, 2014, p. 19).

O autor argumenta que esse processo não apenas multiplica a reprodução, mas também apresenta esse material reproduzido em diferentes contextos, rompendo com a ideia da “aura singular” da obra de arte. Sua massificação é percebida como um movimento de disputa no processo hegemônico das culturas globais e está atrelado diretamente a sua mercantilização.

[...] o que desaparece na época da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. Esse processo é sintomático; seu significado vai muito além da esfera da arte. *A técnica de reprodução, assim se pode formular de modo geral, destaca o reproduzido da esfera da tradição. Na medida em que multiplica a reprodução, coloca no lugar de sua ocorrência única sua ocorrência em massa. E, na medida em que permite à reprodução ir ao encontro daquele que a recebe em sua respectiva situação, atualiza o que é reproduzido* (Benjamin, 2014, p. 23).

De acordo com Enes (2010, local 11), este processo é descrito por Deleuze e Guattari como desterritorialização, e pode ser percebido como um movimento ocasionado a partir da consolidação do processo de globalização. Para Berto (2021, local 17), por sua vez, esse processo de globalização traz uma perspectiva acerca de “intercâmbio cultural” e de “fluxos transacionais” que, segundo o autor, crescem “paulatinamente” no mesmo período de globalização. Assim, a internet ganha novas configurações. A disponibilidade dos serviços e o consumo são intensificados, além, também, do processo de mercantilização acionado por esse mecanismo. Esse processo também foi descrito por Alcoforado (1997, p.33), em que estabelece esse processo de globalização como um acionamento imediato do processo de mercantilização, principal finalidade das sociedades contemporâneas, que é fortemente influenciado pelas novas tecnologias implementadas.

Todo este processo de transformação se deveu, em grande medida, à revolução científica e tecnológica em curso, especialmente nos transportes e nas comunicações, que possibilitou um impulsionamento sem precedentes do comércio internacional sob a égide das empresas multinacionais (Alcoforado, 1997, p.33).

A desterritorialização, portanto, pode ser percebida como “o movimento pelo qual se abandona o território, é a operação da linha de fuga” e a reterritorialização, como “o movimento de construção do território” (Enes, 2010, local 11). Ela também pode ser percebida através do acesso em diferentes localidades do mundo a um determinado conteúdo, e que atualmente são percebidos através dos agentes no cenário digital. Esse acesso permite ao indivíduo uma expansão do território a que se insere, e é indissociável do processo de reterritorialização, como destacado pela autora.

A desterritorialização e a reterritorialização são processos indissociáveis. Se há um movimento de desterritorialização, haverá também um movimento de reterritorialização, podendo-se afirmar que eles são concomitantes. 'Temos que pensar a desterritorialização como uma potência perfeitamente positiva, que possui seus graus e seus limiares e que sempre é relativa, tendo, em reverso, uma complementaridade na reterritorialização' (Deleuze; Guattari, 2009, p.69 *apud* Enes, 2010, local 11).

Vale salientar, que os espaços virtuais interagem com diferentes produtos, e sua mercantilização é o ponto fundamental para sua integração a esse segmento. A exemplo disso, os livros, mangás, filmes em formato *Blu-ray*, ou seja, produtos físicos, são tácitos a partir de sua mercantilização e consumo nesse ambiente, através da conexão com a internet. O serviço de *streaming*, como *Netflix*, entre outras empresas, disponibilizam produtos virtuais em seus catálogos, como filmes, animes, séries, isto é, um novo “ecossistema cultural” se molda a partir de novos parâmetros tecnológicos e se integra a esses mecanismos incorporados nas sociedades.

Outro aspecto importante no processo de globalização é o que alguns teóricos conceituam como a segmentação dos indivíduos na internet. Em suma, refere-se a esses grupos em nichos, que podem ou não interagir com outros grupos, ou entre si. De acordo com Pellizzari (2019, p. 53), um dos teóricos que abordam a temática é Pierre Lévy, a partir da perspectiva das primeiras comunidades virtuais. Esse apontamento pode ser percebido através das características distintas e semelhantes, entre elas e as bolhas sociais.

A primeira definição de algo semelhante ao fenômeno vivenciado com o aparecimento das bolhas sociais virtuais é o das comunidades virtuais, que são construídas com base nas afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre processos mútuos, através da troca ou cooperação, não sendo dependente mais de proximidades geográficas e das filiações institucionais (Pellizzari, 2019, p. 53).

O autor também destaca que esse não é um fenômeno particularmente novo, sendo presentificado em diversos momentos da história. Assim, o autor destaca que o intuito desse fenômeno é fazer com que as “pessoas se aproximem e se relacionem com outras que reforcem suas crenças, valores, ideologia ou visões de mundo” (Pellizzari, 2019, p. 61), em que na contemporaneidade, a partir do crescimento da internet, o fenômeno é intensificado.

Com a evolução do conceito a partir de teóricos como Mosco (1999) e Brittos (2022), o termo passou por modificações importantes como a ressignificação de seu processo de hegemonia nas cidades globais e suas ramificações para o ambiente

rural, rompendo a noção industrial presente na modernidade. A evolução do termo para Indústrias Culturais, proporcionou a visualização do processo hegemônico nos diferentes meios de produção em prol da culturalização do corpo social, individualização e isolamentos sociais para manutenção do *status quo* dos conglomerados empresariais, nas diversas camadas do mercado global.

As identidades provenientes desses territórios internos são captadas e se tornam referências globais, o que, de certo modo, gera uma tensão sob os Estados-nação. A mídia, em um cenário global, é percebida como um aspecto fundamental para a reconstrução de tal noção, mesmo que não seja o único fator condicionador dessas ações (Brittos, 2022, p. 43).

2.1. Indústrias Culturais e Cenário Digital

As noções empregadas por Adorno e Benjamin podem ser percebidas nas sociedades contemporâneas, contudo não produzem o mesmo efeito e não têm as mesmas características de outrora. De acordo com Bolaño, o aspecto central da atual evolução tecnológica foi criar um novo paradigma industrial e social, categorizado pelo autor como paradigma digital. Esses processos buscam o acúmulo de capital e, assim, “à constituição de uma verdadeira sociedade de controle” (Bolaño, 2011, local 1-2).

[...] o capital poderá impor também uma dinâmica (econômica e cultural) perfeitamente adaptada às suas necessidades e transitar de um modelo de Políticas Culturais em Revista, organização dos sistemas de comunicação, centrado na TV de massa, para outro, baseado nas redes telemáticas, especialmente a Internet. É claro que há uma contradição aí envolvida e a Internet –como outras inovações anteriores – pode ter também determinados usos contra-hegemônicos, mas isso é próprio de toda dinâmica social e não está inscrito na própria tecnologia. Em especial, não está inscrito nesta particular tecnologia (Bolaño, 2011, local 1-2).

As inovações incorporadas pelos jornais impressos, e inserção dentro dos novos meios (agora em formato digital), como portais de notícias e redes sociais, são novos direcionamentos observados a tais produtos. Seus lucros ainda se sustentam a partir das publicidades e requisição de assinaturas para consumo do produto jornalístico, como é o observado a partir da Folha de São Paulo e Estadão (nos meios digitais), mas a circulação das informações em uma acelerada

velocidade, além de um certo grau de dependência a esse cenário digital para seu funcionamento são aspectos observados a partir dos avanços digitais sobre tal setor.

O que se define como cenário digital é percebido a partir da perspectiva de Soares (2012, local 2) como o mundo digital em que o mundo se interconecta. Essas interações estão presentes em diversas camadas da sociedade, o que “transforma as maneiras de pensar a comunicação e as relações interpessoais” (Assmann, 2005 *apud* Soares, 2012, local 2). Esse espaço de hiperconectividade¹⁵ é percebido como uma estrutura cada vez mais impositiva, que abrange tanto a circulação dessa informação como o próprio funcionamento da sociedade. O autor argumenta, por exemplo, que os sistemas bancários na sociedade contemporânea estão diretamente ligados ao funcionamento dessa estrutura, e que uma ruptura com tal ou falhas encontradas nela, podem acarretar prejuízos imensuráveis.

Hoje tudo é digitalizado, livros, imagens, vídeos, músicas. A informação é digitalizada e a vida cotidiana depende cada vez mais desses meios para sua sobrevivência e funcionamento. O que há alguns anos poderia parecer absurdo, hoje se torna realidade, pois muitas organizações param de funcionar quando acontece algum problema relacionado com a internet. Esta nova realidade é diferente de tudo o que já se sabia sobre a interação entre os meios de comunicação e a sociedade. Por exemplo, o sistema bancário de um país pode parar completamente se não houver possibilidade de tráfego de dados pela internet (Soares, 2012, local 7).

Dado tal necessidade de interação nas sociedades contemporâneas, é possível destacar que uma relação de maior dependência desse universo, com o passar dos anos, traz à tona a impossibilidade, ou grande dificuldade, da sociedade se desvencilhar desse novo contexto. “O universo digital é hoje uma realidade incontornável em nossa sociedade. Não se concebe mais possamos de algum modo abrir mão ou, ainda menos, regredir neste campo” (Minhoto, 2022, local 2).

É possível observar a partir da perspectiva dos autores o que pode ser configurado como o cenário digital e a hiperconectividade proveniente de tal estrutura. Nos argumentos de Minhoto (2022, local 3), ele estabelece sua perspectiva acerca de como essa rede existe e se relaciona a esse ecossistema digital, isto é a interconectividade a partir das interações entre os diferentes dispositivos digitais presentes no mundo, indicando o “universo digital toda a rede mundial de computadores, a internet” (Minhoto, 2022, local 3).

Agamben (2005, local 3) descreve a partir da perspectiva de Foucault o que se define com o termo “dispositivo”. Para ele, “não se trata de um termo particular,

¹⁵ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

que se refira somente a esta ou àquela tecnologia do poder”. Através de dispositivos como smartphones ou computadores, amplia-se a possibilidade de armazenar e distribuir informações em nossa sociedade. E esses produtos digitais são elaborados com o intuito de cativar seu público a partir de interesses diversos e da disposição do público a consumi-los, seja pela mercantilização, relevância da informação ou por uma cultura de afeto a que estão imbuídas.

É um termo geral que tem a mesma amplitude que [...], na estratégia de Foucault, este vem ocupar o lugar daqueles que ele define criticamente como "os universais" (*les universaux*). [...] Os dispositivos são precisamente o que na estratégia foucaultiana ocupa o lugar dos Universais: não simplesmente esta ou aquela medida de segurança, esta ou aquela tecnologia do poder, e nem mesmo uma maioria obtida por abstração: de preferência [...], 'a rede (*le resseau*) que se estabelece entre estes elementos' (Agamben, 2005, local 3).

Agamben (2005) destaca que os dispositivos não garantem uma nova subjetividade aos indivíduos, mas se incorporam a ele, através do controle conforme a decisão tomada. Isto é, cada vez mais as produções seguem uma lógica em manter o público cativo a seu conteúdo em detrimento do tipo e formato a que se dispõem a exercer para haver interação e engajamento. O autor argumenta que através da captura do indivíduo através do dispositivo, este não se transforma nem é impulsionado seu caráter subjetivo, na verdade, tal direcionamento e ação é um movimento que visa quantificar e controlar tais processos. (Agamben, 2005, local 3).

A instantaneidade da internet e sua rápida propagação, além do caráter em que se estabelece uma noção de multiplataforma desses segmentos, abrem novos caminhos e possibilidades que até então só eram praticadas pelos grandes meios e veículos de comunicação. Redes sociais, sites de notícias, plataformas de streaming, entre outros produtos culturais, agora, disputam espaço nas redes globais, e através de diversos formatos, temáticas, técnicas, entre outros atributos, seguem uma configuração diretamente ligada a essa noção de comunicação digital, uma prática que busca cada vez mais alcançar grande circulação de dados e discursos, além de segmentar os públicos, em grupos cada vez mais nichados, atomizados.

É importante destacar que um elemento crucial para a consolidação desse cenário está associado à noção de plataformas digitais, como empregado por autores como Souza (2024), que destacam tais estruturas como monopólios controlados por conglomerados empresariais, também conhecidos como *Big Techs* (Souza, 2024, local 2). Eles se tornam “o território predominante na estruturação das

relações sociais do mundo contemporâneo [...], embora sob a aparência de meros dispositivos cotidianos de aproximação de pessoas” (Souza, 2024, local 2), em busca de garantir uma participação passiva aos demais e ativa aos grupos dominantes, como os demais países interessados em um capitalismo financeiro globalizado .

A esfera digital surge como o local privilegiado para as trocas e relações capitalistas. Tal lógica maquínica de mediação das relações sociais produz novas formas de estranhamento, no sentido expresso por Lukács (2012), de conflito entre o desenvolvimento das capacidades humanas pelas forças produtivas e a conservação (ou o esfacelamento) da personalidade humana. O modo de produção capitalista contemporâneo expressa a tendência da ‘(...) manipulação intencional da cognição humana por grandes corporações empresariais a partir dessas tecnologias com vistas à ampliação da acumulação de capitais’ (Lippold & Faustino, 2022, p. 58 *apud* Souza, 2024, local 3).

A partir disso, surge um questionamento acerca da “sociedade da informação”. As multiplataformas são um aspecto gerador de informação ou elas são frutos dessa necessidade em que se estabelece a hiperconectividade e servem como um fim para gerar maior controle sobre os produtos e conteúdos consumidos, influenciando e gerando novas tendências de consumo no cenário global? Esse estudo, não poderia abarcar toda a questão que surge a partir daí, mas de fato, pode-se observar um aspecto importante disso. Tanto o jornalismo quanto outros modos comunicacionais, pretendem informar o público sobre assuntos de interesse mútuo, e disputam espaço e atenção do público em detrimento de visualizações e cliques de direcionamento para esses espaços em que se interligam, em diferentes plataformas, o que lhes rende retorno financeiro e certo sucesso no meio. Contudo, ocasionalmente, esses espaços midiáticos recebem interação a partir do público a qual já se tem contato e interesse pelo produto de que já se tem confiança, mesmo que não esteja ligado às experiências factuais, como no caso da ficção, e mesmo que apresentem características repetitivas na migração de tais conteúdos. Isso por si só não garante esses esperados novos públicos e adeptos, assim como também o reforço econômico estabelecido por essas plataformas, como no caso do *podcast* abordado neste trabalho. Eles apenas circulam pelas diferentes modalidades ofertadas, e são percebidos como um material de nicho, específico ao público interessado na temática, mas que sustentam o desenvolvimento desses espaços que podem render novos agentes consumidores dos produtos direcionados a esses nichos.

A definição estabelecida sobre as plataformas digitais abarca uma gama de produtos e diversos formatos. De acordo com Kischinhevsky (2017), essa estrutura concebe aos usuários uma experiência integrada e parcialmente instantânea que busca centralizar o conteúdo consumido, o que permite cobrar um preço para a utilização dos serviços, através de mensalidade, por exemplo, como é possível verificar através da plataforma *mainstream*¹⁶ *Crunchyroll*, especializada em distribuição de conteúdos de anime, mangá e *light novel*. Em seu catálogo é possível encontrar um grande acervo desses conteúdos, que incluem os lançamentos atualizados conforme a programação das transmissões nos canais de televisão japonesas, configurando-se em uma nova estrutura percebida como transmissão simultânea.

Conforme discutido em outra oportunidade, essas plataformas são empresas de informática cujo negócio é desenvolver sistemas de arquivamento e acesso a conteúdos digitais [...] Seu objetivo é controlar, de um ponto de vista técnico, a utilização desses arquivos por parte dos usuários, gerando uma escassez artificial em meio à abundância desse tipo de informação, o que lhes permite cobrar um preço por seus serviços (Kischinhevsky; De Marchi; Vicente, 2017, p. 36).

O debate sobre o papel da Economia Política da Comunicação em tempos de hiperconectividade e a onipresença do ambiente digital, ainda está longe de se esgotar. Contudo, a crítica levantada sobre tais conjecturas e capitalizações a partir dos produtos distribuídos, produzidos e reproduzidos através dela merecem destaque tanto em sua aplicabilidade quanto em sua identidade como fruto de uma historicidade pulsante, mesmo em meio a tantos descompassos na sociedade. Esse dever de persistir em apresentar uma perspectiva ríspida quanto às tomadas de decisões sobre tais conjecturas são necessárias para haver uma busca em se colocar de pé frente aos desafios que se projetam e que ganham força em detrimento dos demais.

2.2. Indústria cultural japonesa - “Cool Japan”

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, as grandes potências disputavam por mais influência no mercado mundial, tanto em detrimento de recursos, quanto da hegemonia de suas respectivas culturas. Assim, empenhados em desvelar questionamentos acerca dessas mudanças sofridas ao longo dos anos, notou-se a

¹⁶ vide glossário.

necessidade em se investigar sobre como as relações de poder estavam se modificando a partir da globalização.

Berto (2021, local 19) destaca as afirmações de Huang sobre o cruzamento entre a cultura e a economia na globalização. Ele alerta que a construção nacionalista de um país como marca se misturou com a construção capitalista.

Tanto o caso do Japão quanto o da Coreia do Sul mostram o cruzamento entre a cultura e a economia na era da globalização. A construção nacionalista de um país como marca se misturou com a construção capitalista, sendo a exportação de produtos culturais é um negócio altamente lucrativo para além de suas fronteiras ao mesmo tempo em que eleva a moral do país (Huang, 2011, p. 8 *apud* Berto, 2021, local 19).

Esses apontamentos indicam que existe uma relação de poder entre esses produtos e sua função social, além da receita adquirida pelas empresas. Contudo, esses apontamentos não estão relacionados aos aspectos ligados à coerção, acerca da relação de poder caracterizada como *hard power*, abordada mais a seguir.

Berto (2021, local 20) entende que o uso desses produtos devem ser elementos das indústrias culturais como ferramentas para o *soft power*, isto é, são empregados outros aspectos relacionados ao poder, a fim de solidificar sua relevância perante outros países além de consolidar também o aspecto cultural, e por ser um produto lucrativo, é a fonte mais relevante que está inter-relacionada entre os outros fenômenos atribuídos.

Os produtos culturais encontram um mercado consumidor para além de suas fronteiras nacionais devido à transparência e diferença cultural e à hibridização, que diz respeito a maneira como um país assimila em sua própria cultura traços provenientes de influências externas, podendo estimular a inovação local. A promoção de um país como marca é tanto uma estratégia de marketing internacional por parte do emissor quanto um padrão de consumo adotado pelo receptor, de maneira que a assimilação dos produtos culturais é feita através da interpretação e recodificação do conteúdo (Huang, 2011, p. 8 *apud* Berto, 2021, local 21).

A consolidação da indústria cultural japonesa através de seus produtos culturais e do *soft power* necessitam de um certo período para sua consolidação. Já para teóricos como Rodrigues (2021, local 9), por exemplo, destacam que o período de planejamento e debates para implementação dessa modalidade como política pública durou cerca de nove anos. Esse planejamento teve como intuito a resolução de problemas em momentos de crise através da criatividade.

[...] o Japão anunciou uma proposta com este objetivo, implantando a nova política de Estado, no dia 12 de maio de 2011, denominada “Cool Japan” [...] este novo plano, foi criado também o “Cool Tokyo”, no dia 04 de novembro do mesmo ano, no intuito de divulgar a cidade como cidade criativa. Este novo projeto do Japão, com base em inspirações advindas do governo de Blair, na Inglaterra em 97, visava reconstruir, a longo prazo, a imagem que o

mundo tinha do país, tornando-o mais “descolado”, mais ligado à cultura jovem e pop (Yoshimoto, p.1, 2003 *apud* Rodrigues, 2021, local 9).

Esses aspectos culturais, como a gastronomia, passaram a ser conhecidos internacionalmente, por exemplo, e incorporam novos hábitos, novo consumo, e novas perspectivas, “[...] à cultura gastronômica do país, a exemplo da utilização de *hashis*¹⁷, que até pouco tempo apenas uma minoria fora da Ásia sabia utilizar” (Rodrigues, 2021, local 9).

Rodrigues (2021, local 20) destaca que alguns teóricos, como Paul Kennedy (1980) e Joseph Nye (1990), buscaram maneiras de investigar aspectos ligados ao poder no sistema capitalista a partir de categorias distintas em que o poder manifesto apresenta diferentes características. Nye, a exemplo, caracterizou o poder a partir de duas perspectivas como citado acima, o “*hard power*” e “*soft power*”. Segundo Rodrigues (2021, local 20), a primeira está diretamente ligada ao poder coercitivo em que o sistema aplica aos seus integrantes, como o poder econômico e o poder militar. A segunda categoria em que o poder pode ser verificado, e que interessa a este trabalho, seria o *Soft power*, e representa um “poder brando”, isto é, não é aplicado a partir de métodos coercitivos, mas é aceito por outros, por vontade própria, e estaria mais próximo à noção de persuasão.

A criação de uma necessidade de consumo é importante para manutenção do *status quo* das classes dominantes no sistema capitalista, e seu controle sobre os meios de produção e de distribuição, rendem altos lucros para as empresas. Do mesmo modo, essas empresas também desempenham seu papel na consolidação desse segmento no cenário global, e incorporam elementos presentes nesses produtos culturais, aos discursos, valores e crenças, às culturas locais de outros lugares, através da interação com o público, direta ou indiretamente.

O autor destaca que esses valores são positivos para a compreensão de um apelo universal e estão presentes na noção de uma norma global estabelecida.

O apelo universal da cultura de um país, suas políticas externas e seus valores políticos seriam, portanto, recursos de *soft power*. Por valores políticos, entendem-se aqueles valores tidos como positivos e que prevalecem como mais próximos de uma norma global, como a democracia, a paz, o pluralismo, o liberalismo, a sustentabilidade, a defesa dos direitos humanos e a igualdade (Nye, 2002 *apud* Rodrigues, 2021, local 21).

Por muitos anos as produções com maiores distribuições e vendas eram produzidas pela indústria hollywoodiana. E essa hegemonia, além de resultar em um

¹⁷ Utensílio utilizado na cozinha japonesa em substituição aos talheres ocidentais.

certo “apagamento” de produtos culturais de outros lugares, não se dava o reconhecimento devido às produções fora desse eixo. Contudo, muitas produções do leste asiático, como os animes e mangás japoneses, além dos *doramas*¹⁸, *light novels*¹⁹, e a música popular coreana diluem a hegemonia imposta por países como europeus e os Estados Unidos.

No Japão, por outro lado, a indústria, ao longo dos anos, buscou apresentar uma imagem positiva do país no cenário geopolítico global. Essa noção é reforçada a partir do pressuposto já citado acerca do *soft power*. Antes de destacar esses elementos, é importante frisar que os tópicos citados não são de interesse em disputar alguma narrativa imposta, mas observar os fenômenos a partir de seus rastros históricos. É preciso observar os momentos iniciais a que se deu essas mudanças na geopolítica global. Como esses cenários de guerra a que o Japão esteve envolvido, estabeleceu novas diretrizes, a partir da reconfiguração da imagem do país.

Alguns desses casos citados acima, ainda no século XX, como a aliança ao Partido Nazista durante a Segunda Guerra Mundial, entre outros cenários como invasões aos territórios, chinês, coreano, entre outros, trouxeram ao país, grandes momentos de instabilidade, de crises sociais e políticas, o que resultou na necessidade de se desenvolver estratégias e elementos suficientes para alterar essa imagem perante outras nações.

Desse modo, os investimentos em produtos culturais, tais como os animes, os mangás, os doramas (drama japonês), os jogos, os filmes, a gastronomia, entre outros, foram elementos responsáveis por disseminar a cultura do país e expandir o público que consome esses produtos. As transformações dessa sociedade, ao passar dos anos, foram incorporadas na produção cultural e através dela. A exemplo disso, pode-se citar a representação de *Godzilla* como um “pesadelo histórico”, as tragédias ocasionadas pelas explosões de bombas atômicas em Hiroshima e Nagasaki. Contudo, essa mesma representação ganha novas configurações, nova interpretação, sobre o papel do personagem *Godzilla*. Ele, não mais visto como um vilão, mas como um herói.

¹⁸ vide glossário.

¹⁹ vide glossário.

Figura 1 – Godzilla



Godzilla, filme clássico. Fonte: Time Graphics

Essa visão mais “branda” ao discurso anti nuclear foi empregada após anos de destaque do personagem a uma posição e discurso contrários. Esse movimento teve como objetivo mudar a percepção do público sobre esses mecanismos nucleares, e a integração do país a agendas que compactuam dessa iniciativa tecnológica e militar que foram firmadas e consolidadas. Isto é, as transformações ocorridas através deste produto cultural, o personagem *Godzilla*, são executadas a partir de um interesse em garantir um novo significante a esse ícone cultural, a fim de impactar a percepção do público sobre essa nova característica empregada a esse personagem, e ainda assim garantir o lucro através desse produto cultural.

Em suma, empresas de sucesso no cenário global, que são provenientes desta indústria como *Sony*, *Nintendo*, *Shonen JUMP* (Mangá), *Toei Animation* (Anime), além de criarem e distribuírem esses produtos, também são responsáveis por desempenhar um papel importante a política de governo idealizada, a fim de aproximar o país aos demais países e, em especial, ao público jovem, público-alvo desses produtos.

Figura 2 – Empresas Japonesas



Logomarca das empresas Shonen JUMP, Nintendo, Sony e Toei Animation.
Fonte: Google - imagens

Em suma, a utilização do *soft power* não é imediata, sua implementação demanda um longo período para se consolidar. Além disso, a sua aplicação não é garantia de que estará isento, ou que sua aplicação não possa ocasionar perda de credibilidade e atenção conquistadas. Isto é, sua consolidação depende da não aplicação de “[...] ações ilegítimas por parte dos países, que não condizem com a imagem que tentam promover através de seu aparato cultural, podem minar as estratégias e objetivos estabelecidos devido à perda de confiança gerada” (Berto, 2021, local 22).

Obras de grande repercussão que desafiam os processos de hegemonia das potências culturais, são incorporadas à estrutura alheia ou contrária a elas. A partir de uma cultura popular de massificação, atrelados a uma política pública que busca alcançar os consumidores em detrimento de aplicação do *soft power*, “poder brando”, são reestruturados novos parâmetros estéticos, de conduta, e de consumo nas sociedades, mas que trazem como fator essencial a sua mercantilização atrelada a esses produtos. Os elementos narrativos de fantasia responsáveis por essa imersão, aproximam seu público a culturas distintas, e garantem a fidelidade dos fãs.

Figura 3 – Eiichiro Oda



Artista e criador da obra One Piece. Fonte: Exame

No caso, de *One Piece*, esse universo extrapola as páginas do mangá através de diversos produtos culturais, como os animes e jogos, e até mesmo declarações do criador da obra, Eiichiro Oda, em resposta aos fãs, tornam-se inéditos a obra, trazendo novos olhares e enriquecendo os elementos narrativos desse universo, mesmo que apenas a uma parcela do público.

2.3. Popularização dos animes no Brasil

De acordo com informações destacadas pela Superinteressante, o termo mangá surgiu em 1814, nos *hokusais mangá*²⁰, e buscavam representar caricaturas e ilustrações sobre a cultura japonesa.

A partir disso, e da influência de produtos ocidentais como as histórias em quadrinhos e desenhos animados produzidos por grandes conglomerados, como a Disney, esses produtos foram se transformando. Uma forte influência para o gênero foram os trabalhos do artista Osamu Tezuka, em 1947.

²⁰ Obras produzidas pelo artista japonês Katsushika Hokusai. Fonte: Fundação Japão.

Figura 4 – A Grande Onda de Kanagawa



Pintura de Katsushika Hokusai. Fonte: BBC

A partir de seus trabalhos, novas características foram incorporadas a esses produtos culturais, e o mangá moderno, foi consolidando-se como um gênero de sucesso no mercado global. Dentre os elementos apresentados por Tezuka e que inspirou muitos outros artistas do gênero, destacam-se expressões faciais exageradas, elementos metalinguísticos (linhas de velocidade, grandes onomatopeias, etc.), além da transposição de enquadramentos cinematográficos das páginas ilustradas. Essas foram algumas das características que redefiniram e consolidaram o gênero como um produto autêntico, apontadas pelo portal.

Figura 5 – Osamu Tezuka



Artista e criador da obra Astro Boy. Fonte: Pinterest

Com a popularidade e crescimento do gênero, outros produtos derivados desse material foram incorporados à indústria cultural japonesa, como os animes (animações criadas a partir do enredo e ilustrações presentes nos mangás) e que ganharam força ao passar dos anos, tornando-se símbolos da cultura nipônica apreciados em todo o mundo. Alguns dos títulos de maior destaque dessa categoria são as obras de Tezuka, *Astroboy* (1963), Akira Toriyama, *Dragon Ball* (1986), Eiichiro Oda, *One Piece* (1999) entre outros títulos de sucesso.

Figura 6 – Akira Toriyama



Artista e criador da obra Dragon Ball. Fonte: Diga Bahia

No Brasil, as primeiras exibições do gênero foram transmitidas através da TV aberta, como a extinta *TV Tupi*, a partir dos anos 60. Com o passar dos anos, o gênero foi garantindo maior audiência e sucesso no mercado, ao passo que as emissoras de TV acrescentaram em suas grades programação infantil, contando com equipe de apresentadores, direção, produção, entre outros funcionários para transmitirem episódios tanto os desenhos animados ocidentais como os animes japoneses.

Nos anos 80, outras emissoras trouxeram diversos animes para suas grades, e tiveram muito sucesso. A exemplo disso, é possível identificar títulos de sucesso no Brasil como *Dragon Ball*, *Cavaleiros do Zodíaco* (1986), *Super Campeões* (1983), *Shurato* (1989), *Yu Yu Hakusho* (1992), entre outros. Os episódios eram exibidos nos programas infantis, como *Bom Dia e Companhia*, *TV Globinho*, *Band Kids*, das emissoras *SBT*, *Globo* e *Band*, e em canais fechados como *Cartoon Network*, *Boomerang*, *Disney Channel*, entre outros.

Figura 7 – Programas infantis



Abertura dos programas Bom Dia & Companhia (à esquerda) e TV Globinho (à direita).

Fonte: Google - Imagens

Apenas no ano de 2012 os programas infantis deixaram de ser “interessantes” aos grupos empresariais, ligados a esse mercado, interrompendo, assim, os projetos voltados ao público infantil, como a *TV Globinho*, por exemplo. Em parte, isso se deu devido à alteração na Lei n.º 13.257/2016 que determinou a proibição de propaganda infantil, o que acarretou perda de receita das emissoras, com patrocínios cancelados nos intervalos dos programas. Por outro lado, esses produtos ganharam força no ambiente digital, como as plataformas de streaming, que apresentam em seus catálogos diversos produtos do segmento a fim de distribuição global. Contudo, também é possível verificar uma relação mais profunda como a aplicação de recursos financeiros para a criação desses produtos, como percebido através da plataforma de streaming *Netflix*, com novos produtos derivados dos animes e mangás, por exemplo, séries em *live-action*²¹ que recontam narrativas como *One Piece*, *Yu Yu Hakusho*, entre outros.

²¹ Ações (em filmes, etc.) envolvendo pessoas ou animais reais, não modelos ou imagens desenhadas, ou produzidas por computador. Tradução livre, Dicionário Cambridge.

Figura 8 – Yu Yu Hakusho



Versão em Streaming (2023) e em Anime de Yu Yu Hakusho (1992). Fonte: Canaltech

Outro fenômeno para a popularidade dos animes é a transmissão simultânea dos episódios com as transmissões nos canais de televisão japonesa, como ocorre através do serviço direcionado ao segmento de animes, mangás e jogos eletrônicos, a *Crunchyroll*, uma empresa que se designa como uma *joint-venture*²² e é composta pela empresa estadunidense *Sony Pictures Entertainment*, a japonesa *Aniplex* que, por sua vez, é subsidiária da *Sony Music Entertainment (Japan) Inc.* Contudo, sua criação não é atrelada a esses conglomerados empresariais desde sua fundação. A empresa foi comprada em 2020, de acordo com informações divulgadas pelo portal IGN Portugal. A aquisição da plataforma online de *streaming* foi vendida por cerca de US\$ 1,175 bilhão, de acordo com informações divulgadas pela empresa.

Inicialmente, como retratado pelo IGN Portugal, a empresa foi fundada em 2006 por um grupo de estudantes da Universidade de Berkeley. Sua origem como um serviço de streaming começou através de uma prática ilegal conhecida como *fansubber*²³. O público, conforme o portal, era encorajado a realizar o trabalho de legendar e a fazer o upload do conteúdo sem licenças ou direitos autorais.

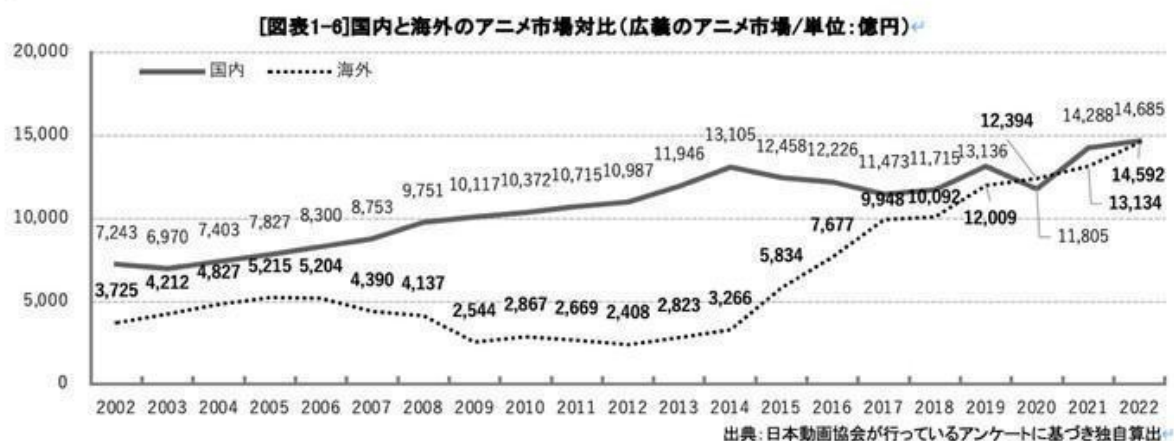
²²É uma estratégia mercadológica para colaboração empresarial. Ela consiste em unir duas ou mais empresas a fim de executar um projeto, ou criação de uma nova empresa.

²³ Grupos de fãs que traduzem e legendam séries, filmes e outros conteúdos audiovisuais. Eles geralmente compartilham seus trabalhos em sites ou fóruns dedicados.

Foi através deste início turbulento que a empresa, durante alguns anos, buscou inspirar-se em outros serviços como o *YouTube*, por exemplo, em busca de alertar sobre tais práticas ilegais de distribuição e comercialização sem a devida licença para tal. No entanto, o serviço popularizou e conseguiu, através de investidores, tornar-se uma plataforma legal. Através de diversas parcerias e incorporações de outras empresas como a *TV Tokyo*, *Kodansha*, *Kadokawa* e *Funimation*, por exemplo, a *Crunchyroll* cresceu no segmento e foi adquirida pelo conglomerado empresarial da *Sony* por cerca de 1,1 bilhão de dólares.

De acordo com informações divulgadas pela Superinteressante, a produção de mangás representa cerca de 40% do material impresso no Japão e em 2006, ano em que foi fundada a *Crunchyroll*, a receita movimentada por essa indústria atingiu mais de 4 bilhões de dólares, e cerca de 750 milhões de exemplares vendidos. A produção de animes também foi fortemente fomentada e contava com cerca de 400 estúdios de animação que produziram mais de 2 500 episódios. Os animes, por sua vez, contavam com receitas acima de 1 bilhão de dólares.

Tabela 1 – Crescimento de vendas (2002-2022)



Crescimento entre 2002 e 2022 da venda de produtos culturais japoneses. Fonte: AJA

De acordo com Urbano (2011), o Brasil teve o consumo de animes fortemente influenciado, inicialmente, por páginas na internet, em que a prática de *fansubber*, como mencionado anteriormente, e “movimentam e sustentam um circuito informal de produção, circulação e consumo, engendrado pelos próprios fãs” (Urbano, 2011, local 2). Contudo, é importante destacar que essa prática é considerada pirataria. De acordo com matéria divulgada pelo portal *Anime News Network*, em 2023, o relatório apresentado pela *Association of Japanese Animations* (AJA), em 2022, o segmento marcou um recorde de crescimento neste mercado, registrando a marca de cerca de US\$ 20,5 bilhões nas vendas mundiais, e que representavam um aumento de 6,8% em comparação a 2021. A América Central e do Sul, por sua vez, representavam cerca de 16% desse montante.

Um fenômeno curioso também é percebido através da popularização do segmento através da distribuição simultânea, como a *Crunchyroll*, através da

escolha dos temas e enredos desses produtos culturais, passam a serem internacionalizados, o que implica em uma escolha editorial por parte de artistas e editores por optarem deixar de lado temas locais em vista de garantir um maior alcance do público de maneira global.

3. JORNALISMO

3.1. Preceitos do Jornalismo

O jornalismo pode ser definido como uma prática ou tecnologia social. Essa conceituação não é nova e diversos teóricos como Otto Groth, Marques de Melo, utilizavam esses argumentos para conceituar o jornalismo, e argumentar sobre os padrões pré-estabelecidos pelos teóricos clássicos do campo na sociedade moderna. Melo (2016) argumenta que as manifestações jornalísticas, através do espaço e do tempo, são um ponto crucial para reflexão acadêmica e debates entre os teóricos, desde que tal segmento começou a ser apreciado pelo corpo acadêmico.

Há os que advogam critérios fundamentados na observação empírica, ou seja, ancorados nas práticas cotidianas das empresas. Outros constroem esquemas baseados em variáveis exógenas, subordinadas à natureza das expressões linguísticas correntes na sociedade. E há até mesmo os que endossam categorias pós-modernas, caracterizadas pelo hibridismo das formas e pela contaminação dos conteúdos (Melo, 2016, p. 41).

O autor destaca que ainda existem grandes lacunas na concepção e que, portanto, é necessário um inesgotável diálogo acerca dessa problemática, assim apresentando vestígios da imprensa nacional, a partir de outras concepções sobre o mesmo fenômeno, e que estão empenhadas em defender seus posicionamentos, de acordo com uma divisão estabelecida e amparada ao que se pratica na imprensa nacional (Melo, 2016, p. 52). Além disso, mesmo questões acerca da dicotomia em que envolve uma taxonomia proposta pelo meio acadêmico e os jargões que o senso comum “orienta ao mercado” são observados por ele e que sinalizam descompassos que merecem atenção.

Também não podemos desconsiderar o fato de que propomos uma taxionomia, uma classificação estabelecida conforme padrões científicos, muito embora atida à realidade do mercado. Ainda assim há embates evidentes, e não só entre os pares do meio acadêmico, como também quando comparamos o que pesquisamos ao que o senso comum e os jargões do mercado orientam. Um exemplo: é comum, ainda, que os cidadãos se refiram a todo texto jornalístico como “artigo”; ou, então, que no próprio ambiente profissional intitulem qualquer seção publicada regularmente como “coluna”. Há de se ponderar todas essas especulações, pois elas sinalizam descompassos a serem acertados (Melo, 2016, p. 53).

Assim, surge a necessidade de se tentar compreender como essas informações imersas no segmento digital como o *YouTube*, por exemplo, em que se percebe um conteúdo diverso, e aborda temáticas ligadas tanto a acontecimentos do mundo físico como também através da ficção, podem ou não serem configuradas

como novas formas de uma prática alheia a esse campo. É importante frisar que a pesquisa não tem o intuito de confrontar o que se estabelece como a práxis do jornalismo, mas de averiguar o que surge desses descompassos e movimentos em que se estabelece e se chocam com os limites da notícia e informação. Além disso, mesmo partindo de uma construção discursiva a partir de uma perspectiva e conteúdo ficcional, estabelece uma relação indireta ao segmento, mas proveniente dele, isto é, ao gênero jornalístico e a produção de conteúdo a um público interessado por essas discussões apresentadas no programa.

Vale salientar que Seixas (2024, p. 18) alerta sobre esses movimentos provenientes das fragmentações em que o jornalismo se apresenta, em que o poder e influência na formação de ideias e construção da realidade, são percebidos por uma dissolução e se deslocam quanto à operação e circulação dessa prática social ao mundo digital. Ela também destaca que tal ação “leva a situações de hibridização com práticas, atores, textos e intencionalidades de ordens muito diversas e, o que é mais preocupante, vem gerando uma perda de protagonismo social” (Seixas, 2024, p.18). A autora alerta que a atividade profissional estabelecida pelo segmento jornalístico segue uma lógica distinta ao proposto pela ciência, e parte de uma noção em que se estabelece uma verdade jornalística a partir de critérios em correspondência com a realidade.

Os jornalistas buscam a verdade obedecendo a normas, uma conduta ética e um ideal, segundo a crença de que podem estar, tanto quanto possível, em correspondência com a realidade. Aquela verdade que corresponda à realidade, porque senão o jornalismo se desmoraliza. Porque é o que as pessoas esperam do jornalismo. Mas é uma verdade provisória, um contrato temporário. São verdades de curto prazo. Eu acho interessante pensar essa verdade jornalística como uma verdade de curto prazo. A efemeridade, menos do que um empecilho, seria exatamente a força do jornalismo (Seixas, 2024, p.56).

A autora também argumenta que esse pode ser um caminho viável para que o jornalismo possa se reinventar. Os nichos específicos podem conseguir se adaptar de forma mais eficiente ao mundo, em comparação ao que se entende como o jornalismo da modernidade (Seixas, 2024, p. 75). No caso do *podcast*, é um formato relativamente novo que surge em meados dos anos 2000, e ganha a cada dia inúmeros novos adeptos. Assim, entender o gênero também é desvelar esses fenômenos observados, contudo sem se dispor a ir de confronto ao que se define como uma *eidos* jornalística. Filho destaca o que seria esse conceito sobre a “*eidos* jornalística” a partir da perspectiva sobre os primeiros formatos e elementos

mediáticos brasileiros em que foram incorporados a práxis jornalística, e que se configuram e reconfiguram a partir de novos arranjos e características incorporadas ao segmento.

O eidos jornalístico deve ser entendido como uma unidade ontológica entre um espaço de posições — sociais e objetivas - e disposições — subjetivas - de agir estruturadas e estruturantes desse mesmo espaço. Rompendo dicotomias tradicionais como indivíduo e sociedade, sujeito e grupo, individual e coletivo, apontamos que o estudo de um espaço que se autonomiza', como o da produção jornalística. e de suas posições constitutivas só pode ser viabilizado em função da identificação de esquemas "subjetivos" e interiorizados de apreciação do mundo social, geradores de comportamento e vice-versa (Filho, 2002, p.161).

A padronização empregada nos modos de produção da atividade jornalística são frutos da imersão em uma sociedade cada vez mais globalizada. Diante dos avanços tecnológicos, novas configurações nos meios de comunicação, assim como também novos dispositivos criam uma necessidade de constante imersão no mundo informacional, e com a consolidação da internet surgem novos enquadramentos e pontos de vista sobre esse aspecto. Diferente do que Soster (2023, p. 19) define como um dos principais aspectos da produção de conteúdos falsos, “no caso das fake news há uma tentativa de disfarçar a autoria, difundindo massivamente falsificações com a intenção de que seus autores não sejam identificados e responsabilizados por elas”, a especulação sobre determinada narrativa presente na obra é definidora de autoralidade do programa e também é o arcabouço principal para essas discussões. Portanto, não se enquadram como um objeto que busca descaracterizar o seu conteúdo original, mas de consolidar e multiplicar a obra em si e os produtos culturais provenientes dele.

Soster (2023, p. 79) destaca que o jornalismo garante uma característica metodológica, mas que sua aplicação em um jornal tradicional não constitui um lugar de autoralidade. Em sua produção se faz necessário o acúmulo de conhecimento e reflexão sobre o que deve ser dito, mas não garante a autonomia em que se estabelece quando o profissional atua de maneira independente a essa estrutura consolidada. Tal ação também pode ser observada na construção de conteúdos como os observados na produção do *podcast*, mesmo que de caráter ficcional. É preciso domínio sobre a temática, seja pelos apresentadores ou pelos convidados. A intencionalidade de se refletir sobre a construção desse universo se traduz em uma configuração de autoralidade sobre o que se especula, mesmo não sendo o autor da narrativa.

Ao constataremos os paralelos entre a recriação de narrativas, a partir de memórias substitutas ou mesmo forjadas, tanto na ficção, quanto na vida real, percebemos a tênue linha que separa um universo do outro e, principalmente, como um reflete o outro (Soster, 2023, p. 140).

Ribeiro também destaca que a mídia, em especial a mídia jornalística, define que entre todos os fatos da atualidade, quais são possíveis de caracterizar como “memoráveis” em um futuro, e essa ação reveste esse fenômeno ou acontecimento com “relevância histórica”. Para a autora, esses são parâmetros que definem esse espaço como “verdadeiro ‘lugar de memória’ da contemporaneidade” (Ribeiro, 2007, p. 7). Assim, verificar esses aspectos midiáticos acerca das obras ficcionais presentifica e desfruta de diferentes temporalidades tanto em seu universo quanto fora dele.

3.2. *Fait divers*

A obra ficcional e os produtos derivados desse mercado, observados como um fenômeno cultural, surgem a partir da noção acerca do papel do jornalismo cultural e sua relação conflituosa entre o gênero *fait divers*. Tal descrição, também, reside na perspectiva apreciada por Bueno (2023), em que o público, a partir de uma relação de interesse, passa a consumir tal produto, o que torna tal produto, em algo rentável.

Em suma, a expressão francesa *fait divers* (em português, “notícias diversas”) é um tipo de gênero narrativo que se baseia em temáticas naturalmente surpreendentes e, para tornar o texto ainda mais interessante, emprega e manipula a linguagem para transmitir uma mensagem atraente. Ao sair do lugar comum, seu trunfo reside no fato de que o público possui um interesse perene e latente por esse tipo de narrativa. Esse gênero, divulgado em periódicos, sejam jornais ou revistas, normalmente em formato de notícia ⁶, é efetivo porque “vende” ou, em outras palavras, porque possui um número representativo de leitores (Bueno, 2023, p.49).

Bueno (2023), também apresenta seus apontamentos a partir da perspectiva de Barthes. O autor destaca que a própria atividade em classificar tal gênero, *fait divers*, em uma categoria pode ser uma tarefa muito complexa, e faz-se necessário um olhar amplo para o objeto em questão e sua relação com os signos da qual representa. O autor argumenta que o entendimento sobre tal gênero, amparado por uma perspectiva em que é compreendido como uma “notícia geral”, por si já é uma tarefa árdua, pois “fogem à influência positivista da categorização. Portanto, a definição do gênero *fait divers* não se esgota na percepção até aqui resumida” (Barthes, 1964 *apud* Bueno, 2023, p.50). O autor categoriza o gênero e suas características a partir da perspectiva de Barthes, e está relacionada a três pilares

centrais: a imanência, a seletividade e a repetição, como é possível observar na tabela sintetizada abaixo.

Tabela 2 - Características dos *fait divers*

Características do <i>fait divers</i>	Descrição
Imanente	Compreensão que não exige contextualização, basta-se em si, pois parte do cotidiano e da banalidade.
Seletivo	A ilusão de proximidade é uma sensação que a narrativa promove ao leitor. Isso ocorre por uma série de fatores, dentre eles as imagens, as entrevistas, os detalhes, as opiniões embaladas em situações locais, entre outros.
Repetitivo	Repetição dos mesmo temas em contextos diferentes, o que permite manter o caráter factual.

Fonte: Elaborado por Bueno (2023) conforme apontado por Barthes (1964) e sintetizado por Dion (2007).

Outros autores, como Rossi (2016), destacam que a própria classificação de *fait divers* se estabelece em uma zona ambígua em que seu produto é impreciso, constituindo-se da junção de dois movimentos de causalidade aleatória e coincidência ordenada. Tal movimento é o que Barthes estabelece como imersos nessa zona ambígua. Ele destaca que o autor também classifica tal gênero como literatura.

Rossi também argumenta que a delimitação do gênero a partir da “relação entre o acontecimento e a causalidade ou a coincidência, [...] se constitui pela junção de dois movimentos: a causalidade aleatória e a coincidência ordenada, o que reflete em uma perspectiva em que o acontecimento é percebido como um signo, mas que tal representação é incerta e imprecisa. O que o autor conceitua como o “mundo da significação” (Barthes, 2003, p. 63 *apud* Rossi, 2016, p. 246)

Compreender esse segmento digital, como o *KATON* e sua relação com tal fenômeno é também uma forma de desvelar as próprias mudanças estabelecidas no cenário digital. Autores como Lourenço (2021) e Baptista (2021) destacam que o conceito em que se estabelece o jornalismo cultural é dúbio, e que tal condicionamento está relacionado à temporalidade em que se insere. Além disso, a própria designação de produtos ao segmento cultural é fruto de uma prática generalista em que é presentificado a diversificação temática, e que ocasiona uma

perda de especialização, determinada por uma redução quanto à crítica cultural em detrimento da divulgação cultural. Tal conjectura assume uma postura mais próxima do jornalismo tradicional.

O conceito de Cultura é dúbio, irresoluto, definido em função da época, do *esprit du temps*. Por outro lado, se podemos assumir o jornalismo cultural como prática informativa especializada (assente na notícia, na reportagem, na entrevista, enquanto géneros jornalísticos privilegiados), não o podemos recusar enquanto atitude estética, poética, necessariamente subjetiva assente na crítica, na crónica, na opinião [...] (Lourenço, 2021, p. 8).

Assim, encarar o jornalismo cultural como uma nova multiplicidade do escopo em que está inserido, garante novos arranjos para tal prática em que assume novas condutas e práticas, como o *fait divers*. Baptista (2021) complementa que essa sinalização reflete na conduta, e é percebida em uma fronteira em que tal prática oscila entre uma exigência de autonomia e a pressão comercial em que tal formato se estabelece. Ele destaca que a partir de uma tentativa de englobar diversos tópicos e temáticas a uma “designação genérica de jornalismo cultural” (Baptista, 2021, p. 21), realiza movimentos em que se mistura diferentes segmentos, como artes, entretenimento e lazer, de acordo com exemplo dado pelo autor, e tal ação centraliza essa prática em uma “zona de fronteira (boundary work) que marca as práticas jornalísticas contemporâneas, oscilando entre a exigência de autonomia e a cedência a pressões comerciais” (Baptista, 2021, p. 21)

A transformação digital, assim, desencadeia uma nova forma de produzir e consumir informação ligada a esse produto derivado da cultura. Sem a necessidade de uma intermediação entre o conteúdo de interesse e o segmento do jornalismo cultural, como destacado por Silva (2021). Isto é, outros agentes envolvidos em tal processo, como criadores de conteúdo e influentes digitais também participam de tal ação, criando um movimento a partir dessa interação, tornando-o esse um espaço público cultural.

[...] antes, a comunicação de cultura era basicamente o jornalismo cultural, a transformação digital alargou esta intermediação a qualquer pessoa ou instituição que queira produzir ou partilhar conteúdo cultural. Hoje, a tecnologia está tão presente na forma como produzimos, experienciamos e partilhamos cultura que a dimensão digital se está, ela própria, a transformar num espaço público cultural (Silva, 2021, p.55).

No caso do *fait divers*, seu estilo é marcado pelo sensacionalismo, e pelo uso de termos coloquiais e gírias. De acordo com Mendes, tal género é marcado por uma estética sensacionalista, termos coloquiais, gírias, expressões grotescas, entre outras. Ele também destaca que o termo é proveniente do francês “designaria tão

somente um fato diverso, diferente, *fait* (fato, do latim *factum*), particípio do passado de *faire* (fazer, do latim *facere*)” (Mendes, 2013, p.4).

É importante considerar que o *fait divers*, apreciado neste trabalho, é direcionado a partir de uma perspectiva de informação de entretenimento e essa é sua relação mais próxima ao mercado da mídia. Isto é, sem assumir toda a responsabilidade presente no jornalismo tradicional, se assemelha a uma grande mesa de conversa em rodas de futebol. O caráter de entretenimento é apreciado por tal estrutura como um escopo fundamental para sua aproximação ao campo jornalístico, mas sua imprecisão quanto a essa prática está relacionada ao teor que o conteúdo é discutido. Ao que Mendes (2013) relata, a origem em que se designa o *fait divers* é relacionada a sua espetacularização, em que o público, além de apreciar o conteúdo que era gerado, também participava, desde os cantos dos menestréis, a outras formas de expressão artística. Tal desenvoltura comporta, não apenas um fato diverso, mas a diversidade de fenômenos gerados a partir do que se define como cultural ou entretenimento. Isto é, é a zona de fronteira entre a notícia e a informação (Mendes, 2013, p.56).

Embora o termo remonta ao advento da imprensa de massa, na segunda metade do século XIX, segundo Dion (2007, p.127), esse tipo de notícias exista muito antes de sua veiculação nos jornais. Suas narrativas estavam relacionadas a um tipo de espetáculo cultural, em que o público participava e cuja transmissão era eminentemente oral. Nesse sentido, Ramos (2008, p.137) mostra que o *fait divers* 'já existia em diferentes produções culturais, na Idade Média, habitando os cantos dos menestréis, em seus apelos e interpretações de entretenimento' (Mendes, 2013, p.56).

Outros teóricos, como Guimarães, apontam que o uso da linguagem coloquial, os relatos de notícia, literatura, entre outros atributos, também carregavam consigo todo o sentido pejorativo em que se estabelecia. Assim, como a própria noção de sensacionalista, em que se insere dentro dos parâmetros das notícias no século XX e XXI. “Com temas do cotidiano e linguagem coloquial voltada ao público, era uma produção que sequer se entendia como cultura. Posteriormente seria reconhecida como cultura popular, com todo o sentido pejorativo” (Guimarães, 2022, p. 32). Ele argumenta que tais notícias podem ser observadas no cenário nacional como “sensacionalismo” ou “de sensação”, mas que esta não é uma definição precisa, pois diversos formatos já se utilizavam de tal para compor outros suportes e formatos, incluindo, o mercado midiático, em editoriais como economia e política.

[...] sensacionalismo é próprio de vários gêneros, do faits divers, do folhetim, das celebridades. Depois o estilo passou a compor outros discursos e aparecer em outros suportes, até nas páginas antes tidas como sérias, a exemplo das seções de economia ou política (Guimarães, 2022, p. 35).

Seu papel quanto à Economia Política da Comunicação (EPC), ou mesmo das indústrias culturais, está associado ao seu vetor em gerar um máximo consumo, a partir do regime de afeto apropriado por ela. Assim, o *fait divers*, torna-se um guia para o consumo do grande público, e até mesmo de públicos mais nichados sobre temas específicos. Bueno corrobora com tal perspectiva a partir de sua reflexão sobre a sociedade de consumo e sua relação com as indústrias culturais em observância aos preceitos destacados por Morin. Tal conjectura busca atingir um grande público e o maior lucro a partir do consumo gerado com tal público. Além disso, tal noção, atrelada ao *fait divers*, permite identificar como “relato de fatos díspares, alheios ao ordinário, que são de certa forma conflitantes com o senso comum” (Bueno, 2023, p.50).

3.3. Mercado Da Informação Vs. Mercado Da Mídia

Propor o jornalismo não apenas como uma estrutura de poder, um cargo, uma profissão, um *modus operandi*, mas um conjunto de elementos em constantes relações em que se estabelecem conexões intermediais (entre os elementos da mensagem, os personagens da mensagem, o mediador, os equipamentos de transmissão, recepção, o espectador, o discurso, etc.), para além de questões anteriores, é uma tentativa de desvelar elementos da sociedade em um plano em que os partícipes desse mercado não o fazem por seus currículos profissionais, escolaridade, entre outros aspectos, mas a partir de parâmetros bem estabelecidos e que merecem serem levados em consideração, como todo o arcabouço cultural, histórico e social em que se consolidou esse mercado. Assim, outras estruturas presentes nesses espaços se confundem com esse segmento, a partir da utilização de métodos e técnicas advindas de tal segmento, e interceptam audiências que não fazem parte ou que estão avulsas a essa noção de distinção entre esses dois mercados, o midiático e o informacional. Isto é, não podem e nem devem ser configurados como tal prática profissional, e por isso devem ser categorizados como um novo segmento e mercado ligados à informação e entretenimento.

Esses espaços de informação compactuam de elementos presentes no mercado da mídia, e utilizam-se de ferramentas presentes no campo jornalístico, mas não estão empenhadas em atuarem como esse segmento midiático. Suas atividades não estão em consonância com os valores éticos presentes no campo jornalístico e devem ser configurados como uma representação distante do mercado midiático. Para isso, é preciso instituir novos parâmetros para esse mercado informacional, alinhando as práticas, interesses, valores, e outros atributos a esse mercado construído a partir das transformações tecnológicas ocorridas ao longo dos anos, como *podcasts* ligados à ficção, em que seu principal produto e conteúdo gerador de *leads* e agrupamentos podem ser verificados a partir do número de visualizações e interações com esses canais, em que é instituído a especulação narrativa ficcional e de entretenimento, seja através de captação do público com títulos ligados aos seus interesses ou fora dessa construção narrativa empregadas por eles, também nomeados como “*Click Bait*”.

Tal prática, pode ser verificada como um elemento destoante do que é praticado e ensinado em cursos de comunicação social. Eles se apresentam como um escopo mais próximo do que comumente é chamado de sensacionalismo no mercado midiático, isto é, um conteúdo deturpado, incompleto, ou até mesmo intencionalmente enganador. Sua prática, por outro lado, mesmo que vista como uma ação intencionalmente mercadológica, geradora de números, clique e visualizações, não é encarada como uma ação antiética ou fora de um escopo profissional, pois a sua menção como um fato mercadológico não produz prejuízos ao conteúdo ficcional, e nem mesmo interferem nas atribuições dos conteúdos.

3.4. O Jornalismo no Rádio e no Podcasting

A Rádio é uma das maiores representações da Comunicação Social no mundo desde o século XX, época em que se consolidou como espaço de grande importância para o jornalismo brasileiro. De acordo com Lopez (2009, local 25), foi durante as primeiras décadas do século XX que o rádio foi consagrado como um grande representante do segmento e foi gradualmente garantindo seu espaço frente a outros meios de comunicação, como o jornal impresso, por exemplo. Segundo a autora, o foco principal das primeiras emissoras de rádio eram as radionovelas, e só

a partir de seu sucesso o jornalismo foi conquistando espaço nesse ambiente, ainda na década de 20.

Com um princípio mais lento, o rádio, a partir da década de 30, tornou-se o principal meio de comunicação do Brasil, chegando à sua era áurea nos anos 40, quando tinha papel de destaque nas residências e no cotidiano dos ouvintes¹¹. Neste período, a produção mais importante era de radionovelas, programas de humor e de auditório com a inserção gradual do jornalismo na programação (Lopez, 2009, local 25).

Com o passar dos anos novas tecnologias foram surgindo para facilitar e popularizar o acesso a esse meio de comunicação. Lopez (2009, local 26), destaca que só a partir da invenção de transistores, tecnologia criada pela empresa *Bell Telephone Laboratories*, que o rádio ganhou novas configurações para sua ampliação. Para que essa empreitada funcionasse eram necessárias a criação de novas tecnologias voltadas para a alimentação dos aparelhos e ampliação dos “[...] sinais elétricos através do uso de gerânio como material semicondutor [...] as válvulas que, além de terem grandes dimensões, demandavam muita energia, puderam ser substituídas” (Ferraretto, 2001 *apud* Lopez, 2009, local 26).

A partir disso, a autora destaca que o público que acompanhava a grade de programação, com o avanço tecnológico empregado a esse meio comunicacional, tinha acesso individual, o que garantia maior liberdade de escolha do que se pretendia ouvir por parte do público (Lopez, 2009, local 28). Ela destaca que tal transformação foi importante para sua consolidação, onde o público apreciava as mudanças em sua rotina, e que a partir daquele momento poderiam acompanhar a programação enquanto realizavam suas atividades no dia a dia, mesmo que estivesse em um ambiente externo. “O rádio deixava, assim, sua função principal de centro de lazer e entretenimento familiar para se tornar o companheiro mais cúmplice do ouvinte” (Lopez, 2009, local 28). Ela também relata que a principal responsabilidade para o meio naquele período era seu papel em transmitir informações locais e de prestação de serviços.

A autora destaca também que (2009, local 80) que os produtos radiofônicos foram se desenvolvendo com o avanço tecnológico no ambiente comunicacional. A complexidade gerada a partir disso, também gerou grandes embates sobre a produção da notícia através desse meio e o que fora proveniente a ele, como os *podcasts*.

A partir do desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação, os processos de construção da notícia se complexificam. Trata-se do que Faus Belau (2001) identifica, especificamente no rádio, como o contexto mutante, que traz para o debate o “algo a mais”, as consequências da tecnologia para a reflexão sobre o jornalismo, para suas rotinas e para suas técnicas. Sem dúvida, o momento radiofônico atual é complexo como poucos na história do meio e requer uma abnegada atenção. E se a circunstância merece dedicação, reflexão e observação é porque a situação é muito mais perigosa do que a gerada pela chegada da televisão. Possivelmente este seja o conflito mais complexo vivido pelo rádio até hoje, porque afeta sua própria raiz (Belau, 2001, p. 16 *apud* Lopez, 2009, local 80).

As produções envolvidas, a partir dessas mudanças, necessitam de novas reflexões sobre tal produto, tanto em seu modo de produção e distribuição, assim como também de sua linguagem. A autora alerta para a necessidade de se pensar nessas novas conjecturas fora do que tradicionalmente se apresenta nesse segmento, assim como também novas estruturas de narrativas presentes nesse meio, visto que as mudanças no paradigma digital também é responsável por alterar as relações de consumo, produção e transmissão desses produtos radiofônicos. Tal movimento desencadeia em uma reação por parte do corpo profissional deste segmento a “repensar e rediscutir o radiojornalismo, seus fazeres e sua linguagem” (Lopez, 2009, local 82).

São processos que não podem ser considerados de maneira isolada, e que prescindem desta relação por se afetarem mutuamente. É tempo de pensar o radiojornalismo para além de sua concepção tradicional, considerando as especificidades de suporte que criam uma nova estrutura narrativa para o rádio (Lopez, 2009, local 82).

Vale salientar, que dentre as principais características desse meio de comunicação, diferente de outras mídias como a televisão, é o seu destaque pela capacidade em interagir diretamente com o público, seja através de ligações telefônicas como também por novos mecanismos de comunicação estabelecidos nesta era digital. Atualmente, o rádio ainda é um dos segmentos com maior público e se mostra como uma comunicação consolidada no cenário brasileiro, atingindo cerca de 83% da população no ano de 2022, de acordo com levantamentos apontados pela Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abratel) sobre pesquisa realizada pela *Kantar IBOPE Media*. No segmento jornalístico, conforme o levantamento, é um meio de comunicação de grande credibilidade da população brasileira, e representa cerca de 56% dos ouvintes de rádio que confiam e

consomem tal mídia apreciando seu caráter noticioso e informativo. O jornalismo no rádio ainda é um segmento de grande repercussão.

A presença de publicidade em tal segmento, segundo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) representa cerca de 4% do montante destinado à publicidade. O levantamento realizado em 2023, foi realizado com 319 agências de publicidade, representou um total de cerca de US\$ 1,8 bilhão em investimentos publicitários em mídias. O período em que o levantamento se concentrou foi entre os meses de janeiro a junho daquele ano. Além disso, a associação ainda destacou que ocorreu um aumento de cerca de US\$ 10 milhões em investimento publicitário para rádio em comparação ao ano anterior.

Com o avanço das tecnologias digitais, sua transmissão, gravação e edição, são realizadas com o suporte de redes de computadores e internet, e assim como a internet facilitou o acesso à informação, o rádio também pode usufruir de tal prática para permanecer como uma mídia de característica de instantaneidade em sua distribuição através de dispositivos analógicos como rádios FM, presente em diversos aparelhos, e até mesmo veículos de transporte, como também através de dispositivos tecnológicos como smartphones, tablets e computadores.

4. PODCASTING

Medeiros (2021, local 1) argumenta que esse espaço midiático, o *podcasting*, surgiu a partir do descontentamento de Adam Curry, ex-apresentador estadunidense da MTV, com a programação das rádios convencionais. A partir disso, Adam se interessou em “reverter essa situação até chegar na ideia de uma transmissão diferenciada de programas de rádio personalizados” (Medeiros, 2021, local 1).

Diante desse cenário, alguns produtos culturais se destacam. A exemplo disso, é possível verificar a ascensão do consumo de *podcasts* no mundo, e em especial no Brasil. De acordo com informações divulgadas pelo site Exame, o serviço de streaming *Spotify* divulgou levantamento sobre o consumo de áudio pelos usuários, acerca do desempenho de *podcasts* na plataforma. Os números foram divulgados, conforme o portal de notícias, em novembro, durante a segunda edição do *Fan Study*. Dentre os levantamentos apontados pela empresa, a maior parcela de consumo dos usuários dessa mídia ocorre durante a semana, com 78% de segunda a sexta-feira e 22% nos finais de semana. O site também destacou que os horários de acesso são entre às 8h e 17h, o pico de audiência. Já no final de semana, sábados e domingos, o pico ocorre entre 11h e 12h.

Outros apontamentos de grande relevância para compreensão acerca da recepção do público e sua interação com os “hosts”, apresentadores do programa, foram revelados pela empresa, como novos fluxos de consumo apreciados pelos ouvintes de *podcast*. Segundo a Exame, as recomendações por programas consolidados como interesse do público, além de sugestões de amigos e familiares, são as principais fontes de acesso a esses novos conteúdos acessados pelos novos usuários dos respectivos programas.

A empresa também conclui que o país com maior acesso a essas mídias é o público brasileiro, representando cerca de 42,9% da população com acesso à internet e que acompanha a programação semanalmente, entre o público com idade a partir de 16 anos até 64 anos.

O desenvolvimento do produto é acessível de forma gratuita e paga, levando em consideração o acesso do indivíduo através de *hardwares*, dispositivos físicos, como computador, smartphones, entre outros. A produção do material ocorre através de recursos de *software*, programas e aplicativos desenvolvidos para edição e distribuição do produto final. Alguns produtos no mercado podem ser adquiridos de

forma gratuita ou paga. A exemplo é possível destacar programas como *Adobe Audition*, *Sonar*, *Sound Forge* (softwares pagos) e outros como *Reaper* e *Audacity* que podem ser adquiridos de maneira gratuita.

Alguns desses programas contam com tutoriais em seu próprio sistema, mas também podem ser encontrados cursos para aprendizagem e manuseio desses softwares. Outra maneira de entender o funcionamento desses programas se dá através de conteúdos publicados através de plataformas digitais, como *YouTube* ou fóruns de discussão na internet. Contudo, a produção também pode ser realizada a partir de um processo intuitivo do usuário através de recursos de ajuda e suporte técnico, por fim, a prática auxilia na construção de melhores resultados e qualidade do produto final. Para além das técnicas de produção, é importante destacar outros aspectos importantes para consolidação de produtos desse segmento no mercado, como as categorias e gêneros, além de conhecimento sobre o conteúdo que deve ser produzido.

Vale salientar que há uma crescente em relação ao número de assinantes e/ou seguidores em plataformas digitais. De acordo com a CNN, em junho de 2022, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic) apontou que o consumo de *podcast* cresceu mais de 132% no pós-pandemia, totalizando cerca de 41 milhões de ouvintes brasileiros, contra 17 milhões em 2019. Assim, os pesquisadores se debruçam sobre esse campo e suas diversas temáticas a fim de elucidar algumas questões sobre o exercício dessa prática. É importante observar que esse levantamento é de grande relevância para compreensão do fenômeno da ascensão dos *podcasts* na rede, visto que a empresa é detentora de um grande público cativo, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo.

O entendimento acerca do mundo capitalista com um novo modelo de comunicação global é fortemente influenciado por três fatores centrais, a revolução tecnológica da informação, a ascensão e efervescência dos movimentos culturais, além de observar esses fenômenos a partir de uma crise econômica do capitalismo. Coutinho (2011, local 3) destaca o que é a sociedade da informação e como se estabelece esse novo paradigma.

[...] a sociedade da informação não é um modismo. Representa uma profunda mudança na organização da sociedade e da economia, havendo quem a considere um novo paradigma técnico-econômico". O autor referencia também que esta nova era pode ser considerada como um

fenómeno global por afectar directamente as actividades sociais e económicas, visto que suas estruturas e dinâmicas são indiscutivelmente afectadas pela infraestrutura das informações disponíveis (Takahashi, 2000, p.5 *apud* Coutinho, 2011, local 3).

Esses apontamentos garantem que uma nova reestruturação da economia, aliada às revoluções tecnológicas e transformações culturais, que deságuam em uma redefinição das relações de produção, poder e experiência, assim como mudanças significativas na compreensão da sociedade como um novo projeto de desenvolvimento. Teóricos como Brandão (2019) alertam que essas novas interações modificam o ambiente, o consumo e o próprio contato com os consumidores de tais produtos, e são um modelo complementar para tais atores. “Trazer a possibilidade de uma relação mais aproximada entre empresa e mercado, entre produto e consumo, considerando até mesmo as características individuais. Com a Internet, se inaugura uma nova era para a comunicação: a era do diálogo” (Brandão, 2019, local 12).

Rodrigues (2016, p. 17) aponta que as consequências resultantes de uma sociedade da informação ainda não podem ser compreendidas em uma completude afirmativa, visto que ainda é consonante às gerações presente nesse processo mas que perpassam por diferentes aspectos da sociedade, como os aspectos sociais, culturais e comunicacionais.

Por se tratar de algo novo, de um contexto social recente, ainda não se sabe exatamente o que a sociedade da informação nos trará, posto que ainda não se viveu uma geração inteira dentro desse processo; não sabemos o que esta exposição nos trará como consequências. O fato é que algumas mudanças estão sendo sentidas na própria vida cotidiana, e uma parcela dos autores já a apontam, das quais não podemos fechar os olhos, integrando o atual desenvolvimento histórico das sociedades, sem desmerecimento da crítica que as nega, ou as relativize, torna cada vez mais necessário discuti-las enquanto fenômenos sociais, culturais e comunicacionais (Rodrigues, 2016, p. 17).

Assim, perceber esses novos movimentos de atuação, como o *podcasting*, são também uma tentativa de desvelar os processos vivenciados em nossa atualidade, que abrem espaço para discussão e compreensão de como esses produtos podem influenciar nossas escolhas e concepções acerca do mundo globalizado e nossas experiências coletivas e individuais.

4.1. Gêneros Radiofônicos e Podcasting

O grau de semelhança entre o gênero radiofônico e o *podcasting* e suas diferenciações são apontadas por Falcão (2019, local 4). Ela destaca que a primícia para ambos se dá através de sua capacidade de transmissão sonora, mas que sua grande diferenciação se dá através do aparato utilizado para produção e distribuição. A produção do *podcast*, por exemplo, é mais dinâmica, e pode ser realizada tanto por grupos organizados por grandes conglomerados empresariais consolidados no mercado midiático tradicional, ou que também pode ser produzido por um ou mais indivíduos interessados em tal formato. Outro fator de grande diferenciação em tais segmentos, pontuado pela autora, é sobre as restrições impostas aos produtos radiofônicos e a liberdade de distribuição adquirida pelos *podcasts* com a consolidação de tal segmento em um ambiente digital.

Tanto o rádio quanto o podcast transmitem a mensagem por meio do som, mas as diferenças são marcantes desde a produção à distribuição. Primo (2005) pontua, por exemplo, que enquanto nem todos podem ter uma rádio, qualquer pessoa com acesso à informática pode produzir um podcast, com o mínimo de recursos. Essa consideração merece atenção, uma vez que o podcast tanto pode ser produzido por uma única pessoa com um microfone em mãos, quanto por grandes corporações que o incluem em seu rol de produtos midiáticos. Ao contrário do que ocorre no rádio, a distribuição não se restringe à localidade, mas torna-se global, conquanto haja inclusão digital. A flexibilidade de tempo, a liberdade na linguagem e a divisão por episódios também devem ser destacadas (Falcão, 2019, local 4).

Corroborando com as assertivas destacadas por Groth, Falcão (2019, local 5-6) considera quatro características fundamentais para a aplicação do jornalismo nesses tais segmentos. Eles são pontuados como fundamentais para sua atribuição dentro do que se determina como um produto jornalístico e são: a periodicidade; a universalidade; a atualidade e a publicidade. E sua relação está intimamente ligada ao processo de continuidade, necessidades, conteúdo e aproximação quanto à noção de realidade pertencentes aos ouvintes.

[...] enumera quatro características fundamentais do objeto jornalístico, recomendando que a análise comece a partir da identificação desses atributos, a periodicidade, a universalidade, a atualidade e a publicidade. A primeira está ligada não apenas ao tempo, mas à continuidade à unidade de sentido de determinado veículo. A periodicidade, segundo Groth (2011), também está profundamente atrelada ao modo de vida e às necessidades das pessoas e é uma forte marca que difere o jornalismo de outras publicações como boletins, cartilhas e circulares. A universalidade já se aprofunda mais no conteúdo das publicações e diz respeito ao conhecimento de mundo necessário para que o indivíduo tome suas decisões. O jornalismo seria responsável, portanto, por fornecer ao sujeito material necessário para que ele forme sua opinião sobre determinado fato, esteja este perto ou longe de sua realidade (Groth, 2011 *apud* Falcão, 2019, local 5-6).

Desse modo, a autora considera que a proposição do *podcast* como parte do universo jornalístico é incerto, pois necessitaria encarar o jornalismo como um ambiente consistente e plural, isto é, como um local em que se permitisse a integração de produtos fora de parâmetros rígidos sobre considerações importantes e basilares para consolidação desse campo, como o que deve ser ou não considerada notícia, ou até mesmo o que é considerado o jornalismo. Assim, a autora encara tal produto, o *podcast*, como um semelhante ao jornalismo, que perpassa por uma trajetória semelhante a que se configura tal segmento, mas que deve ser entendido como prática, necessitando assim elaborar suas próprias conjecturas e teorias, desprendidas do fazer jornalístico (Falcão, 2019, local 11).

Aceitar a hipótese de que o podcast possa configurar um novo gênero jornalístico é atestar que os modelos propostos para o jornalismo são suficientemente consistentes para englobar novos formatos ainda que eles representem uma mudança considerável em termos de produção, recepção, consumo e distribuição de conteúdo. Percorrendo uma trajetória idêntica ao do próprio jornalismo, o podcast surge primeiramente enquanto prática e abre caminhos para uma teoria que sirva como base para sua consolidação (Falcão, 2019, local 11).

Dentre os gêneros observados no *podcast*, alguns se destacam como os debates, entrevistas, dramatizações, mas que não devem ser confundidas com o que vem sendo produzido em outros segmentos como nos produtos radiofônicos. O ambiente massivamente digital, e a falta de uma preocupação com as características destacadas por Falcão na produção e distribuição desses produtos não pode ser considerado como genuinamente ligado às produções de notícia e o jornalismo, mas partem de um hibridismo entre outras áreas e tal segmento, como destaca Carvalho (2011, local 8).

Entrevistas, debates, música, dramatizações com direito a efeitos de som e uma seleção, muitas vezes cuidadosa, de trilhas sonoras. Os podcasts têm sido um meio aberto a experimentações, palco onde se apresentam os mais diversos temas e personagens, agregando recursos de todas as mídias existentes para um público segmentado. Nele se mesclam gêneros e formatos radiofônicos com apoio de imagens estáticas e em movimento e suas linguagens (Carvalho, 2011, local 8).

As discussões acerca do que são os gêneros radiofônicos, mesmo sendo um produto consolidado no mercado, ainda devem seguir por longos debates. Existem muitas discussões sobre quais os gêneros presentes nesse produto midiático desde sua ascensão no início do século XX, como observado a partir dos argumentos apresentados por Vicente (2002, local 1).

O assunto “gêneros” é bastante polêmico, não existindo consenso entre os diferentes autores nas suas classificações das produções. A própria idéia de classificação é questionada sendo possível afirmar que, em certos círculos intelectuais, “esse tipo de discussão se tornou alguma coisa anacrônica, quando não irrelevante”¹. Não concordamos com essa posição, entendendo que a classificação de gêneros fornece, no mínimo, condições para uma compreensão mais didática das possibilidades de produção que o rádio pode nos oferecer (Machado, 2001 *apud* Vicente, 2002, local 1).

Vicente (2002, local 2-4) apresenta alguns gêneros definidos nos produtos radiofônicos como, por exemplo, o gênero Jornalístico e Informativo; Musical; e Educativo-Cultural; e que se dividem em uma gama de subgêneros.

A presença e coexistência entre velhos e novos meios de comunicação tornam a percepção sobre as associações e dissociações entre ambos, muito complexa. Até mesmo, porque ambas estão presentes às vezes em um mesmo espaço, como o ambiente digital. Porto (2012, local 7) aborda sob tal perspectiva a sua apreciação e sua construção narrativa. Ele observa que esses novos aspectos devem ser levados em consideração, e que seus novos signos a partir dessa hibridização também fazem parte da comunicação.

Inserida em um contexto de coexistência entre o velho e o novo meio, onde emergem novas formas culturais e relacionais que integram a mídia morfoseada, a linguagem narrativa também se transforma, a fim de abrigar os novos signos que passam a fazer parte da comunicação”. A pesquisadora Janet Murray (2003) explica que as tradições narrativas são contínuas e se alimentam umas das outras, tanto no conteúdo quanto na forma (Murray, 2003 *apud* Porto, 2012, local 7).

Outro aspecto revelador quanto a essa questão é sob as ações em que se estabelecem os parâmetros de interação entre esses produtos e seu público, a partir das especulações narrativas absorvidas por esses entes a partir do relacionamento entre eles e esses novos mecanismos de interação que se tornam terrenos férteis

para a rápida circulação, criação e consumo desses discursos, como apresentado por Porto (2007). A mediação realizada através das novas tecnologias, além de outros atributos como a ação dos fãs são movimentos que independem de agentes sociais para seu consumo e negociação. “[...] cada um participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente” (Primo, 2007, p. 57 *apud* Porto, 2012, local 9). O autor argumenta que “o relacionamento entre obra, fãs e novos conteúdos produzidos são capazes de gerar emoções e regular ações no mundo real e virtual por meio da afetividade” (Porto, 2012, local 9). Isto é, tais produtos são considerados por seu público um vetor de credibilidade, a partir do interesse gerado em se consumir as especulações estabelecidas e até mesmo assertivas, em alguns momentos, e isso garante a consolidação desses produtos em seus nichos. Mais adiante abordaremos sob essa perspectiva a partir das discussões observadas a partir dos episódios do *KATON Podcast* sobre *One Piece*.

4.2. Podcasting e prática transmídia

O *Podcasting* é um ambiente em que se pode encontrar diferentes possibilidades para sua produção e circulação. Quando atrelado ao universo transmidiático é um produto que desempenha um papel de conciliador entre o que a narrativa imposta pelos canais oficiais desses produtos ficcionais impõem e as especulações dos fãs. A interação pode ser observada tanto pela análise realizada pelos convidados como também pelo público que acompanha tais programas.

Em ambiente universitário, mesmo com grande público jovem, não pode ser observado tais programas ligados a ficção e universos transmidiáticos, como nas produções direcionadas a esses conteúdos de animes e mangás provenientes da cultura japonesa, consumidas por todo o mundo.

A subjetivação exacerbada sobre tais análises e discussões presentes nos episódios, como o *KATON Podcast*, pode ser um fator crucial para tal dispersão nesses ambientes sobre o que é ou não considerado pertinente ao gênero jornalístico.

Figura 9 – KATON Podcast



Programa KATON Podcast exibido através do Youtube. Fonte: KATON Podcast

Kischinhevsky (2018, local 4) aponta que o “reconhecimento do *podcasting* como uma modalidade radiofônica pode parecer trivial hoje, mas nos primeiros anos muitos foram os pesquisadores”. Ele corrobora como a perspectiva apresentada por outros autores como Medeiros (2005) e Prata (2006) em que estabelecem esse novo formato como dissociados do gênero radiofônico. Segundo o autor, esse produto não está atrelado a tal segmento, pois não envolve transmissão em tempo real, entre outras características.

[...] entenderam o novo sistema de distribuição de conteúdos sonoros sob demanda como essencialmente não-radiofônico (Medeiros, 2005, 2006 e 2007; Prata, 2010). Isso porque o podcasting não envolveria transmissão em tempo real, nem em fluxo contínuo, aproximando-se, portanto, da fonografia ou mesmo configurando um novo meio de comunicação, inserido numa lógica digital (Kischinhevsky, 2018, local 4).

Ele argumenta que outras vertentes, sob essa perspectiva, que o *podcasting* deve sim ser considerado uma manifestação e modalidade incorporada a esse segmento, a partir de sua associação à internet e apresentando característica presentes na *web rádio* (Kischinhevsky, 2018, local 4). Ou seja, se considerar a radiofonia como um produto que se apropria dos recursos digitais e se incorpora a esse ambiente como uma nova modalidade, no caso a *web rádio*, então tais produtos devem ser levados em consideração para serem considerados parte desse formato midiático.

Outra vertente, no entanto, advogaria a «ampliação do entendimento do rádio para além das emissões eletromagnéticas, abarcando ou se aproximando de novas manifestações sonoras associadas à internet». Esta visão menos restritiva do que seria o radiofônico, abarcando web rádios, podcasting e também os chamados serviços de rádio social, entre outras modalidades de radiodifusão sonora, foi aprofundada posteriormente (Ferraretto e Kischinhevsky, 2010; Kischinhevsky, 2012 e 2017) (Ferraretto, 2007 *apud* Kischinhevsky, 2018, local 4).

O autor advoga sob tal perspectiva a partir da perspectiva sob o jornalismo narrativo, em que os objetos de apuração e de informação são evidenciados nesses novos formatos. Contudo, não é percebido se é necessário tais produtos serem percebidos como associados à realidade, no caso das narrativas ficcionais, e em específico a este trabalho, as narrativas transmidiáticas estão dissociadas desse caráter de realidade e, portanto, ficam à margem dessa perspectiva. Isto é, se tais formatos podem ser considerados a partir de suas apurações de informação e outras características, mas que não estão associadas a um aspecto de informarem sobre a realidade, mas se apropriarem do caráter ficcional e imaginativo, apenas por serem conteúdo, provenientes de uma apreciação sonora, podem ser englobadas em tal formato e gênero.

Entende-se, portanto, que nos últimos anos conformou-se um gênero de jornalismo narrativo, apesar de todos os problemas conceituais elencados. Este novo gênero envolveria reportagens investigativas com apuração exaustiva de informações, o que permitiria reconstituição—no âmbito narrativo, evidentemente—de cenas e ambiências, bem como reportagens de interesse humano, que mobilizam arquétipos em novas roupagens, numa tática para sensibilizar a audiência e estabelecer vínculos entre ouvintes e personagens representados (Kischinhevsky, 2018, local 6).

É importante salientar que Kischinhevsky (2018, local 6) observa esse movimento do jornalismo narrativo, também presente no gênero radiofônico. E visto sua função em apresentar resumos e explicações sobre a temática que abordam, partem de uma hibridização entre tal segmento e o observável em narrativas ficcionais. Ou seja, a ficção está presente como uma espécie de guia para construção de narrativas, mas são utilizadas para abordarem conteúdos ficcionais, e não necessariamente tais produtos.

No rádio, esse novo gênero se manifesta com características específicas, como o uso de trilha sonora para evocar sentimentos—afeto, medo, raiva—e sensações—suspense, alegria. A linguagem se aproxima da (e também atualiza a) contação de histórias. Caio nível de redundância característico do texto no radiojornalismo, em função da atenção à narrativa,

e ganham espaço os ganchos, os resumos explicativos que abrem e encerram os episódios, inspirados na lógica da ficção seriada (Kischinhevsky, 2018, local 6).

Couto (2023, local 5) observa que essa narrativa radiofônica se utiliza de tais segmentos, ficcional e real, para captar essas audiências. Ele destaca a partir da perspectiva e estudos apresentados por Viana (2023) que esses elementos estão presentes nesse ambiente sonoro. Portanto, esse gênero parte de um princípio em que se apropria de tais estruturas, mas, ao mesmo tempo, tenta se afastar de tais concepções em que estabelecem esse segmento como um ambiente plural.

Após conectar as narrativas e o jornalismo, a autora se dedica a estudar as narrativas radiofônicas, em que concentra o estudo da narrativa neste meio centenário. Viana traça uma relação na forma com que a audiência interage com a narrativa radiofônica e como elementos da ficção e do real atuam no imaginário do ouvinte (Viana, 2023, p. 49 *apud* Couto, 2023, local 5).

O autor argumenta que a narrativa e sua relação com o jornalismo parte do ponto de vista em que tal segmento não apenas um relata os fatos, mas também envolve técnicas presentes para construção de tal discurso, além de sua função primordial em atrair e envolver seu público consumidor.

4.3. Podcast

O *podcast* é uma mídia que surgiu na primeira década do século XXI, a partir do desenvolvimento de sistemas de transmissão de áudio que foram incorporados a sistemas de blogs na internet, e foram desenvolvidas a fim de conceber um novo nicho de mercado que se relaciona e confunde com o jornalismo.

De acordo com Luiz (2010, p. 2), com a evolução tecnológica e a disponibilidade de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, assim como novos formatos para a reprodução da mídia, como o formato MP3, contribuíram para o surgimento de novas ideias de “automatizar o acesso ao conteúdo de áudio blogs e demais programas de áudio”. Assim, o autor destaca que foi através de programas chamados “agregadores”, onde se utiliza uma tecnologia empregada em blogs: o feed RSS (*Really Simple Syndication*), foi um dos maiores responsáveis pela consolidação e sucesso dessa nova mídia.

A partir disso, Luiz (2010, p. 3) destaca que o feed RSS necessitou de novos ajustes para a transmissão de áudio, tecnologia essa criada por Dave Winer para transmissão de uma série de entrevistas do jornalista Christopher Lydon.

Para que o RSS também funcionasse com arquivos de áudio, foi necessário criar um “enclosure”, maneira de se anexar um arquivo a um RSS, apresentando o endereço onde ele está hospedado para que o agregador faça seu download automaticamente. Em 2003, Dave Winer criou esse “enclosure” para que o jornalista Christopher Lyndon pudesse disponibilizar uma série de entrevistas na internet (Luiz, 2010, p. 3).

Observar o *podcast* como produto cultural é, inicialmente, enxergar essa mídia a partir de uma visão crítica acerca de seu envolvimento no cotidiano e as delimitações espaço-temporais da sociedade, que são dependentes da interação com o campo jornalístico para serem entendidas como um produto midiático.

De fato, essas práticas têm seu grau de importância para a consolidação do capitalismo, mas necessitam de fatores mais complexos para sua designação como um produto jornalístico. As mídias seguem linhas editoriais bem definidas, e são um mercado consolidado ao longo dos anos no cenário global, o *podcast*, mesmo que considerado uma prática semelhante ao jornalismo e que se confunde com ele, não garante o espaço para ser considerado como um produto cultural jornalístico. Mesmo que exista nesse segmento, linhas editoriais em conluio com as elites que dominam as bases do sistema democrático, ou que formem certo pacto de falseabilidade do discurso em detrimento de afirmações equivocadas sobre “objetividade”, “imparcialidade”, “credibilidade”, etc., não podem ser definidos como produtos autênticos desse segmento. Esses produtos devem estar conforme a realidade da sociedade, além de apresentarem elementos necessários como impacto social, luta de classes, factualidade, ética jornalística, além de outros elementos necessários para sua consolidação dentro do mercado jornalístico e serem considerados como tal.

É possível verificar que esses produtos culturais apresentam temáticas diversas como o gênero diversional presentes em suas pautas, mas esse produto é minuciosamente pensado para atuarem como elementos lúdicos sobre fatos ligados ao cotidiano, sem interferência aos aspectos ficcionais presentes no produto em si, e quando o são, elas interagem com agentes responsáveis pela produção cultural, e não necessariamente sobre as minúcias retratadas no produto. A exemplo, é possível destacar a distribuição de notícias referentes às editorias culturais como o lançamento de um filme ou transmissão de uma série, sua produção, e outros fatores que instigam o público a consumir, a fim de mercantilização desses produtos, e não estão associadas às discussões sobre pontos de vista acerca da obra ficcional. As entrevistas são realizadas com atores e agentes responsáveis pela

produção ou participação de um determinado filme, obra literária ou série, a fim de convidar e instigar o público a consumir.

4.4. Categorias

Existem diversas categorias de *podcast* com temáticas diversas, e uma gama de classificações identificadas. Júnior (2020) destaca algumas classificações abordadas por diferentes autores como Medeiros (2006), e a partir dos estudos de Lucht (2010) em que, por sua vez, aborda outros autores como Ferraretto e Marques de Melo. Essas classificações acerca das ordens, temas e formatos é variada a partir dos estudos de gêneros radiojornalísticos, apresentados por Júnior, e são opinativo, informativo, utilitário, diversional e interpretativo.

O autor aponta, a partir da perspectiva de Bufarah e Padilha (2020), que o entendimento acerca do *podcast* deve ser “separado” dos meios de comunicação tradicionais, assim representando um novo meio comunicacional.

Tecnicamente, entendemos que devemos separar o podcast como uma nova expressão de linguagem e como mais um meio de transmissão de conteúdos de áudio, pois essa divisão nos ajuda a entender melhor os limites da passagem de um para o outro (Bufarah; Padilha, 2020 *apud* Júnior, 2020, local 3).

É a partir dos elementos acima que o autor destaca, inicialmente na obra, que a avaliação acerca deste produto cultural, em formato de *podcast*, e como ele é avaliado a partir de parâmetros dos gêneros discursivos radiofônicos” (Júnior, 2020, local 3).

[...] quando avaliamos um podcast que é parte de uma narrativa maior que se utiliza desse formato para complementar uma estrutura multimídia, neste caso, temos o gênero híbrido/hipermídia, pois o entendimento do sentido do todo só ocorre com a leitura das várias partes distribuídas em formatos midiáticos diferentes (áudio, vídeo, textos, infográficos). No caso de podcasts produzidos especialmente para a veiculação na web, sem vinculação com uma emissora ou programação radiofônica, também vale entender seu contexto de produção e se podemos enquadrá-lo como produto sonoro radiofônico, como gênero radiojornalístico, ou como híbrido digital (Bufarah; Padilha, 2020 *apud* Júnior, 2020, local 4).

É possível identificar alguns desses gêneros em conjunto aplicados a programas do segmento da informação, como o *KATON Podcast*. Suas classificações se interpenetram no conjunto da obra, mas não o determinam como um produto de grande confiança quanto ao assunto abordado. Mesmo assim, é inegável sua aceitação pelo público, e seu desenvolvimento comercial. O autor ainda

destaca que essas classificações não determinam formatos rígidos, e que podem ser apresentadas de forma híbrida em diferentes programas.

Importante destacar que as classificações de gêneros e formatos não são rígidas, podendo ser ampliadas e recombinadas. Por isso, encontraremos programas de rádio e podcasts que misturam mais de um gênero e formatos dentro de um mesmo produto sonoro (Júnior, 2020, local 10).

Cada gênero divide-se em subgrupos. O informativo contém cinco grupos: “*Nota; Notícia; Flash; Manchete; Boletim; Reportagem; e Entrevista*”. Já o gênero opinativo divide-se em 10 grupos: “*Editorial; Comentário; Resenha; Crônica; Testemunhal; Debate; Painel; Charge eletrônica; Participação do ouvinte; e Rádio-conselho*”. O gênero Interpretativo conta com seis grupos: “*Coberturas especiais; Perfil; Biografia; Documentário radiofônico; Divulgação técnico-científica; e Enquete*”. O gênero utilitário divide-se em 7 grupos: “*Trânsito; Previsão do tempo; Roteiro; Serviço de utilidade pública; Cotação; Necrologia; e Indicador*”. E o gênero diversional conta com três grupos: “*História de vida; Feature radiofônico ou história de interesse humano; e fait divers radiofônicos*” (escândalos, curiosidades e fofocas) (Júnior, 2020, local 6-10).

4.5. Podcasts na Era da Informação

Ao analisar o surgimento e a evolução dos *podcasts*, além de verificar esses produtos ancorados em temáticas ficcionais, como no universo transmidiático de *One Piece*, torna-se evidente o “campo cinza” que “flutua” no mercado da produção cultural, em especial a produção informacional, e sua aproximação às práticas jornalísticas e afastamentos ocasionados pelo teor da informação.

A convergência de sistemas de transmissão de áudio com blogs na internet, impulsionada pela disponibilidade de dispositivos portáteis e formatos como o MP3, foram marcos importantes para consolidação do meio e sua viabilização, que são heranças de outros meios de comunicação amplamente propagados no século XX, os produtos radiofônicos, mas que se desdobram em novos mercados e arranjos comerciais. Além disso, essas transformações tecnológicas impulsionaram a disseminação de conteúdos independentes, impactando na forma como se apresenta o mercado da mídia e o mercado da informação. Este é, de fato, um grande espaço de disputa através de conteúdos informacionais que geram interesse ao público.

O advento dos *podcasts* não apenas democratizou a produção de conteúdo, permitindo a criação independente fora dos grandes conglomerados midiáticos, mas também pode apresentar indícios de mudanças sobre definições acerca dos meios de comunicação e seus “operadores”.

A relevância dos *podcasts* confunde e até mesmo modifica os limites comunicacionais impostos. Além disso, também reflete as mudanças sociais, culturais e tecnológicas da contemporaneidade. Essa mídia, juntamente com outras plataformas digitais, molda não apenas a produção de conteúdo, mas também cria e modifica as categorias profissionais, e desafia modelos tradicionais de comunicação. A exemplo, é possível verificar que o *KATON Podcast* se apropria de tal segmento e está incorporado a ele, seja através do conteúdo disponibilizado em formato de áudio na plataforma *Spotify*. Contudo, também utiliza o *YouTube* para transmitir seus episódios em formato de vídeo, configurando-se também como *videocast*.

A análise dessas transformações ajuda na compreensão de uma produção de sentido e dos processos comunicacionais dessa mídia, em especial ligada a um conteúdo ficcional, em que se desvela vestígios e resultados que podem auxiliar as problemáticas acerca da produção jornalística e do entretenimento.

A utilização de uma linguagem mais descontraída e menos preocupada em atender aos parâmetros definidos pelo campo jornalístico, por exemplo, traz à tona o seu potencial de interação com o público e uma noção de pertencimento, além de que essa despreocupação causa certa familiaridade com aspectos do cotidiano, como as vivências e conversas corriqueiras, um bate-papo.

Em suma, os *podcasts* não são apenas expressões culturais contemporâneas, mas podem ser a voz que grita por representação, clama por um ponto de convergência entre a evolução tecnológica, as mudanças na prática jornalística e a produção de sentido em uma era de múltiplas plataformas midiáticas, que muitos teóricos já categorizam como sendo a “era da informação”.

Certamente, ao observar a evolução dos *podcasts* e sua relação com a prática jornalística, é fundamental reconhecer essa mídia como um formato que transcende aos limites temporais e espaciais tradicionais. Além disso, a capacidade dos *podcasts* ancorados, a mais variadas temáticas, seja no âmbito, científico, informativo, ficcionais, etc., estabelece também um diálogo entre público, obra e produtores de conteúdo, revelados não apenas em uma nova camada de interação

cultural, mas também através de uma abordagem inovadora na construção de narrativas e disseminação de conhecimento e entretenimento.

Desse modo, a análise dessas mídias, mesmo aquelas voltadas para o entretenimento ficcional, ilumina questões acerca da produção de sentido no contexto contemporâneo. A capacidade de explorar o tempo, o espaço e a representação simbólica não apenas enriquece a experiência de consumo de mídia ou informação, mas também oferece uma oportunidade de observar de forma crítica a construção dos significados nessa era digital.

É importante considerar que tanto a obra ficcional quanto o produto independente a ela podem ser observadas como resultados de uma prática transmídia, conceito abordado mais adiante. No caso do *podcast* apresentado pelo canal *KATON*, também utiliza-se de tal premissa no processo de distribuição e circulação dos episódios. A partir de um formato proveniente de uma imersão da sociedade no ambiente digital, o *podcast* e suas variantes ou complementares, como no formato ao vivo, do *videocast*, e do processo de multiplicação derivado a partir do produto inicial. Primo destaca que o próprio entendimento do que se define como *podcasting*, isto é, “vai além da distribuição e escuta de arquivos de áudio. Esses produtos midiáticos podem também incluir imagens e links” (Primo, 2005, p. 4).

Em síntese, o videocast é um podcast em vídeo, e é essa terminologia que será usada nesta pesquisa. O Podcast, por sua vez, pode ser descrito como ‘um processo mediático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na Internet’ (Primo, 2005, p.17 *apud* Athouguia, 2018, p. 18)

No caso do *KATON Podcast*, é possível observar sua distribuição tanto em formato de áudio através de plataformas digitais como o *Spotify*, assim como, através do formato de vídeo no *YouTube*. O programa conta com diversos episódios em que abordam o universo dos animes. Em seu perfil no *YouTube*, também é distribuído através de pequenos trechos editados em seu canal principal, e em um canal secundário. Os conteúdos e comentários dos episódios são segmentados em trechos que compõem um assunto debatido nos episódios completos na seção intitulada *Shorts*, o episódio completo e sem cortes pode ser acessado através da seção *Ao vivo*. E na seção de Vídeos, encontram-se materiais extras gravados pelos apresentadores, que trazem discussões sobre episódios de animes, especulações narrativas, entre outros conteúdos. Alguns convidados estão diretamente

conectados à indústria midiática, como dubladores, artistas e figuras públicas ligadas ao universo dos animes, como Wendel Bezerra, conhecido por dublar vozes de personagens como *Goku*²⁴, *Batman*²⁵, *Bob Esponja*²⁶, entre outros. Outros convidados também estão incluídos nesse segmento, como os produtores de conteúdo que abordam e discutem o universo dos animes e também estão presentes no *YouTube* como MangaQ, Bruno Bandeira, os integrantes do canal Chapéus de Palha, Cronosfera, entre outros.

²⁴ Personagem da animação japonesa Dragon Ball.

²⁵ Personagem e super-herói da editora norte-americana DC Comics.

²⁶ Personagem da animação exibida pelo canal Nickelodeon.

5. PRÁTICA TRANSMIDIÁTICA

A prática transmídia pode ser observada a partir da perspectiva abordada por Steinberg a partir de seu levantamento histórico acerca do sistema de mídia mix no Japão. Ele destaca que o termo mídia mix entrou no discurso do marketing japonês em 1963, mesmo ano do sistema de animes (Steinberg, 135, 2012), também abordado pelo autor.

O fenômeno da prática transmídia observado por Steinberg é direcionado “pelo desenvolvimento de franquias de mídia específica em vários tipos de mídia, ao longo de um tempo específico”²⁷, e que esse sistema de mídia mix é semelhante “ao que se designa na América do Norte como convergência midiática” (Steinberg, 135, 2012). Contudo, o autor alerta que o termo é “[...] sub-teorizado e sofre de uma surpreendente falta de historicização. Embora haja algumas exceções importantes, houve pouca consideração séria do termo em si”²⁸ (Steinberg, 2012, p. 135).

[...] outro momento-chave no desenvolvimento do mídia mix de anime: o uso da estratégia de mix de mídia pela editora Kadokawa Shoten (Kadokawa Books). A Kadokawa Books tem importância histórica fundamental por transpor os métodos de conectividade de mídia praticados pelo anime de televisão para os reinos do filme e do romance²⁹ (Steinberg, 2012, p.135. Tradução livre).

Steinberg destaca que a mídia mix (Media Mikkusu), é utilizado para diversas mídias publicitárias e que está relacionado a forma orgânica, sintética e eficaz para o alcance da meta publicitária. Tal processo é descrito como um “mix de mídia de marketing é, portanto, melhor descrito como um método de publicidade que usava múltiplas formas de mídia para entregar uma mensagem publicitária a consumidores em potencial.” Para o autor tal método não era autogerenciável, e necessitava de um conjunto de técnicas, algoritmos matemáticos e outras ferramentas para poderem determinar quais meios seriam melhor utilizados pelo setor publicitário. Os profissionais utilizavam de tais recursos para assegurar que tais produtos recebem um nível de desejo necessário e que tal estratégia também gerasse o impacto certo ao público consumidor. Além disso, tal sistema era importante para a tomada de

²⁷ [...] the development of a particular media franchise across multiple media types, over a particular period of time. **Texto original.**

²⁸ Yet, despite its importance for understanding the present and past of Japanese media, this term is undertheorized and suffers from a surprising lack of historicization. Although there are a few important exceptions, there has been little serious consideration of the term itself. **Texto original.**

²⁹ [...] another key moment in the development of the anime media mix: the use of the media mix strategy by publisher Kadokawa Shoten (Kadokawa Books). Kadokawa Books is of key historical significance for transposing the methods of media connectivity practiced by television anime to the realms of film and the novel.

decisão quanto a mensagem e a distribuição do orçamento publicitário para esses meios de comunicação (Steinberg, 2012, p.140).

Esse sistema é caracterizado por novas interações entre os objetivos e o que está em anúncio. Existe uma separação estrita. O autor exemplifica que a intenção de comprar uma torradeira, pelo espectador, deve ser incentivada a partir da transmissão da mensagem proposta. Isto é, o comercial de televisão gera desejos sobre o produto vendido e que foi assistido por ele através desse sistema. “O mix de mídia de marketing assume uma concepção veicular do meio; em seu foco no meio de transmissão, podemos dizer que este é um mix de ‘meio’ em vez de um mix de mídia”³⁰, a partir de sua perspectiva sobre tal prática no âmbito publicitário (Steinberg, 2012, p.140).

Então, como o mix de mídia de marketing e o mix de mídia de anime se assemelham ou diferem? O discurso sobre o primeiro certamente enfatiza a estratégia multimídia que caracteriza o mix de mídia de anime. Ambos, além disso, dependem da premissa de que várias mídias em combinação exercem maior força do que uma única mídia; em suma, ambos pressupõem o princípio da sinergia³¹ (Steinberg, 2012, p.141. Tradução livre).

No sistema de anime, não existe uma preocupação quanto à procura por este objeto em questão, como aplicado em outros setores. Ou seja, sua principal diferença com o sistema mídia mix do marketing está atrelado às noções acerca da comercialização. O autor aponta que tanto um quanto o outro utilizam-se de efeito sinérgico de várias mídias em conjunto para construir uma relação com o consumidor, mas no sistema aplicado à indústria de anime preocupa-se em garantir uma multiplicidade de produtos derivados do produto original, pois “o consumo geral de qualquer um dos produtos do mix de mídia fará crescer todo o empreendimento” (Steinberg, 2012, p. 141)³².

³⁰ The marketing media mix assumes a vehicular conception of the medium; in its focus on the medium of transmission, we might say that this is a “medium” mix rather than a media mix. **Texto original.**

³¹ So how do the marketing media mix and the anime media mix resemble each other or differ? The discourse on the former certainly emphasizes the multimedia strategy that characterizes the anime media mix. Both, moreover, rely on the premise that multiple media in combination exert greater force than a single medium; in short, they both presuppose the principle of synergy. **Texto original.**

³² [...] the general consumption of any of the media mix's products will grow the entire enterprise. **Texto original.**

[...] a concepção do mix de mídia de marketing: a separação entre o meio como veículo e a mensagem como passageiro inerte do veículo; a distinção entre mercadoria e propaganda, onde a propaganda (como o complexo do mix de mídia) serve como um meio para promover o consumo da mercadoria (o conteúdo “real” ou objetivo da mensagem do mix de mídia); e a distinção entre imagens de mídia imateriais e os objetos materiais de consumo. Portanto, cada instância de consumo deve ser considerada como uma forma de produção que desenvolve ainda mais toda a franquia de mídia e o desejo do consumidor que a sustenta³³ (Steinberg, 2012, p. 141. Tradução livre).

Vale ressaltar que um dos aspectos fundamentais para tal sucesso do gênero está atrelado ao público que consome tal produto e que sua interação com tal produto gera um aspecto conhecido como a *fandom*³⁴ ou cultura de fãs. Castanheira (2012) aponta que o termo é proveniente da origem inglesa e se destaca pela sua designação as comunidades de fãs dispersas nas multiplataformas.

A cultura de Fãs, ou Fandom (palavra de origem inglesa que combina Fan e Kingdom), é uma área de estudo relativamente recente mas que cada vez mais chama a atenção de especialistas. O aparecimento e desenvolvimento de novos meios de comunicação introduziram novas rotinas, novas formas de linguagem e também novas formas de expressão e interação entre indivíduos. A Internet, graças às suas ferramentas, possibilitou a criação de várias comunidades de fãs espalhadas pelas mais diferentes áreas, como o cinema, a música, o desporto, entre outros (Castanheira, 2012, p. 1).

A interação desse público com ambientes alocados para esses interesses como *podcasts* voltados ao segmento, *videocast*, entre outras mídias faz emergir um aspecto peculiar, a especulação gerada a partir do consumo da obra, através da prática transmídia e o consumo dos produtos associados a eles.

Vale ressaltar que o consumo direcionado por tais produtos reforçam o movimento produzido pelo *soft power* a fim de consolidar tais aspectos e o sucesso desse produto cultural, além de garantir hegemonia perante outras mídias e produtos concorrentes no cenário global gera um encontro entre os aficionados por tais produtos. Tal paixão, pelas histórias contadas, pelos personagens, pelas músicas ou quaisquer outros elementos que compõem a obra aproximam o público disperso e fomenta uma noção de grupo, de indivíduos agrupados, com o intuito de gerar ainda mais consumo sobre tais elementos. Fóruns de discussão, perfis não oficiais ou até mesmo oficiais, mesas de debate sobre o tema ou obras ficcionais,

³³ [...] this is a consumption that produces more consumption. In contrast to the pyramid structure of the marketing media mix, which presumes a single goal to which synergy is the means, the anime media mix regards synergy as a goal unto itself that will support its collective media life. Hence each instance of consumption must be regarded as a form of production that further develops the entire media franchise and the consumer desire that supports it.

³⁴ vide glossário.

podcasts, uma infinidade de espaços dispostos no mundo digital garantem o terreno necessário para o agrupamento e fortalecimento desses laços.

5.1. Definição

A produção e circulação da informação a partir da narrativa transmidiática fortemente discutida por Henry Jenkins, e diversos autores como Reichmann, Porto-Renó, Alzamora, França, foram discutidas a fim de empregar a esse conceito uma perspectiva acerca de seu funcionamento através de multiplataformas e que são produzidos por diversas áreas como jornalismo e a ficção, por exemplo.

Alzamora (2012, local 3) destaca que sua aplicação ao segmento jornalístico não pode ser interpretado apenas pelos processos que envolvem tal conteúdo, “mas como uma forma inovadora de produção e circulação de conteúdo informacional”, em que os gêneros e formatos podem ser hibridizados, além de sua respectiva transmissão e compartilhamento. Os agentes são responsáveis por fomentar um novo ciclo de interação com seus espectadores, que também passam a ser agentes produtores desse meio, através dos comentários, dúvidas e opiniões concernentes a esses ambientes e universos midiáticos.

A convergência estabelecida se confunde com o próprio ambiente midiático e o que é proveniente dele, assim como a sua relação entre o ambiente multimidiático e de hipermídia que são objeto dessa hibridização em que se estabelece a narrativa transmidiática (Alzamora, 2012, local 3) e que também são identificadas a partir da perspectiva de Porto-Renó (2011, local 5) acerca das origens em que se estabelecem a narrativa transmídia. O autor questiona como pode ser caracterizada tal convergência, em que observado a partir dos apontamentos de Jenkins, um dos grandes teóricos acerca desta temática, tal cultura, associada tanto a velhas como novas práticas comunicacionais, entram em rota de colisão. “A mídia corporativa e a mídia alternativa cruzam-se e interagem os poderes do produtor e do consumidor” (Jenkins, 2009 *apud* Porto-Renó, 2011, local 5). Tal interação resulta em um processo de convergência dos meios através do fluxo de conteúdos de “diferentes plataformas de mídia e pela migração do público para as diferentes opções disponíveis dependendo da sua necessidade, do seu interesse e da sua disponibilidade e tempo para acesso” (Jenkins, 2009 *apud* Porto-Renó, 2011, local 5).

Alzamora, revela que esse termo é proveniente dos estudos de Negroponte e se relaciona com a conceituação apresentada por Jenkins. Seu estudo sobre a convergência é discutido a partir da década de 90, e traz à tona uma relação diretamente ligada “à conjunção de recursos de linguagem provenientes” desses meios comunicacionais (Alzamora, 2012, local 3).

Na época havia uma relação conceitual entre multimídia e convergência. Atualmente, o termo remete a transmídia e é usado para designar o fluxo de conteúdos dispersos entre conexões de mídias digitais. ‘A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos’. Ele destaca o papel da cultura participativa nesse cenário (Jenkins, 2008, p. 28 *apud* Alzamora, 2012, local 3).

A autora destaca que as discussões partem de uma noção acerca da própria lógica acerca da disciplinaridade, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade abordadas para noção e divisões pertinentes aos campos de domínio acadêmico abordados por França em que se estabelece quais são e quais diferenciações entre elas. Alzamora (2012) aponta que essas “disciplinas são domínios de conhecimento já consolidados, são campos científicos que já estabeleceram uma tradição”. No caso de estudos ou campos interdisciplinares, a autora argumenta que estão relacionadas ao caráter imediato acionado pelas “novas temáticas que começam a ser estudadas a partir do referencial das áreas já constituídas” (França, 2002, p. 17 *apud* Alzamora, 2012, local 8).

A segmentação desses conceitos como interdisciplinar e transdisciplinar são observadas pela perspectiva em que são retratadas como objetos provenientes de “diferentes ciências, não havendo, neste caso, deslocamento ou alteração no referencial teórico das disciplinas” . No caso, acerca da transdisciplinaridade, elas partem de uma perspectiva delimitada a partir da lógica em que essas “contribuições são deslocadas de seu campo de origem e entrecruzam-se num outro lugar – em um novo lugar” (França 2002, p. 18 *apud* Alzamora, 2012, local 8) e que sua diferenciação é percebida como um movimento hibridizado.

É importante destacar que esse movimento faz emergir a participação do público sobre o material produzido no meio e que sua relação com o conteúdo parte não mais de simples consumidor como também um agente de tais produções. Porto-Renó argumenta que dessa hibridização surge a oportunidade de se consumir e também de produzir as próprias conjecturas sobre o produto em destaque. Não

obstante, é possível verificar a circulação desse conteúdo e disseminação dessas informações que rodeiam a narrativa do produto cultural.

Na cultura contemporânea, mediada e midiaticizada pelas novas mídias, as possibilidades de comunicação surgem e se disseminam continuamente, independentemente do seu propósito quando lançado e até possibilitando que seus usuários se transformem em produtores e distribuidores de conteúdos. Essa nova categoria do que foi chamado de espectador, na sua concepção mais simplista, agrega o status de produtor ao de consumidor e vem recebendo diversos nomes com praticamente o mesmo significado (Castells, 2007, p. 13 *apud* Porto-Renó, 2011, local 8).

Em suma, ele destaca que a narrativa transmídia é “resultado da articulação das distintas partes de uma grande narrativa, todas elas complementares” (Porto-Renó, 2012, local 9). Sua segmentação em diferentes mídias tem o intuito de potencializar os efeitos e características estabelecidas pela obra-fonte e pelo segmento em que estão inseridas. Assim, “as comunicações entre os meios, entre os meios e os espectadores e entre os espectadores fortalecem as articulações da narrativa transmídia, como um movimento intensamente criativo e socializador” (Porto-Renó, 2012, local 9).

Tal processo de “convergência de conteúdos em múltiplas plataformas, ou mídias” (Porto-Renó, 2012, local 9), são elementos importantes para a orientação das indústrias culturais. O autor argumenta que por fazer parte da contemporaneidade na era das redes colaborativas, tais processos ocasionam em um “comportamento migratório” em que a audiência captada é quem “decide qual será a sua sequência narrativa” (Porto-Renó, 2012, local 9). Ou seja, a ficção, na prática transmídia, é um dos setores mais beneficiados, pois conquista altos investimentos em comunicação, e traz grandes chances para o aprimoramento da narrativa transmídia com a participação do público em sua construção, mesmo que seja uma participação indireta em comparação ao corpo editorial responsável pelo produto. A simples aceitação de especulações ou a recusa da mesma pelo autor, é um elemento que movimenta a narrativa, faz o enredo seguir ou afastar-se de tal lógica criativa.

5.2. Categorização

Para compreender o fenômeno a partir de sua construção narrativa e distribuição ao público é preciso identificar qual o papel da narrativa transmidiática na criação deste produto cultural. Para Reichmann (2022, p. 191) a narrativa

transmidiática pode ser observada através de duas perspectivas. A primeira, a partir dos estudos de Henry Jenkins, sobre esse gênero narrativo, onde é apresentada a narrativa transmidiática de maneira fragmentada em diversos segmentos mercadológicos, isto é, esse conjunto acaba por integrar um universo ficcional coordenado e unificado. A segunda perspectiva apresentada por Reichmann é acerca dos estudos de Ryan acerca da narrativa transmidiática, conceituada por ele a partir de um caráter monomidiático.

NT é uma narrativa fragmentada e multimidiática que leva a um universo ficcional coordenado e unificado; para Ryan a NT pode ser também impulsionada por uma narrativa monomidiática já estabelecida, sem a fragmentação descrita por Jenkins. Como exemplo ela inclui a publicação dos primeiros livros da coletânea Harry Potter e sua imensa popularidade. Nesse caso, o início do que vem a ser uma franquia transmídia é monomidiático – o produto inicial é tradicional, disponibilizando ao leitor uma narrativa íntegra em uma única mídia. Twin Peaks, por outro lado, tem um universo implantado por meio de uma série, um longa-metragem e vários livros ao mesmo tempo. A narrativa se apresenta fragmentada em várias mídias e o público tem que recorrer aos fragmentos para conhecê-la completamente (Reichmann, 2022, p. 192).

Tal característica presente na narrativa transmidiática pode ser percebida através da mídia convencional (onde se insere o objeto de estudo em questão). Contudo, há de se ponderar a importância de compreender como a multiplicação e reprodução desses produtos culturais em que se estabelecem em detrimento do mercado e empresas direcionadas a esses segmentos do entretenimento, seja através de animes e mangás, uma mídia conectada ao enredo da obra, ou através de mídias *offline* como, por exemplo, adesivos, cartas, jogos de tabuleiros, cadernos, e diversos outros produtos do setor varejista, por exemplo, se insere no meio.

Esse consumo, direcionado a diversos elementos dos universos ficcionais, se mistura com a necessidade do público em conhecer mais sobre o assunto, particularidades do enredo, personagens, cenários, e diversos elementos que compõe essa obra. Steinberg destaca que tal característica pode ser percebida como proveniente da Mídia Mix, em que se destaca a multiplicação desses elementos provenientes de uma transformação histórica que o Japão enfrentou. E foi a partir de um maior contato com a cultura norte-americana e suas estratégias em áreas como o marketing, o setor fabril, o setor varejista, e pelas transformações ocasionadas por essa aproximação, foi aberto terreno para novos negócios e o desenvolvimento, e inclusão, de tais práticas a esses setores, além do

fortalecimento de setores produtivos já em funcionamento no período histórico mencionado.

O autor identifica que o modelo de mídia mix voltado ao segmento do anime foi estendido para filmes e literatura, além de também destacar que a partir de tais estratégias, o material foi fragmentado em obras serializadas. A partir deste distanciamento com o material de texto único e unificado, como alerta o autor, era em maior grau com o filme ou o romance, as obras proveniente da mídia mix se estendem por diversos setores dentro de seu escopo original e fora dele, em um aspecto multiplicador para fins comerciais. O autor destaca que essa experiência da obra pode ser estendida a diversos tipos de “gêneros de mídia, incluindo mídia narrativa (filme, livros), mídia não narrativa (adesivos, brinquedos, álbuns de música, anúncios) e mídia informativa ou de fofoca” (Steinberg, 2012, p. 160). O autor também corrobora com a noção de que tal sistema exige o comprometimento do consumidor com o material fonte como também de fragmentos textuais provenientes dessas produções culturais.

Na obra de *One Piece*, a narrativa principal é construída a partir da transposição da obra-fonte aos demais produtos envolvidos nesse universo. Contudo, outros conteúdos originais que extrapolam³⁵ a perspectiva monomidiática da narrativa, como a novel intitulada *Ace*, em referência a um personagem secundário que é irmão adotivo do protagonista, *Luffy*, não são considerados elementos cruciais para conhecer a obra, apenas complementam seu universo, e dão destaque a prática transmidiática em discussão. Sua produção enriquece a obra-fonte e traz elementos em que podem ser considerados importantes, mas não foram incluídos em outros produtos desse universo.

Assim, como descrito por Reichmann (2022), *One Piece* também é disponibilizado de maneira íntegra através dos capítulos do mangá. Contudo, a obra também foi multiplicada, produzida e comercializada em outras mídias e plataformas, como a animação (anime), jogos eletrônicos, jogos de cartas, novel, filmes, e mais recentemente uma série produzida pela *Netflix*.

³⁵ Conceito abordado por M. Wolf em *Building imaginary Worlds*. Em suma, representa uma ultrapassagem entre as fronteiras de um formato para outro em uma obra, em detrimento de complementar os elementos presentes em uma narrativa mais ampla de um universo ficcional.

Figura 10 – Monkey D. Luffy



Protagonista da obra One Piece. Fonte: Critical Hits

A priori, tanto o anime quanto o mangá apresentam um enredo semelhante. Os mesmos acontecimentos, os mesmos cenários, os mesmos enredos, entre outros aspectos, mas as diferenças entre ambos se dá a partir da aplicação de uma transposição de um meio a outro, em que se desvela elementos complementares ao que é observado na obra-fonte, seja pelo desenho dos animadores, pela escolha de cores, por acréscimos de elementos de composição da imagem animada.

A partir dos estudos acerca da relação intersemiótica na literatura, a intertextualidade, caracterizada como uma aproximação de uma linguagem a outra, não é obrigada a manter algum grau de “originalidade” na obra, o que comumente, erroneamente, é proferido como conteúdo cânone, e que mais adiante será discutido.

5.3. O universo expandido de One Piece

A obra é produzida semanalmente, em mangá e anime, além de outras mídias, como jogos, filmes, etc. O enredo é dividido em diferentes arcos que compõem uma grande saga pelos mares, em busca de um tesouro escondido e que foi mencionado tanto no primeiro episódio do anime quanto no primeiro capítulo do mangá por *Gol D. Roger* no dia de sua execução, um infame pirata que ganhou o título de *Rei dos Piratas*.

Figura 11 – Gol D. Roger



Infame pirata que recebeu o título de Rei dos Piratas. Fonte: Fandom

Na obra, nos é apresentado o protagonista, *Monkey D. Luffy*, um garoto que ganhou poderes após comer uma *Fruta do Diabo* (em japonês, *Akuma no Mi*³⁶) que lhe concedeu as propriedades da borracha, permitindo ele se esticar o quanto quisesse. Contudo, as *Frutas do Diabo* têm um efeito colateral a todos os usuários que possuem poderes provenientes delas, o usuário perde qualquer capacidade de nadar no mar, inclusive, perdendo o movimento e os sentidos do corpo. Elas são divididas em três categorias intituladas como *Paramecia*³⁷, *Logia*³⁸ e *Zoan*³⁹. Além de sua classificação geral, essas frutas também possuem subcategorias como, por exemplo, o tipo que elas representam e o seu grau de raridade entre as demais existentes. As *Paramecias* são frutas que concedem poderes aos seus usuários e estão relacionadas a objetos, ferramentas, entre outras coisas. Como é o caso das frutas em que dão poderes de tesouras, ou controlar fios, transformar pedras em roupas, uma infinidade de representações que até fogem de uma compreensão rígida sobre tal categoria. Já para as frutas que representam as outras duas

³⁶ vide glossário.

³⁷ vide glossário.

³⁸ vide glossário.

³⁹ vide glossário.

categorias, possuem características mais dominantes: *Logias* e *Zoans*. As *Logias*, concedem aos usuários poderes relacionados aos elementos da natureza, como fogo, terra, gelo, terremoto, eletricidade, entre outras. E por último as *Zoans*, que concedem poderes de animais aos seus usuários.

Figura 12 – Akumas no Mi (Frutas do Diabo)



Frutas que concedem poderes aos personagens em One Piece. Fonte: Pinterest

Alguns usuários das *Akuma no Mi* possuem poderes em que podem se transformar parcialmente em animais como girafa, leopardo, bisão, falcão, entre outros animais. No caso de *Luffy*, ele é portador de uma *Fruta do Diabo* mítica do modelo *Deus do Sol*, e se enquadra na categoria *Zoan*, designada para entidades e animais. Contudo, essas informações só são apresentadas ao público em um dos arcos mais recentes de desenvolvimento da obra, na ilha de *Wano*⁴⁰. Até esse momento as concepções existentes em referência a *Fruta do Diabo* consumida por

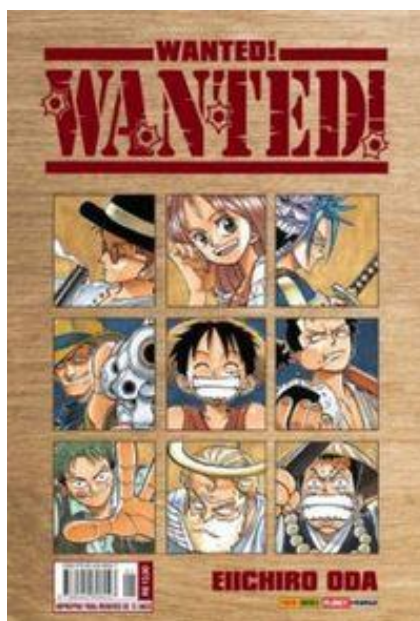
⁴⁰ vide glossário.

Luffy era a fruta da borracha, contudo após afirmações de *Vegapunk*⁴¹, o gênio cientista de *One Piece*, essa fruta não existe nesse universo. O surgimento das frutas é envolto em grande mistério, e apenas a partir do diálogo entre o cientista e a tripulação de *Luffy*, veio à tona a origem de tais poderes. *Vegapunk* destaca que as frutas surgem a partir dos desejos das pessoas ao redor do mundo, e que tais desejos são incorporados ao poder concedido por cada uma das *Akumas no Mi*.

Em sua jornada, *Luffy* parte de sua terra natal em uma grande aventura para alcançar o seu sonho de se tornar o Rei dos Piratas. Ao decorrer do enredo, *Luffy* encontra muitos companheiros que passam a fazer parte de sua tripulação a partir de sua visita às ilhas natais de sua tripulação.

O mangá criado por Eiichiro Oda teve em sua origem pelo menos duas versões, ambas intituladas *Romance Dawn*. Outra obra também antecessora de *One Piece* foi o *One-Shot*⁴² *Wanted!* e foi o primeiro trabalho profissional publicado do artista, produzido durante o seu último ano do ensino médio em 1992.

Figura 13 – Capa do One-Shot Wanted!



Fonte: Amazon

As duas versões de *Romance Dawn* têm diferenças perceptíveis em relação ao enredo da obra oficial. Posterior ao lançamento, a segunda versão foi adaptada como episódio 907 do anime, em 2019 e serviu como inspiração para elementos fundamentais da obra como o protagonista, seu poder, sua vestimenta, elementos

⁴¹ vide glossário.

⁴² Obras produzidas por artistas independentes, e que são comercializadas como “protótipos” pela Shonen Jump.

característicos do personagem como o seu chapéu de palha. Diversos outros produtos surgiram a partir desta obra mencionada, como pode ser observado a partir da tabela abaixo.

Tabela 3 - Mapeamento de extensões transmídia de One Piece

FORMATO/DISPOSITIVO	TÍTULO	ANO DE LANÇAMENTO
Filme	One Piece: O Filme	4 de março de 2000
Filme	Aventura na Ilha Nejimaki	3 de março de 2001
Filme	O Reino de Chopper na Ilha dos Estranhos Animais	2 de março de 2002
Filme	Aventura Mortal	1 de março de 2003
Filme	A Maldição da Espada Sagrada	6 de março de 2004
Filme	Barão Omatsuri e a Ilha Secreta	5 de março de 2005
Filme	Os Mechas do Castelo Karakuri	4 de março de 2006
Filme	Episódio Alabasta: A Princesa do Deserto e os Piratas	3 de março de 2007
Filme	Episódio Chopper Plus: Flor do Inverno, Milagre da Cerejeira	1 de março de 2008
Filme	One Piece Filme: Strong World	12 de dezembro de 2009
Filme	One Piece 3D: A Perseguição ao Chapéu de Palha	19 de março de 2011
Filme	One Piece Filme: Z	15 de dezembro de 2012
Filme	One Piece Filme: Gold	23 de julho de 2016
Filme	One Piece: Stampede	9 de agosto de 2019
Filme	One Piece Filme: Red	6 de agosto de 2022
Jogo Eletrônico/ Game Boy Advance	One Piece	setembro de 2005
Jogo Eletrônico/ Nintendo GameCube e Sony PlayStation 2	One Piece: Grand Battle	setembro de 2005
Jogo Eletrônico/ Nintendo GameCube e Sony PlayStation 2	One Piece: Grand Adventure	agosto de 2006
Jogo Eletrônico/ Nintendo GameCube e Sony PlayStation 2	One Piece: Pirates' Carnival	setembro de 2006
Jogo Eletrônico/ Nintendo Wii	One Piece: Unlimited Adventure	22 de janeiro de 2008
Jogo Eletrônico/ Nintendo 3DS	One Piece Romance Dawn	11 de fevereiro de 2014

Jogo Eletrônico/ Nintendo 3DS / Sony PlayStation 3	One Piece: Unlimited World Red	8 de julho de 2014
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation 3	One Piece: Pirate Warriors	setembro de 2012
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation 3	One Piece: Pirate Warriors 2	setembro de 2013
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation 3 / PlayStation Vita / Sony PlayStation 4	J-Stars Victory Vs +	26 de junho de 2015
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation 3	One Piece: Pirate Warriors 3	25 de agosto de 2015
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation Vita / Wii U /	One Piece: Unlimited World Red	8 de julho de 2014
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation Vita / Sony PlayStation 4 / PC	One Piece: Pirate Warriors 3	25 de ago de 2015
Jogo Eletrônico / Sony PlayStation Vita / Sony PlayStation 4 / Xbox One	One Piece: Burning Blood	31 de maio de 2016
Jogo Eletrônico/ Sony PlayStation 4 / PC	One Piece: Unlimited World Red (Edição Deluxe)	25 de agosto de 2017
Jogo Eletrônico / Sony PlayStation 4 / Xbox One / PC	Jump Force	15 de fevereiro de 2019
Jogo Eletrônico / Sony PlayStation 4 / Xbox One - PC	One Piece: World Seeker	15 de março de 2019
Jogo Eletrônico / Sony PlayStation 4 / Xbox One / PC / Nintendo Switch	One Piece: Pirate Warriors 4	27 de março de 2020
Jogo Eletrônico/ PC	One Piece: Burning Blood	1º de setembro de 2016
Jogo Eletrônico/ PC	One Piece Odyssey	12 de janeiro de 2023
Jogo Eletrônico/ Nintendo Switch	One Piece: Unlimited World Red (Edição Deluxe)	29 de setembro de 2017
Jogo Eletrônico/ Nintendo Switch	One Piece: Pirate Warriors 3 Edição Deluxe	10 de maio de 2018
Jogo Eletrônico/ Nintendo Switch	Jump Force	28 de agosto de 2020
Databooks	One Piece Red: Grandes Personagens	2 de janeiro de 2002 (JP) 31 de dezembro de 2013 (BR)
Databooks	One Piece Blue: Grande Arquivo de Dados	2 de agosto, 2002 (JP) 31 de dezembro, 2014 (BR)
Databooks	One Piece Yellow: Grandes Elementos	2 de abril, 2007 (JP) 30 de janeiro, 2016 (BR)

Databooks	One Piece Green: Peças Secretas	4 de novembro, 2010 (JP) 30 de maio, 2018 (BR)
Databooks	One Piece Blue Deep: Mundo de Personagens	2 de março, 2012 (JP) 2 de outubro, 2019 (BR)
Databooks	Vivre Card - One Piece Visual Dictionary	4 de setembro de 2018 (JP)
Romance	One Piece Volume 0 "Strong World"	12 de dezembro de 2009
Romance	One Piece novel A - Volume 1	4 de abril de 2018 (One Piece Magazine)
Romance	One Piece novel A - Volume 2	4 de junho de 2018 (One Piece Magazine)
One-shots	Wanted!	4 de novembro de 1998
Romance	One Piece: Loguetown Arc	17 de julho de 2000
Romance	One Piece novel: Straw Hat stories	2 de novembro de 2017
Romance	One Piece novel Law	3 de abril de 2020
Romance	One Piece novel HEROINES Volume 1	4 de junho de 2021
Romance	One Piece novel HEROINES Volume 2	4 de março de 2024
Romance	One Piece novel ODYSSEY	2 de março de 2023
Romance	One Piece novel ZORO	4 de junho de 2024
Romance	One Piece novel Law: The Hour of Kikoku	4 de dezembro de 2024
Série (Netflix)	One Piece	31 de agosto de 2023

Fonte: Elaborado pelo autor extraído de One Piece Wiki.

Cerca de 15 filmes, 22 jogos eletrônicos, 6 *databooks*⁴³, 11 romances, um One-shot⁴⁴, além de uma série desenvolvida pela *Netflix* com uma temporada em lançamento em 2023 e a segunda temporada com previsão de estreia para 2025 ao longo de toda sua trajetória.

A obra inicia na vila *Foosha*, terra natal do protagonista. *Luffy*, parte de seu lar em busca de aventuras pelo mar, de companheiros e do tesouro perdido deixado por

⁴³ vide glossário.

⁴⁴ vide glossário.

Gol D. Roger. Contudo, algumas mudanças em comparação a primeira versão são percebidas, como, por exemplo, o papel de personagens coadjuvantes ao protagonista, que eram apenas personagens secundários, como *Roronoa Zoro*⁴⁵, um dos integrantes dos Chapéus de Palha. Na versão preliminar era tripulante de outro bando pirata que também aparece como um antagonista na obra-fonte, o pirata palhaço *Buggy*. *Zoro* é o primeiro companheiro que *Luffy* encontra em sua jornada.

O espadachim havia sido capturado pela *Marinha*⁴⁶ e *Luffy* aparece para resgatá-lo e convidá-lo a juntar-se ao seu bando e futura tripulação pirata. *Zoro* recusa de imediato tal convite e só após o desenvolvimento deste arco, ele submete-se às vontades de seu futuro capitão. O interessante, dessa cena em particular, é a beleza e simplicidade em que o acaso uniu tais companheiros, assim como o rei dos piratas, *Gol D. Roger*, e seu imediato, *Silver Rayleigh*, conforme apresentado em arcos posteriores à obra.

Figura 14 – Roronoa Zoro



Espadachim e tripulante do Bando dos Chapéus de Palha. Fonte: Geekdama

Tal atmosfera de nostalgia e de acontecimentos em cadeia podem ser encontrados por toda a obra. E essas interações de enredos futuros com os momentos iniciais da obra tornam-se um solo fértil para diversas especulações que cercam esse universo vivo e dinâmico.

⁴⁵ vide glossário.

⁴⁶ vide glossário.

A super saga, é o elemento que unifica as composições secundárias a ele. Como retratado na tabela abaixo, uma super saga comporta algumas sagas desenvolvidas. No caso da primeira super saga de *One Piece*, ela conta com seis sagas. Já as sagas são subdivididas em arcos, e cada arco conta com distintas divisões de episódios. A separação realizada entre arcos se dá pelas informações nele contidas, e muitas vezes está relacionado à ilha em que a tripulação dos chapéus de palha se encontram. No caso do arco intitulado *Baratie*, a ambientação do enredo é o que define o título do arco, pois o nome do arco é também o nome do restaurante em que a tripulação se localiza na obra. Ao todo *One Piece* conta com 38 arcos principais distribuídos entre as 11 sagas existentes, conforme é possível verificar na tabela abaixo.

Tabela 4 - Lista das Super sagas, sagas e arcos de One Piece

SUPER SAGA MAR DA SOBREVIVÊNCIA: SAGA SUPERNOVAS				
SAGA EAST BLUE				
	ARCOS			
FORMATO	ROMANCE DAWN	ORANGE TOWN	VILA SYRUP	BARATIE
VOLUME	1	1-3	3-5	5-8
CAPÍTULOS	1-7	8-21	22-41	42-68
EPISÓDIOS	1-3	4-8	9-18	19-30
FORMATO	ARCOS			
	ARLONG PARK	LOGUETOWN	BANDO DO BUGGY: APÓS A BATALHA!	ILHA NAVIO DE GUERRA
VOLUME	8-11	11-12	4-9	---
CAPÍTULOS	69-95	96-100	35-75 (CAPAS)	FILLER
EPISÓDIOS	31-44	45,48-53	46-47	54-61
SAGA ALABASTA				
	ARCOS			
FORMATO	REVERSE MOUNTAIN	WHISKY PEAK	DIÁRIO DE KOBY-MEPPPO	LITTLE GARDEN

VOLUME	12	12-13	10-14	13-15
CAPÍTULOS	101-105	106-114	86-119	115-129
EPISÓDIOS	62-63	64-67	68-69	70-77
	ARCOS			
FORMATO	ILHA DRUM	ALABASTA	PÓS-ALABASTA	
VOLUME	15-17	17-24	---	
CAPÍTULOS	130-154	155-217	FILLER	
EPISÓDIOS	78-91	92-130	131-135	
	SAGA SKYPIEA			
FORMATO	ARCOS			
	ILHA DOS CARNEIROS	ILHA RULUKA	JAYA	SKYPIEA
VOLUME	---	---	24-25	26-32
CAPÍTULOS	FILLER	FILLER	237-302	237-302
EPISÓDIOS	136-138	139-143	144-152	153-195
	ARCOS			
FORMATO	G-8			
VOLUME	---			
CAPÍTULOS	FILLER			
EPISÓDIOS	196-206			
	SAGA WATER 7			
	ARCOS			
FORMATO	LONG RING LONG LAND	SONHO DO OCEANO	RETORNO DE FOXY	WATER 7
VOLUME	32-34	---	---	34-39
CAPÍTULOS	303-321	FILLER	FILLER	322-374
EPISÓDIOS	207-219	220-224	225-228	229-263
	ARCOS			
FORMATO	ENIES LOBBY	ESPECIAL HISTÓRICO DO CHEFE	PÓS-ENIES LOBBY	

		LUFFY		
VOLUME	39-44	291-292	45-46	
CAPÍTULOS	375-430	EPISÓDIO ESPECIAL	431-441	
EPISÓDIOS	264-290, 293-302, 304-312	303,406-407	313-325	
SAGA THRILLER BARK				
	ARCOS			
FORMATO	ICE HUNTER	ESPECIAL DO CHOPPER MAN	THRILLER BARK	ILHA SPA
VOLUME	---	---	46-50	---
CAPÍTULOS	FILLER	EPISÓDIO ESPECIAL	442-489	FILLER
EPISÓDIOS	326-335	336	337-381	382-384
SAGA GUERRA DE MARINEFORD				
	ARCOS			
FORMATO	ARQUIPÉLAGO DE SABAODY	AMAZON LILY	SÉRIE DA SEPARAÇÃO DOS CHAPÉUS DE PALHA	IMPEL DOWN
VOLUME	50-53	53-54	56-57	54-56
CAPÍTULOS	490-513	514-524	543-560 (CAPAS)	525-549
EPISÓDIOS	385-405	408-417	418-421, 453-456	422-425, 430-452
FORMATO	ARCOS			
	LITTLE EAST BLUE	MARINEFORD	PÓS-GUERRA	CROSSOVER COM TORIKO
VOLUME	---	56-59	59-61	---
CAPÍTULOS	FILLER	550-580	581-597	EPISÓDIO ESPECIAL
EPISÓDIOS	426-429	457-489	490-491, 493-516	492
SUPER SAGA O MAR FINAL: A SAGA DO NOVO MUNDO				

SAGAS ILHA DOS HOMENS-PEIXE				
FORMATO	ARCOS			
	RETORNO A SABAODY	ILHA DOS HOMENS-PEIXE	CROSSOVER COM TORIKO	
VOLUME	61	61-66	---	
CAPÍTULOS	598-602	603-653	EPISÓDIO ESPECIAL	
EPISÓDIOS	517-522	523-541, 543-574	542	
SAGAS DRESSROSA				
FORMATO	ARCOS			
	AMBIÇÃO DE Z	PUNK HAZARD	CROSSOVER COM TORIKO & DRAGON BALL	RECUPERANDO CAESAR
VOLUME	---	66-70	---	---
CAPÍTULOS	FILLER	654-699	EPISÓDIO ESPECIAL	FILLER
EPISÓDIOS	575-578	573-589, 591-625	590	626-628
FORMATO	ARCOS			
	DRESSROSA			
VOLUME	70-80			
CAPÍTULOS	700-801			
EPISÓDIOS	629-746			
SAGA ILHA WHOLE CAKE				
FORMATO	ARCOS			
	SILVER MINE	ZOU	MARINHA SUPERNOVA	ILHA WHOLE CAKE
VOLUME	---	80-82	---	82-90
CAPÍTULOS	FILLER	802-824	FILLER	825-902
EPISÓDIOS	747-750	751-779	780-782	783-877
FORMATO	ARCOS			
	LEVELY			

VOLUME	90			
CAPÍTULOS	903-908			
EPISÓDIOS	878-889			
SAGA PAÍS DE WANO				
FORMATO	ARCOS			
	PAÍS DE WANO	GUILDA DE CIDRE	ESPECIAL DE 20 ANOS DO ANIME	PASSADO DE UTA
VOLUME	90-105	---	---	---
CAPÍTULOS	909-1057	FILLER	EPISÓDIO ESPECIAL	FILLER
EPISÓDIOS	890-894, 897-906, 908-1028, 1031-1085	895-896	907	1029-1030
SAGA FINAL				
FORMATO	ARCOS			
	EGGHEAD	ELBAF	CARTA AOS FÃS	ESPECIAL ILHA DOS HOMENS PEIXE
VOLUME	105-	---	---	---
CAPÍTULOS	1058-1125	1126-	ESPECIAL	REMAKE
EPISÓDIOS	1086-1122, ---	---	1123	1124-

Fonte: Elaborado pelo autor com informações disponibilizadas no site One Piece Wiki.

Os arcos iniciais da obra narram o encontro de Luffy e os outros personagens que também fazem parte da tripulação, como a navegadora da tripulação. Seu encontro com *Luffy* ocorre no primeiro arco da obra. Ela, por ser uma ladra e ter um objetivo oculto de salvar sua vila de piratas vilanescos de uma raça de homens-peixe comandadas pelo pirata *Arlong*, a faz aproveitar-se de *Luffy* e roubar seu pequeno barco. *Luffy*, já interessado em garantir que *Nami*⁴⁷ continuasse sua jornada com eles, partem em direção à ilha a qual *Nami* morava, *Orange Town*, e que também é o título do segundo arco da obra. Ao decorrer do enredo, *Nami* acaba se aliando a *Luffy*, e conseguem derrotar os *Piratas Arlong*.

⁴⁷ vide glossário.

Seguindo sua jornada, *Luffy* e seus companheiros se juntam a mais dois personagens icônicos da tripulação, o atirador e contador de histórias, *Usopp*, e o cozinheiro da tripulação, *Sanji*⁴⁸. A introdução dos dois personagens é realizada em arcos distintos, o primeiro referente a ilha em que *Usopp* morava, e posterior a esse, o arco intitulado *Baratie*, nome de um restaurante flutuante na região de *East Blue*, que é o cenário principal deste arco.

Figura 15 – Baratie



Restaurante flutuante de Zeff, o Baratie. Fonte: Geekdama

Após diversos acontecimentos envolvendo a tripulação de *Luffy* e marinheiros, eles partem para novas aventuras em busca de chegarem à região intitulada como *mountain reverse* porta de entrada para a corrente marítima que circunda todo o globo e é acionada frequentemente na obra, a *Grand Line*⁴⁹.

A geografia presente em *One Piece* é particular da obra. Todos os territórios e *reinos*⁵⁰ são compostos por ilhas. As ilhas estão distribuídas através dos quatro oceanos existentes: *East Blue*, *North Blue*, *South Blue* e *West Blue*.

A região onde se localiza o *South Blue* e *East Blue* faz parte de um território chamado Paraíso e por onde *Luffy* começa sua jornada. Já a região onde se localiza o *North Blue* e *West Blue*, fazem parte do Novo Mundo, e representam a metade do

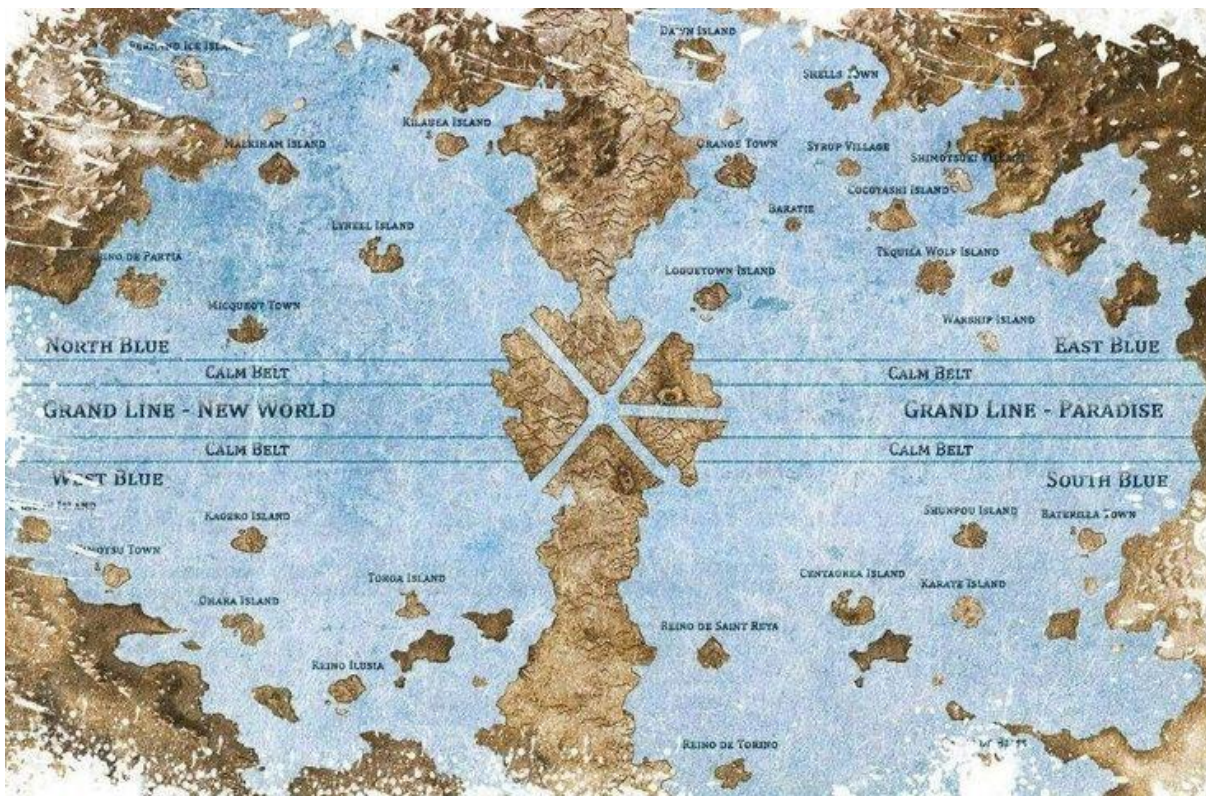
⁴⁸ vide glossário.

⁴⁹ vide glossário.

⁵⁰ vide glossário.

trajeto que *Luffy* deve percorrer ao longo de toda a obra, como pode ser observado na figura a seguir.

Figura 16 – Mapa de One Piece



A geografia desse mundo é representada como diversas ilhas e uma grande faixa de terra dividindo o oceano em duas partes, Paraíso e Novo Mundo. Fonte: Pinterest

Em arcos posteriores, a tripulação encontra um novo tripulante na *Vila Syrup*, já mencionado, *Usopp*, o atirador do bando dos chapéus de palha. Em seguida, seguem sua jornada até encontrarem um novo tripulante no restaurante *Baratie*, o cozinheiro da tripulação, *Vinsmoke Sanji*. O autor da obra, utiliza da mesma estrutura em recontar eventos passados desses personagens, para inseri-los na tripulação. Esses enredos são carregados de expressão, transmitindo os dramas vividos por esses personagens. No caso de *Sanji*, os eventos narrados no capítulo de encontro dele com a tripulação de *Luffy* são transmitidos como *flashbacks* dessa história. O navio em que ele trabalhava como ajudante de cozinha foi atacado por piratas e foi levado pelo capitão desta tripulação como refém. O pirata se interessou pelo talento que *Sanji* demonstrou em cozinhar, assim, tornou-se aprendiz do *sous-chef Zeff*.

Os dois sofrem em um naufrágio após os eventos relatados sobre a invasão pirata ao navio comercial em que *Sanji* trabalhava. Ele acorda na ilha e descobre

que o pirata o ajudou a se salvar do naufrágio. *Zeff* entrega uma sacola com alimentos para ele e o manda ficar do outro lado da pequena ilha. O garoto fica revoltado pela sacola que o pirata carregava, pois seu tamanho era muito maior do que o pequeno carregava. Passados vários dias de naufrágio e após toda a comida de *Sanji* acabar, ele decide atacar *Zeff* e roubar a sua comida, pois ele viu que o pirata guardou era muito maior do que ele havia recebido. Assim, ele vai ao encontro do pirata e tenta pegar o que havia no saco que ele havia guardado. Porém, para espanto de *Sanji* havia ouro, joias, e outros objetos de valor que *Zeff* havia saqueado. Quando ele observa com cuidado o cenário, percebe que o pirata deu todo o alimento para ele e que estava apenas com os espólios de seus saques. Atento, percebe que *Zeff* estava ensanguentado, e que havia sumido uma perna sua.

Figura 17 – *Sanji* e *Zeff* após naufrágio



Cena marcante do anime apresenta o passado de *Sanji* durante o naufrágio de um navio em que o garoto era aprendiz de cozinha. Fonte: One Piece Wiki

Por sorte, os dois são resgatados e com os espólios que o pirata havia guardado constrói o *Baratie*. Um navio flutuante que recebe todos os navegantes, desde marinheiros a piratas. O enredo encerra com este drama gerando uma simpatia do público com o novo personagem apresentado. E após diversos eventos de lutas e confrontos ocorridos devido à intriga entre diversos personagens aliados à *Marinha* e o bando dos chapéus de palha, *Sanji* entra na tripulação de *Luffy* para

realizar o sonho que compartilha com *Zeff*, encontrar um oceano escondido chamado de *All Blue*.

Em arcos posteriores, *Drumm*⁵¹, os integrantes da tripulação dos chapéus de palha partem em direção à ilha que leva o nome do arco, em busca de curar um dos tripulantes, *Nami*, a navegadora. Ao chegar na ilha, se deparam com grandes problemas enfrentados pela população, pois o monarca da ilha sequestrou todos os médicos e deixou a população sem assistência médica. *Luffy* e seus companheiros, encontram um novo companheiro que segue viagem como o médico da tripulação, um cervo que comeu uma fruta do diabo com a propriedade humana, após conseguirem libertar os médicos do cárcere que o monarca realizou contra eles. A fruta que *Chopper* consumiu deu a capacidade para que ele se tornasse um ser híbrido com a capacidade de se comunicar. O passado deste personagem, *Chopper*, é revisitado durante o desenvolvimento do arco e serve como um elemento crucial para garantir a aceitação do público e apreciação do novo integrante da tripulação.

Figura 18 – Tony Tony Chopper



⁵¹ vide glossário.

Assim como o enredo de *Sanji e Chopper*, personagens como *Nami, Robin, Franky*, e demais tripulantes apresentam enredos dramáticos sobre seus passados. Tal profundidade inquirida a esses personagens entrelaça-se com outros enredos em que envolvem o próprio mundo e ecossistema de *One Piece*. No caso, as narrativas sobre o passado de *Robin* são carregadas de grandes mistérios na obra. É retratado que ela vivia em uma cidade chamada *Ohara*, uma ilha do conhecimento, em que existia uma grande biblioteca e reunia diversos arqueólogos do mundo de *One Piece*. Os arqueólogos que viviam na ilha realizaram investigações sobre o passado proibido pelo *Governo Mundial*⁵² do mundo e sofreram uma grande catástrofe. A ilha foi completamente destruída e muitos de seus habitantes foram mortos pelas mãos do poder militar do *Governo Mundial*, a *Marinha*. Dentre essas informações proibidas destaca-se a habilidade única no mundo de *One Piece*, *Robin* é uma arqueóloga que conhece uma antiga escrita dos povos do *Século Perdido*⁵³. Ela é capaz de ler *Poneglyph*⁵⁴, rochas com formatos de cubo que possuem antigas escritas e que são indestrutíveis. Assim, *Robin* junta-se ao bando de *Luffy* para viajar o mundo e poder ler os *Poneglyphs* espalhados pelo mundo. Alguns deles, chamados de *Road Poneglyphs*, mencionam uma rota utilizada por *Gol D. Roger* para encontrar a última ilha do mundo e lá o lugar em que ele menciona na primeira cena do primeiro capítulo de *One Piece*. É a partir do enredo desenvolvido com a relação de *Robin, Gol D. Roger* e os *Poneglyphs* que surge o rumor de uma das figuras mais emblemáticas de toda a história, a lenda de *Joy Boy*, um dos primeiros piratas de *One Piece*. As informações relacionadas a ele também estão relacionadas ao surgimento do *Governo Mundial*, uma corporação vilanesca na obra. A primeira vez em que ele é mencionado ocorre no capítulo 628 do mangá e no episódio 548 do anime.

⁵² vide glossário.

⁵³ vide glossário.

⁵⁴ vide glossário.

Figura 19 – Road Poneglyph



Robin em frente a um Road Poneglyph. Fonte: Beebom

Entre outros elementos do enredo de *One Piece* também destaca-se a evolução que a tripulação de *Luffy* percorreu ao longo da jornada. *Luffy*, atualmente, foi considerado o líder de uma aliança em que o nomeou como chefe da tripulação dos Chapéus de Palha, com mais de 5 mil integrantes, além de seus companheiros de tripulação que oficialmente são compostos por nove integrantes: Vinsmoke Sanji, o cozinheiro; *Tony Tony Chopper*⁵⁵, o médico; *Nami*, a navegadora da tripulação; *Franky*⁵⁶, o mecânico; *Jinbe*⁵⁷, o timoneiro; *Brook*⁵⁸, o músico; *Nico Robin*⁵⁹, a arqueóloga; *Usopp*⁶⁰, o atirador; e *Roronoa Zoro*, o espadachim do bando. Além disso, *Luffy* também foi nomeado como o mais novo imperador do mar, um título em referência aos quatro piratas mais fortes dos mares dentro desse universo ficcional. O título imperador do mar, também chamado de *Yonkou*⁶¹, é uma referência à quantidade de imperadores que devem existir. Na língua japonesa *Yon*⁶² pode ser traduzido como o número quatro.

⁵⁵ vide glossário.

⁵⁶ vide glossário.

⁵⁷ vide glossário.

⁵⁸ vide glossário.

⁵⁹ vide glossário.

⁶⁰ vide glossário.

⁶¹ vide glossário.

⁶² Tradução explicada pelos convidados do programa.

Figura 20 – Gorouseis



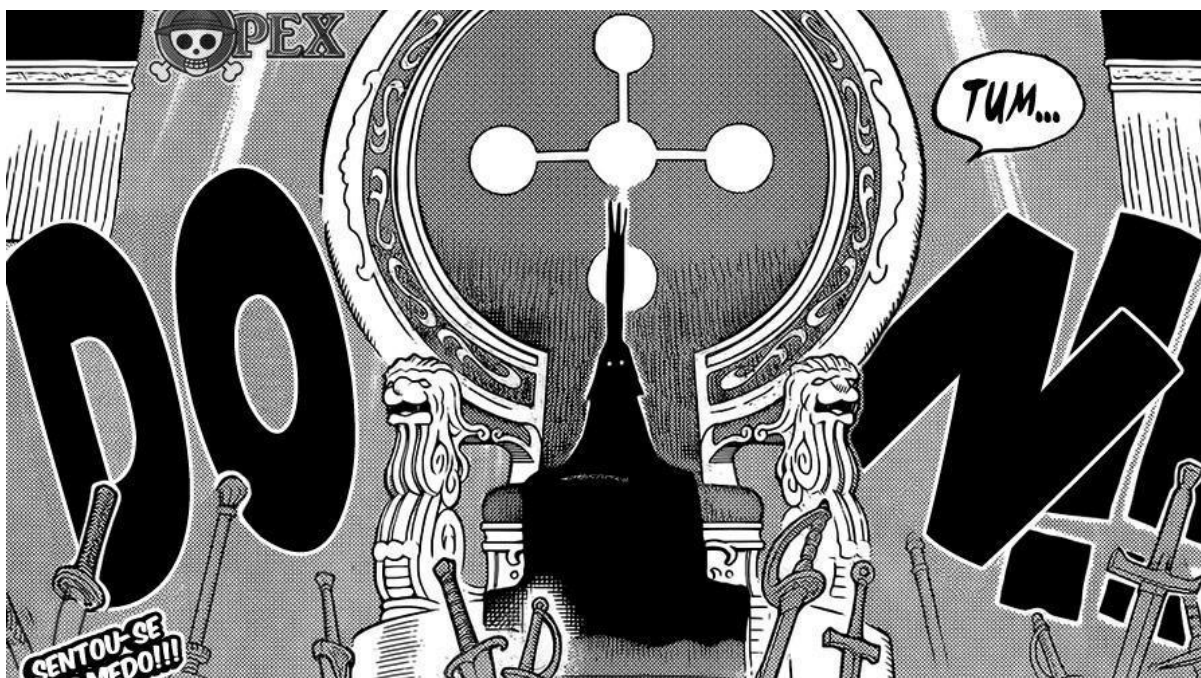
Os cinco anciões que regem o Governo Mundial. Fonte: Geekdama

A representação utilizada para figurar a *Marinha* em *One Piece*, ao contrário do que se apresenta em nossa sociedade atual, é uma instituição absolutista, governada por gerações sucessivas dos “vencedores” da guerra realizada oito séculos anteriores aos acontecimentos atuais. Essa instituição foi instaurada a partir de 20 famílias que se rebelaram contra o *Reino Perdido*⁶³, território a qual *Joy boy* pertencia. Apenas algumas pessoas detêm o controle sobre o mundo em *One Piece* e regem o *Governo Mundial*. Essas figuras são denominadas como *Gorouseis*. Até determinado ponto da obra essas figuras são colocadas como os regentes da instituição do *Governo Mundial*, acima de figuras como os *Tenryuubitos*⁶⁴ e os reinados de cada ilha aliada a eles.

⁶³ vide glossário.

⁶⁴ vide glossário. Dragões celestiais.

Figura 21 – Trono Vazio



A figura de Imu sentada no Trono Vazio, símbolo da descentralização do Governo Mundial em One Piece. Fonte: OPEX - X (antigo Twitter)

Um fator interessante sobre as relações de poder dentro do universo se dá pelo acordo secular das 20 famílias citadas anteriormente. Cada reino foi responsável por inviabilizar um regente maior dentro do *Governo Mundial* e instituíram o *Trono Vazio*⁶⁵ como símbolo dessa descentralização e está localizado no território da sede do *Governo Mundial*, *Mary Geoise*⁶⁶, uma ilha flutuante. Contudo, a partir do capítulo 907 do mangá surge uma figura enigmática que se apossa desse Trono Vazio e que comanda a cúpula maior do *Governo Mundial*, seu nome é *Imu*.

Apesar desses elementos narrativos serem familiares ao público que acompanha a história, na perspectiva dos personagens apenas alguns indivíduos sabem sobre esses acontecimentos citados acima, apresentando assim, por exemplo, uma interpretação individualizada acerca das ações e perfis dos personagens sobre o passado esquecido e o presente distópico. Além disso, esses elementos narrativos garantem uma perspectiva quase onisciente, por parte do público, acerca de grandes pontos-chave que despertam o interesse e fomentam a

⁶⁵ vide glossário.

⁶⁶ vide glossário.

criatividade do público em busca de respostas a “elementos perdidos”, rastros narrativos que podem apresentar caminhos diversos.

5.4. A canonicidade da obra One Piece

O estabelecimento e utilização do termo cânone ou canonicidade é proveniente da idade medieval a partir da aprovação de textos eclesiásticos como inspirações divinas e postulados como corpo central de textos sagrados, como destaca Schoeck (2017), a partir de sua investigação acerca da etimologia do termo. O autor destaca que “a constituição de um cânone das Escrituras eram questões prementes na época da Reforma, fazendo com que tanto o princípio de tradição quanto a natureza da autoridade fossem trazidos à tona” (Schoeck, 2017, local 2). E essa autoridade conferida estabelecia as diretrizes para efetivação de uma centralidade ao conjunto em que se estabelecia. A exemplo disso, é possível citar os escritos categorizados como os evangelhos no novo testamento em detrimento de textos apócrifos, como evangelhos que eram considerados como textos não inspirados pela natureza divina.

[...] na época de Agostinho, “cânone” havia se estabelecido firmemente como o termo que indicava uma lista de livros aprovados, a lista de livros inspirados admitidos no corpo das Escrituras: assim, afirma Agostinho na Epístola 93, 36, (*Cypriani auctoritatem*) *quam a canonis auctoritate distinguimus* (Schoeck, 2017, local 2).

Ao longo dos anos, essa definição foi incorporada a outros segmentos como a literatura, as belas-artes, o cinema, a música, entre outras formas de expressão, e atuavam como símbolo de representação simbólica do que deveria ser considerado a “alta cultura” e, conseqüentemente, outros produtos culturais eram relegados à categoria de “baixa cultura”. Só a partir das investigações dos estudos culturais e da teoria crítica que foram incorporados novos parâmetros e mudanças de paradigma quanto a essa definição de canonicidade. Paulino (2004) destaca que esse movimento se deu a partir da tentativa de se valorizar as camadas menos privilegiadas da sociedade.

Para contrapor-se a um direcionamento de elites intelectuais e/ou econômicas, os Estudos Culturais, dialogando com a teoria crítica da cultura da primeira metade do século, sem, todavia, dicotomizar as produções simbólicas em boas ou más, trabalhou no sentido de valorizar as camadas e os grupos sociais perseguidos ou discriminados. Fortaleceu-se, então, na área de ciências humanas, a focalização prioritária dos negros, das mulheres, dos miseráveis, dos homossexuais, dos loucos. A história cultural mudaria, assim, seu ponto de vista, recusando abordagens até então consideradas 'naturais' e denunciando limitações e preconceitos destas (Paulino, 2004, local 2-3).

Diversos autores preocupados em distanciar-se dessa noção excludente empregada a literatura como o professor e crítico literário Harold Bloom, apontado por Paulino (2004), Schoeck (2017), Klein (2013) entre outros teóricos, como um dos atores de maior representatividade sobre essa discussão, tinha como objetivo a desmistificação da temática e inviabilização dessa categoria de ordem cânone. Klein apresenta argumentos que corroboram com essa afirmativa. Para ele, essa designação “será sinônimo de exclusão, e que é a partir da consciência dessa equivalência [...] que pode emergir um trabalho teórico que não se contente apenas com a substituição ou reposicionamento dos elementos constituintes dos cânones” (Klein, 2013, local 113).

A lógica descrita por Steinberg a partir dos pressupostos de Deleuze também se aproxima de tais conjecturas sobre as inadequações acerca da noção de originalidade. O autor considera que “o texto original é retroativamente reinscrito como um elemento de uma série, seu próprio status como original derrubado” (Steinberg, 2012, p. 161), assim como a prática transmídia e as especulações geradas a partir da obra-fonte.

A concepção de determinada obra ou parte dela como cânone inviabiliza a concepção do material literário ou artístico como uma parte unitária que, por sua vez, torna-se fragmentado a medida em que são desconsiderados elementos de sua narrativa e isso implica não apenas na obra em questão, mas todo um segmento cultural. Isto é, tratar novas leituras de uma obra-fonte como um material à parte, ou inferior, ao conteúdo original é de grande equívoco, visto que ao se tratar de obras ficcionais, é importante ter em mente que o material é de caráter subjetivo, e não se limita apenas a seguir uma lógica de interesses do criador em questão, do mercado, do público (ansioso por alguma reviravolta), mas sua consolidação é também congruente as plataformas digitais e é expansiva ao universo transmidiático das

obras-fontes, e não servem de parâmetros para apontamentos equivocados, configurando determinadas obras ou partes dela como um material “inferior”.

Ribas apresenta um argumento que corrobora com as assertivas destacadas acima, quando ela apresenta a “fragilidade do estatuto de original como invenção, assim como a inadequação da intenção da adaptação (fílmica) reproduzir o texto-base (literário)” (Ribas, 2014, p. 121). A autora destaca que um produto posterior a obra-fonte não deve ser firmado na concepção de que existe uma “subserviência” de um determinado formato em que o produto é distribuído, cânone, como citado anteriormente.

[...] são procedimentos [adaptação] que nos levam a contrair uma dívida impagável, por conta de sempre pretender e nunca chegar perto daquele que foi estabelecido como cânone, como texto a ser “fielmente” imitado. Na perspectiva que vimos apresentando, o elogio da fidelidade é um topos inadequado à adaptação que, de ora em diante, chamaremos também de releitura, ou melhor, “desleitura” – misreading – (Bloom, 1991 *apud* Ribas, 2014, p. 121).

Entender a literatura, em seu escopo mais abstrato, como um conjunto de elementos e narrativas, através das palavras, que se dispõem, de tal forma, a dar um determinado significado, ou múltiplos significados, ao objeto, ou significante, de que trata, e que essa estrutura basilar não é apenas inerente à literatura, mas outras expressões e produtos seguem esse impulso criativo em seus conteúdos é importante para consolidação dessas expressões artísticas no cenário global. A exemplo disso, a indústria fílmica, a partir das atividades dos roteiristas, desempenham uma atividade elementar para a produção dos filmes, trabalho esse, diretamente ligado ao conteúdo que será transmitido ao público. Não há filme sem o enredo. Assim, não se pode considerar esses parâmetros comparativos a esses produtos culturais desenvolvidos. Mesmo que a “ferramenta” utilizada para criação do manuscrito de livros, peças, filmes, entre outros, seja a escrita, elas não representam o mesmo conteúdo, e nem o mesmo formato. Como citado anteriormente, é necessário verificar essas diferentes mídias como um material que se complementam, ao invés de criar uma hierarquia de importância sob aspectos de canonicidade da obra.

5.5. Especulação narrativa

Os símbolos são uma das representações mais antigas da humanidade, desde pinturas rupestres até o mais novo ícone na cultura *Pop*, quer seja uma obra de arte, uma música, um filme, uma série, um produto cultural. Todos partem de uma noção basilar na sua composição, as representações simbólicas que se desvelam através do contato, interesse ou afeto por esses produtos em que são elencados como instâncias de grande renome aos indivíduos que os consomem, e consequentemente, atingindo patamares de relevância no cenário mundial. A sociedade, por sua vez, traz à tona o processo de releitura desses produtos e representações que se transformam em novos produtos e, consequentemente, novos lucros tanto aos agentes desses novos segmentos como também às empresas com a venda de seus produtos.

A receita gerada relacionada aos produtos derivados desse mercado de mangás e animes, assim como eles mesmos, representam cerca de 0,5% do PIB japonês (terceiro maior a nível global), de acordo com matéria divulgada pela Superinteressante em 2022. A configuração desse setor, para além de sua força em romper de barreiras territoriais e força simbólica, também se mostra como um elemento que fortalece e consolida a economia desse país.

A partir disso, observa-se esses produtos como fonte de grande interesse para grupos relacionados a esses setores. E seu sucesso rendeu novos setores no mercado a fim de expandir esse interesse e cativar novos consumidores. No caso de *One Piece*, diversos canais e novos setores alinham-se ao interesse em desvendar mistérios acerca dessa obra, e isso garante outras projeções para novas receitas, como os canais de entretenimento disponíveis nas plataformas digitais, como, por exemplo, o *YouTube*.

De acordo com informações divulgadas pelo Observatório do Cinema, a venda dos volumes do mangá *One Piece* já alcançou a marca de 500 milhões de exemplares vendidos em julho de 2021, ultrapassando a venda de quadrinhos icônicos da cultura *Pop*, como *Batman* e *Superman*. O portal ainda alerta que a comparação é injusta, visto que as histórias em quadrinhos estadunidenses da *Marvel* e *DC*, de personagens como *Batman* e *Superman*, são vendidas em revistas curtas, ao contrário do que é realizado pela obra *One Piece* que tem seu título

dividido por volumes. Se comparado à venda realizada pela empresa responsável por sua distribuição, a *Weekly Shonen Jump*, em uma disputa mais “justa”, a venda de seus exemplares ultrapassa a casa de bilhões de cópias, em que categoricamente o portal destaca que o mangá já “superou *Superman* e *Batman* há tempos”.

Dado tal popularidade, as discussões rodeiam as expectativas dos espectadores interessados sobre o futuro dessa obra, fomentando esse novo mercado de consumo, o mercado da especulação narrativa ou imaginativa.

Para entender o funcionamento dessas estruturas, faz-se necessário a compreensão acerca de pontos da obra em questão, a fim de desvelar os momentos em que surgem esses pontos de interesse para a atuação desse mercado ligado ao entretenimento e especulações criadas pelos interlocutores ou captadas por eles através de discussões na internet.

Próximo à noção de antecipação e também de comparação, a especulação se designa como um fenômeno em que não se conhece o futuro, mas tenta prever a partir de rastros no conteúdo aferido para designar tal ação ou conjunto de escolhas que o narrador da obra sujeitará o público. Essas narrativas podem corroborar com a ideia de quem as especula ou distanciar-se delas. Tal resultado é impreciso, e parte de uma noção amparada pela comparação entre os elementos que as compõem.

Essa narrativa só se torna relevante para a obra em questão quando são expressas em seu conteúdo original, definidas como acertos e desacertos. Tal narrativa pode ser configurada como assertiva quando nos deparamos com explicações que nos confirmam, e estão em desacertos quando tal expressão se desprende do conteúdo original.

Tanto a comparação como a antecipação, podem ser observadas a partir de pressupostos acerca do que se designa na teoria do campo social, e é observada a partir da perspectiva de Comte, abordada por Schneider (1998) sobre o procedimento metodológico para o processo de construção de conhecimento (Schneider, 1998, local 1). A comparação e a antecipação podem ser os fatores que designam os encontros, desencontros e deslocamentos de tal narrativa, assim como também as transformações que a narrativa sofre ao longo de sua conjectura. A exemplo disso, é possível descrever algumas das afirmativas elaboradas pelos partícipes do *podcast* acerca de pontos discutidos sobre a obra. Entre eles, por

exemplo, a existência ou não de um personagem que não se tem explicação na obra, ou que um ou outro personagem teve seu desfecho final após uma árdua batalha. Esses pontos, são imprecisos sobre tais assertivas, mas são possíveis de se conjecturar em capítulos posteriores da obra. De fato, é possível verificar tal prática, a especulação narrativa, como uma ação amparada pela projeção ancorada em uma noção comparativa entre esses elementos, a fim de antecipar esses acontecimentos na obra.

A comparação, enquanto momento da atividade cognitiva, pode ser considerada como inerente ao processo de construção do conhecimento nas ciências sociais. É lançando mão de um tipo de raciocínio comparativo que podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e descontinuidades, semelhanças e diferenças, e explicitando as determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais (Schneider, 1998, local 1).

Os argumentos do autor são aplicados aos estudos sociais e sua aplicabilidade na ciência, mas seu caráter especulativo é observado em tais práticas comunicacionais. Schneider (1998, local 1) alerta que sua perspectiva está relacionada à construção do conhecimento presente desde os estudos clássicos do século XIX.

A discussão acerca do método comparativo e de seu papel na construção do conhecimento está presente na sociologia desde os estudos clássicos do século XIX. Marx, ao longo de sua obra, trabalhou sistematicamente com o confronto entre diferentes casos históricos singulares. Seu estudo acerca das “formações econômicas pré-capitalistas” constitui-se em um bom exemplo nesse sentido. Comte, Durkheim e Weber, por sua vez, ainda que de modo diferenciado, utilizaram-se da comparação com o instrumento de explicação e generalização (Schneider, 1998, local 1).

Tal semelhança da atribuição da especulação narrativa como uma “teoria”, tanto pelos partícipes como pelo público que consome tais especulações merece atenção. Sua aproximação com os pressupostos acerca do positivismo de Comte⁶⁷ para a designação de uma teoria como inicialmente imbuída de uma especulação imaginativa dirigida às observações e direcionadas a um fator interpretativo estão presentes tanto em sua perspectiva como nas discussões apresentadas pelos partícipes. Essas práticas se incumbem de desvelar uma verdade passível de ser conjecturada e estão amparadas em uma falsa noção de conhecimento real, que no caso observado se atribui a canonicidade de obras transmidiáticas.

O autor destaca que tal proposição de teoria a partir dos teóricos clássicos determinam os fenômenos sociais, (Schneider, 1998, local 4). Tal perspectiva

⁶⁷ Comte, Auguste. **Curso de Filosofia Positiva**. III, Primeira Lição, s.d.

poderia ser observada pela incumbência da especulação narrativa como a discussão que se aproxima ao fato narrado na obra original. Isto é, “consistem na afirmação de determinadas leis invariáveis que regem o comportamento dos fenômenos sociais” (Schneider, 1998, local 4). Ele também destaca que essa perspectiva estaria de acordo com uma ideia de Filosofia Positiva, e que se aplicada à ciência, buscaria a “coordenação dos fatos através de uma teoria ou de uma lei geral de explicação” Schneider (1998, local 4).

Em relação ao estatuto teórico da Física Social, Comte retoma os postulados nomológicos de Bacon ao afirmar que todo conhecimento real repousa nos fatos observados e toda especulação imaginativa deve ser subordinada à observação dos fatos em si. Ao mesmo tempo, o autor estabelece que ‘nenhuma verdadeira observação é possível sem que seja primeiramente dirigida e finalmente interpretada por uma teoria’ (Comte, s.d. *apud* Schneider, 1998, local 4).

Já no caso da antecipação destacada anteriormente é possível observar sua aplicabilidade à narrativa em si a partir dos pressupostos estabelecidos por Benjamin (2023, local 8) acerca de como ela é aplicada para a designação de um futuro possível sobre a construção de mundos. Sua aplicação não se aplica ao que já passou, visto que tal perspectiva é considerada como um elemento presente, mas na tentativa de se estabelecer essa ideia futura como um presente.

Despret, faz uso de um tempo futuro, propício à imagem especulativa de narrativas ficcionais de outros contextos, sobretudo, quando a perspectiva trazida são de viventes, na medida em que ‘essas narrativas não poderiam reduzir-se as simples narrativas do passado, constituíam, cada qual à sua maneira, uma narrativa do por vir, uma espécie de projeto, uma ficção que aspira tornar-se verdadeira, que aspira *realizar-se*’ (Despret, 2022, p.56 *apud* Benjamin, 2023, local 8).

A autora argumenta que essa narrativa de antecipação está fixada na ideia entre o arranjo de tal escrita como parte de uma filosofia estética em que se presentifica a arte. Ela busca cavar as camadas de um campo incognoscível, isto é, que não estão amparadas na narrativa presente de determinada obra e que também busca a partir de sua escrita alinhar a sua temporalidade (Benjamin, 2023, local 8-9).

[...] narrativa de antecipação e está a serviço da *therodramaturgia* no arranjo de uma filosofia estética para o campo da arte - que se faz pela sensibilidade a partir do momento que cava as camadas da pele e adentra o campo do incognoscível. O dramaturgo, poeta e ensaísta belga, Maurice Maeterlinck (1862-1949), parece antever a comunicação das multiespécies a partir de sua observação dos mundos. O dramaturgo escreveu sobreviventes numa relação especulativa entre escrita e observação do mundo natural. Ele é responsável por uma gama de escritos para o teatro e marca o teatro simbolista a partir da encenação *Pelléaset Mélisande*(1893), em Paris no teatro Bouffes-Parisiens. A crítica da época o retratava como um poeta ao modo campestre. Em sua dramaturgia, passado e futuro se encontram originando um outro presente (Benjamin, 2023, local 8-9).

Em suma, essa perspectiva sobre a composição de tais afirmações como parte de uma conjectura positivista, podem ser aferidas pela conjectura em que se insere essas práticas. A própria afirmação de que tal obra tem de que seu escopo é canônico, e que foi abordado anteriormente, nos apresenta vestígios de que tal noção positivista está atrelada a essa ideia de composição da especulação narrativa como uma teoria da estrutura narrativa que em que a obra é construída. A falsa ideia de canonicidade também é presente nessa noção cognitiva, e está presente nos discursos aferidos pelos partícipes do programa.

Outro destaque importante é a percepção de tal movimento em outros produtos do gênero ou através do grupo a qual está associado. Um fator interessante de que se deve ponderar é a utilização de tal estratégia narrativa para formulação de novos desdobramentos e circulação desses discursos. Tal movimento é possível observar a partir de um gênero popular que é o caso das *Fanfics*⁶⁸.

De acordo com Oliveira, tal produto não está limitado a contar uma nova história, mas de apropriar-se de produto de sucesso no mercado cultural, e incorporando a eles novas significações, novos desdobramentos. “[...] os sujeitos não apenas consomem, mas participam ativamente na produção de conhecimento e cultura [...]” (Oliveira, 2019, p. 217). Isto é, as *fanfics* ganham nova importância, nesse cenário, visto que possibilitam a participação ativa do público como agente de informação.

⁶⁸ vide glossário.

6. DISCUSSÕES E RESULTADOS SOBRE O KATON PODCAST

Para entender o funcionamento dessas estruturas, foi necessário a compreensão acerca de pontos da obra em questão, a fim de desvelar os momentos em que surgem esses pontos de interesse para a atuação desse mercado ligado ao entretenimento e especulações criadas pelos interlocutores ou captadas por eles através de discussões na internet.

Alguns desses rastros narrativos foram confirmados com o avançar do enredo, outros totalmente descartados com o acréscimo de novas informações sobre esse universo, que caracterizam algumas das especulações como um acontecimento ou fatos “impossíveis”, em contraponto ao enredo da obra. Diversos canais especulam os “próximos capítulos” da obra e realizam leituras dos capítulos e resumos, acompanhando o enredo e confrontando com as especulações levantadas pela comunidade e com grandes números de alcance e visualizações do público. O *KATON Podcast*, por exemplo, conta atualmente com 235 mil inscritos no *YouTube* e seu perfil na rede social Instagram conta com cerca de 68,6 mil seguidores. Seus *hosts*, apresentadores do programa, são figuras conhecidas nas plataformas digitais, em especial o *YouTube*. “Tio San” é produtor de conteúdo com cerca de 2,5 milhões de inscritos em seu canal. “Fred Anime Whatever” é escritor e produtor de conteúdo com cerca de 1,4 milhão de inscritos. E “Tio Bruce”, escritor e produtor de conteúdo com cerca de 469 mil inscritos em seu canal, também na plataforma *YouTube*. Esses números se referem a quantidades de seguidores até o mês de janeiro de 2025.

Dentre os episódios, foram discutidas especulações presentes nos canais dos convidados e em outros produtos ligados ao tema, que também foram discutidos no *KATON Podcast* em conjunto com convidados como MangáQ e Chapéus de Palha, por exemplo. Uma dessas especulações refere-se a confirmação que envolve um dos personagens mais misteriosos desse universo. *Monkey D. Dragon*, pai de *Luffy*. A especulação abordada era relacionada à profissão do personagem em outros momentos de seu passado. Ele foi confirmado como um ex-integrante da *Marinha*, organização responsável pelas maiores atrocidades e tragédias da obra.

Nos momentos atuais da obra, o pai de *Luffy* é o homem mais procurado pelo *Governo Mundial*, e é o Líder de uma organização intitulada o *Exército da Libertação* ou *Exército Revolucionário*. Entre suas pautas, eles reivindicam a destruição do

Governo Mundial e a derrubada do sistema escravocrata imposto pela *Marinha*, além disso, esse exército busca libertar as nações governadas por esse sistema.

Figura 22 – Evandro Fuzari - MangaQ



Evandro Fuzari do canal MangáQ no programa KATON Podcast. Fonte: Youtube

Outras especulações levantadas pelos convidados e apresentadores do *podcast* envolvem as ações de um dos personagens vilanescos da obra, *Barba Negra*⁶⁹. As discussões partem de alguns indícios que envolvem sua capacidade única de ter obtido duas frutas do Diabo. Segundo os partícipes, em trechos do mangá e anime, foi dito que sua estrutura corporal é diferente das demais pessoas, e que essa informação alinhada a outros elementos como o preço de sua recompensa, e interpretada em um enigma, retratado como *gorowase* (brincadeira em que se realiza a leitura dos números na língua japonesa e que formam determinadas palavras), pelos convidados do *podcast*, especula-se que o personagem possui três corações. Essa informação surge a partir da leitura proveniente de sua recompensa, 3.996.000.000 *bilhões de Berrys*, três representando *san* (leitura para o número em japonês), nove representando *ko* (uma das leituras possíveis para o número em japonês) e seis representando *ro* (uma das possíveis leituras para o número em japonês). Os números combinados formam a seguinte indicação, *san kokoro* (três corações espirituais), e a partir desses indícios

⁶⁹ vide glossário.

se constrói a especulação do que pode ser seu “corpo estranho” retratado na obra. Tal especulação narrativa leva a outra especulação sobre o personagem. Ao decorrer da obra, os convidados discutem que esse personagem ainda possuirá mais uma fruta do Diabo, cada uma conectada aos três possíveis corações em que acreditam que ele possui. Esse não é o único personagem observável essa brincadeira com o número de suas recompensas, outros personagens também possuem tal elemento, como, por exemplo, *Bartholomew Kuma*, um *ex-shichibukai* que possui uma recompensa de 2.960.000.000 *bilhões de Berrys*, moeda utilizada no universo de *One Piece*, e a junção dos primeiros dois números, dois representando *ni* (leitura possível para o numeral) e nove representando *kyu* (outra leitura possível ao número nove) forma a palavra *nikyu*, nome dado a sua fruta do Diabo, *nikyu nikyu no mi* (a fruta da patinha).

Figura 23 – Bartholomew Kuma



Fonte: One Piece Wiki

Desse modo, os interlocutores nos episódios discutem sobre a obra a partir desses pontos de interesse, que, em suma, representam grandes mistérios e abstrações de um enredo futuro, ou que expliquem aos ouvintes novas perspectivas acerca de pontos anteriores no decorrer da obra, capítulos bem anteriores aos momentos atuais da obra. Isto é, os apresentadores no *podcast*, comentam a discussão a partir dessas conjecturas iniciais presentes em plataformas digitais, como a plataforma X (antigo Twitter), fóruns de discussão, *YouTube*, e outras redes

de interação em que se estabelecem pontos de interesse entre os interlocutores e o público alheio e cativo acerca da temática abordada. Essas especulações são tratadas como os tópicos principais do roteiro e discussão dos episódios.

Tabela 5 – Descrição dos episódios analisados do KATON Podcast

Descrição	Convidados	Duração	Visualização
Episódio 4	Evandro Fuzari (MangaQ)	02 horas e 47 minutos	401 mil
Episódio 21	Derick Galvão e Felipe Sieira	03 horas e 53 minutos	1,1 milhão
Episódio 26	Evandro Fuzari (MangaQ) e Bruno Bandeira	04 horas e 09 minutos	305 mil
Episódio 31	Bruno Bandeira	02 horas e 56 minutos	117 mil
Episódio 34	Sem convidados	02 horas e 04 minutos	45 mil
Episódio 36	Felipe Honório	02 horas e 31 minutos	87 mil
Episódio 54	Felipe Honório	01 horas e 19 minutos	34 mil
Episódio 69	Sem convidados	01 horas e 24 minutos	31 mil

Fonte: Elaborado pelo autor.

No quarto episódio, com o convidado Evandro Fuzari (MangaQ), os apresentadores discutem sua paixão pelo universo dos animes. Fuzari expressa sua emoção sobre a série produzida e distribuída pela *Netflix*. Ele também aborda questões sobre personagens-chave para o enredo da obra, como o protagonista *Luffy*, as suas habilidades únicas e de inimigos poderosos como *Enel*. O produtor de conteúdo também fala sobre alguns conceitos importantes para a trama como *herança herdada*⁷⁰, o significado do caráter de *Fisher Tiger* entre outros aspectos. Fuzari também explora várias especulações de fãs e debate sobre o papel da ambição e da força de vontade no desenvolvimento dos personagens. Ele também destaca a relação de *Barba Negra* com a fruta de *Nika*, o Deus da libertação, O

⁷⁰ vide glossário.

podcast explora possíveis finalizações para o enredo da obra, como *Barba Negra*, sendo o vilão final.

No episódio 21 do *KATON Podcast*, conta como convidados Derek Galvão e Felipe Sieira, produtores de conteúdo do canal Chapéus de Palha, no *YouTube*. O canal conta com cerca de 607 mil inscritos. Nos momentos iniciais, eles falam sobre a conexão entre a história de *One Piece* e eventos históricos importantes, como o século perdido e a grande guerra que moldou o mundo da série. A discussão gira em torno do conflito central da série entre o governo mundial e os piratas, destacando a busca pelo tesouro *One Piece*. Os participantes também abordam algumas peculiaridades presentes na narrativa, incluindo temas como destino, rivalidades e a percepção pública dos personagens, como a aparição de *Dragon* e sua conexão com *Luffy* são exploradas, levantando questões sobre destino e salvação.

Durante este episódio os participantes também comentam sobre a importância das notícias e como elas influenciam a percepção dos eventos no mundo de *One Piece*, refletindo sobre a parcialidade das informações. Os participantes expressam suas opiniões sobre a recompensa de *Luffy* em comparação com outros personagens, questionando a justiça dessa avaliação e a lógica por trás das classificações. Eles também destacam o poder e as estratégias de Barba Negra, além de explorarem aspectos de suas habilidades e a dinâmica de suas batalhas.

Ao desenvolver do episódio, eles discutem sobre o desenvolvimento do personagem *Luffy* e suas interações, especialmente em relação aos desafios e batalhas que ele enfrenta, assim como a dinâmica com outros personagens, como *Zoro*. Eles destacam seu papel e importância como capitão e as expectativas que ele deve atender para se tornar o rei dos piratas.

No episódio 21, eles também discutem temas relacionados à habilidade de prever o futuro e a importância da força de vontade nas batalhas. Eles mencionam personagens com habilidades especiais e como essas habilidades impactam a narrativa da série, além de destacarem o papel crucial da força de vontade e a perseverança. As discussões levam às especulações relacionadas às habilidades de observação avançada, que permitem prever o futuro, mencionando personagens

como *Madame Shirley*, uma sereia dona de um café na ilha dos homens-peixe⁷¹. Eles também discutem a complexidade das narrativas na obra, enfatizando a importância do equilíbrio nas relações e na interpretação do enredo. A discussão volta-se para o controle e planejamento das narrativas, além da liberação de capítulos e como isso afeta a percepção dos eventos importantes na história, como a introdução de personagens significativos. Os apresentadores também especulam sobre o despertar dos poderes das frutas no universo de *One Piece*, e como isso poderia afetar a consciência e o controle dos personagens sobre suas transformações e habilidades.

O *podcast* encerra com os participantes discutindo sobre nostalgia presente em animes clássicos e a influência que tiveram na cultura japonesa. Além disso, também abordam questões como as vendas de mangás e o desempenho da equipe japonesa de vôlei em competições mundiais, em referência ao sucesso de animes de esportes. A discussão segue abordando temáticas como a era de ouro da Shonen Jump e a conclusão de várias obras importantes nesse período.

No episódio 26, os apresentadores e convidados discutem temas como o despertar de *Luffy*, também chamado de *Gear 5*, conexões com o século perdido e possíveis futuros da obra. Eles discutem com os convidados o impacto e a celebração da transformação a qual o protagonista é submetido, durante o arco de Wano. Tal transformação tornou-se um grande evento nesse universo. Os participantes seguem o bate-papo abordando temas como a relação entre a ficção e a realidade, e explorando especulações do mundo de *One Piece*, suas origens e personagens, além de discutirem sobre a estética e os poderes de *Luffy*. Também é mencionada a relação entre a história e a origem do personagem *Nika*, sugerindo que ele poderia ser uma figura de libertação. Além desses aspectos, os convidados também debatem sobre a trilha sonora e a estética dos poderes de *Luffy*, destacando como esses elementos refletem a liberdade e a criatividade. Nesse trecho do *podcast*, eles discutem sobre a origem de certos personagens e eventos no universo de *One Piece*, sobre a possibilidade de heranças e legados, com menções a *Luffy* e a continuidade dos sonhos através de novas gerações.

No que concerne às habilidades e características dos personagens, Evandro e Bruno Bandeira, dialogam sobre *Zoro* e outros espadachins presentes na obra.

⁷¹ vide glossário.

Eles exploram comparações de altura, força e técnica entre os personagens, além de analisar a importância das espadas e das habilidades de combate. Zoro é considerado um dos espadachins mais poderosos, com uma técnica de golpe considerada a mais forte da série.

Neste segmento do *podcast*, os participantes discutem sobre a geografia do mundo, como especulações sobre um antigo continente a quem nomeiam como *Pangeia* e também especulam sobre a possibilidade de que continentes submersos possam conter vestígios de civilizações passadas e suas implicações geológicas. Eles comentam sobre descobertas relacionadas a inundações e a possibilidade de que partes da história da Terra estejam submersas, referentes ao anúncio feito ao mundo pelo cientista gênio, através de uma tecnologia chamada *Den Den Mushi*⁷². A ideia sustentada pelos participantes é que as ilhas atuais podem ser picos de montanhas de um continente perdido, o que sugere que o único continente poderia estar debaixo d'água. A conversa segue sobre a possibilidade de que, no passado, existisse um grande continente unificado, explorando as implicações dessa teoria para a compreensão da história geológica da Terra.

O episódio 26 também apresenta discussões interessantes sobre esse universo ficcional, sobre a complexidade dos personagens e as expectativas em relação aos seus poderes, além da influência da linhagem de um personagem e para suas habilidades e esforços em comparação a outros. Os participantes também criticam a traição das expectativas em relação ao desenvolvimento dos personagens e suas habilidades, especialmente em momentos críticos.

Evandro e Bruno discutem conceitos filosóficos e a sua aproximação a certos personagens do universo de *One Piece*. A exemplo disso, é possível verificar neste episódio a discussão sobre a acerca do vazio e do poder, além de especulações sobre os frutos do diabo e suas implicações na narrativa. A conversa explora a ideia de vazio e como isso se relaciona com a história e o poder estabelecido nas diferentes camadas da obra, seja ele físico, psicológico, político, etc. Os convidados também mencionam eventos astronômicos dentro do universo de *One Piece* como um possível novo futuro ao enredo. Um evento como eclipse pode levar um personagem, como *Barba Negra*, a se sobressair na obra. A analogia com buracos

⁷² vide glossário.

negros e a fruta do infame pirata é trazida à tona, e como isso se encaixa nas características do personagem.

Ao fim do episódio os participantes discutem as emoções e impactos das mortes de personagens em animes, como o irmão de *Luffy* e de outros personagens icônicos. Os participantes refletem sobre o impacto emocional que a morte de certos personagens teve sobre eles, e tal reação é observada até mesmo em objetos inanimados, como o primeiro navio da tripulação dos chapéus de palha, *Going Merry*. Os convidados relatam os eventos relacionados a simbólica morte de *Merry*, e a sua inusitada reação que gerou mais conexão emocional com o público do que a morte de outros personagens. Eles também mencionam que os flashbacks dos personagens têm um papel importante em intensificar a tristeza e o impacto emocional.

No episódio 31, que traz Bruno Bandeira como convidado especial, o tema discutido está relacionado às conexões entre *One Piece* e outros animes do gênero *Shonen*, como *Jujutsu Kaisen* (2020 - atual). Eles também exploram as características e comparações entre personagens como *Luffy* e *Gojo*, que se tornam um pontapé para os desdobramentos do episódio em questão.

Nos minutos iniciais os participantes discutem temas populares de animes, com foco em *One Piece* e *Jujutsu Kaisen*, além de outras obras como *Hunter x Hunter* (2011 a 2014) e *Naruto* (2002-2017). Os participantes dialogam sobre a força e escala de poder entre os personagens, além de comentarem sobre a aliança entre alguns personagens e o nível de poder envolvido nestas alianças.

Diversas ponderações surgem na discussão relacionadas ao universo de *One Piece* como: especulação sobre a intenção do autor de *One Piece* em buscar um enredo que se enquadre em uma obra com possível sequência; debate sobre o significado do título *Joy Boy*, levantando conjecturas sobre ser um nome de um personagem, um apelido ou um título, além de sua relação com a natureza divina.

Outro tópico abordado no episódio são as discussões entre outros animes com temas relacionados à força, fraqueza e referências culturais em animes como *Jujutsu Kaisen* e *Naruto*. Além disso, também debatem sobre a dinâmica entre personagens. O convidado também compara alguns aspectos relacionados a *Jujutsu Kaisen* e a *Naruto*, como as histórias e personagens se interligam, além de sua relação e percepção do público. A relação entre personagens, como *Gojo* e *Kakashi*,

um é personagem importante para o enredo de *Jujutsu Kaisen* e o outro é para *Naruto*. Ambos são professores e precisam ensinar aos seus alunos como a pressão da sociedade influencia suas ações e decisões. Por fim, ele reflete sobre a derrota de *Kakashi* e a conexão emocional que isso traz, revelando a profundidade dessas interações.

Ao fim do episódio 31 do *podcast*, os participantes discutem suas experiências com animes, destacando a importância das obras mencionadas e a evolução das narrativas presentes. Eles também exploram especulações sobre o enredo e personagens, especialmente em relação ao conceito de um sol artificial mencionado em *One Piece*. A conversa segue em torno do impacto de *Naruto* na vida dos fãs e como serviu de porta de entrada para o mundo dos animes. As ideias de energia sustentável são abordadas, enfatizando a relevância do tema no contexto atual, e também expressam entusiasmo sobre a possibilidade de descobrir mais segredos e conexões na trama, sugerindo que muitas respostas podem estar escondidas ao longo da história.

Dentre os episódios analisados, apenas o episódio número 34 e o de número 69 não contam com a presença de convidados. No caso do episódio 34, o debate entre os apresentadores está relacionado aos acertos e erros da adaptação *live-action* de *One Piece*, como adaptação de personagens, fidelidade ao anime e expectativas para futuras temporadas. Os momentos iniciais abordam a grande expectativa gerada entre os fãs. E também as impressões dos apresentadores sobre a evolução da série e reação inicial dos fãs ao anúncio da série *live-action*. O episódio discute a adaptação da série e do anime, enfatizando as diferenças de estilo e a recepção emocional dos personagens. A série apresenta personagens caricaturados, o que para os apresentadores pode prejudicar a narrativa original. Quando comparadas, a série e o anime, a partir da perspectiva dos apresentadores, o que se revela é que a série pode transmitir emoções de forma diferente para novos espectadores. Outros aspectos como o personagem principal se junta a um grupo por necessidade, é um fator gerador de impacto emocional significativo na trama. A percepção do potencial do personagem é explorada, revelando uma profundidade em sua personalidade.

Eles também discutem as projeções para o futuro da série em comparação a quantidade de episódios do anime, o que interpretam como uma possibilidade de

muitas temporadas futuras e uma grande frequência de lançamentos. Conforme os apresentadores, cerca de 80 capítulos foram adaptados para a primeira temporada, sugerindo mais de 15 temporadas para conclusão da obra neste formato televisivo.

No episódio 36 os apresentadores Tio Bruce e Fred Anime recebem Felipe Honório para discutir a transformação do *Luffy, Gear 5*. Eles compartilham suas opiniões, considerando-o uma volta às origens no estilo de arte apresentado em *One Piece*. Honório destaca grande satisfação com a introdução da nova transformação de *Luffy*, no anime, elogia os efeitos sonoros e a animação. Eles também abordam a declaração de Oda sobre se divertir com a criação do *Gear 5*, independentemente das críticas, e que isso, na verdade, reforça o caráter de *Luffy* em busca de explorar os desafios através de uma natureza brincalhona, influenciando e motivando seus companheiros e membros do bando.

No episódio 54, os participantes discutem teorias sobre o *All Blue* em *One Piece*, ponderando se ele resultará da destruição de um local central, como o *Governo Mundial*, ou se já existe em um local específico, com a localização próxima à última ilha do mundo, *Laugh Tale*. Os apresentadores também debatem se a ambição de *Sanji* encontrar o *All Blue* acontecerá concomitante ao realizar o sonho de seu capitão se tornar o rei dos piratas. Além disso, eles exploram especulações sobre o futuro de *Zoro* como o maior espadachim, incluindo a possibilidade de uma batalha com seu mentor, *Mihawk*, ou com alguém que o tenha derrotado. Os participantes também dialogam sobre a influência da mitologia nórdica em *One Piece*, especialmente a figura de *Jörmungandr*, a serpente que circunda o mundo. Eles especulam que a *Reverse Mountain* pode simbolizar essa serpente, e que seu despertar poderia levar à união dos mares.

Há uma expectativa de que *Zoro*, um dos protagonistas, deve superar *Mihawk*, o maior espadachim, em um confronto final que seria essencial para a narrativa. Os participantes debatem se ele deve derrotar o espadachim ou se *Mihawk* deve morrer antes que *Zoro* possa ser considerado o maior espadachim do mundo de *One Piece*.

Os apresentadores também argumentam que Oda, o criador da obra, é reconhecido por mudar elementos da história se as especulações dos fãs se tornarem muito precisas quanto ao caminho tomado no enredo. Isso gera um debate

sobre como as expectativas de como a opinião dos fãs pode influenciar o desenrolar da história.

No episódio 69 do *podcast*, os apresentadores exploram as *Akuma no Mi*, ou Frutas do Diabo, mais poderosas do universo de *One Piece*. Eles discutem não apenas as características das frutas, mas também a importância dos usuários e suas habilidades. A conversa é marcada por um tom leve e humorístico, com interações divertidas entre os participantes.

Os apresentadores discutem que a força de uma *Akuma no Mi* não depende apenas de suas habilidades intrínsecas, mas também do usuário. Um exemplo é dado de uma fruta poderosa que, apesar de seu potencial, é utilizada por um personagem considerado fraco.

Um dos apresentadores desafia seu colega a desenvolver uma especulação sobre a origem das *Akuma no Mi*, o que gera uma discussão interessante sobre como essas frutas podem ter surgido no mundo de *One Piece*. Essa parte figura uma importante iniciativa nesse segmento, que consiste em incentivar a criatividade dos participantes para elaborar futuros alternativos e conjecturas sobre a obra. A *Mago Mago no Mi*, associada ao personagem *Akainu*, Almirante de Frota da *Marinha*, é um dos principais focos da discussão. A fruta é descrita como a *Fruta da Lava*, uma fruta que concede poderes referentes à classe *Logia* e está associada à capacidade de transformar o corpo em lava e também poder projetá-la. A conversa segue em como o protagonista teve dificuldades em enfrentá-lo antes de dominar a técnica intitulada como *Haki*⁷³, uma habilidade crucial na série. Os participantes também analisam a importância de *Akainu* como um dos principais antagonistas da *Marinha* e seu impacto na história, especialmente em relação à morte de *Ace*. A cena em que *Akainu* derrota *Ace* é discutida com um tom poético, refletindo sobre o significado emocional e narrativo dessa tragédia.

O tom do *podcast* é descontraído, com os apresentadores fazendo piadas e interagindo de maneira leve. Essa dinâmica torna a discussão mais acessível e divertida para os ouvintes, permitindo que eles se sintam parte da conversa. Os apresentadores refletem sobre a evolução dos personagens e como as *Akuma no Mi* influenciam suas trajetórias. Eles discutem a importância de cada fruta em

⁷³ vide glossário.

momentos críticos da narrativa, destacando como a combinação de habilidades e personalidades molda o desenrolar da história.

Vale ressaltar, que a obra *One Piece* traz discussões importantes sobre questões da nossa sociedade e são confluentes as afirmativas apresentadas por Wolf, em seu livro *Building Imaginary Worlds*, acerca da relação entre a construção de universos a partir de sua relação entre mundo primário e secundário. Em suma, esses elementos fantasiosos, e que não estão relacionados a acontecimentos reais, são caracterizados pelo autor como “mundo secundário”, enquanto os elementos narrativos em que se interceptam, e se assemelham ao nosso cotidiano é caracterizado como “mundo primário” (Wolf, 2012, p.23). A exemplo disso, é possível ver um grande preconceito das sociedades governadas pela *Marinha* contra uma raça de *homens-peixe*. Eles são escravizados pelos descendentes regentes das primeiras 20 famílias, conhecidos como *Tenryuubitos*, ou *Dragões celestiais*⁷⁴. *Dragon*, e seus aliados são contra esse sistema, e assim, incentivam e patrocinam nações a lutarem contra os governos instaurados nas ilhas aliadas do *Governo Mundial*. A relação entre esses elementos narrativos e o sistema escravocrata e colonialista imposto pelos impérios europeus em 500 anos (no caso do Brasil), são nítidos. Além disso, também é possível observar vestígios de uma resistência contra esses sistemas a partir do discurso ficcional.

Figura 24 – Tenryuubito San Carlos



⁷⁴ vide glossário.

Personagem apresentado no Arco Sabaody como um dos Dragões Celestiais. Fonte: Medium

A obra apresenta diferentes figuras do mundo pirata, com diferentes estratégias para alcançar o infame tesouro de *Gol D. Roger*. Os protagonistas do enredo, e seus aliados, mesmo com atitudes nobres como salvar vilas e pessoas de piratas vilanescos, são rotineiramente caçados e procurados por piratas e pelo *Governo Mundial*, instituição maior que controla a *Marinha* em *One Piece*. A tripulação de *Luffy* apresenta algumas das maiores recompensas já apresentadas, que somadas, ultrapassam a marca de *5 bilhões de Berrys*.

Figura 25 – Morgan “Big News”



Presidente do Jornal Econômico Mundial em One Piece. Fonte: One Piece EX

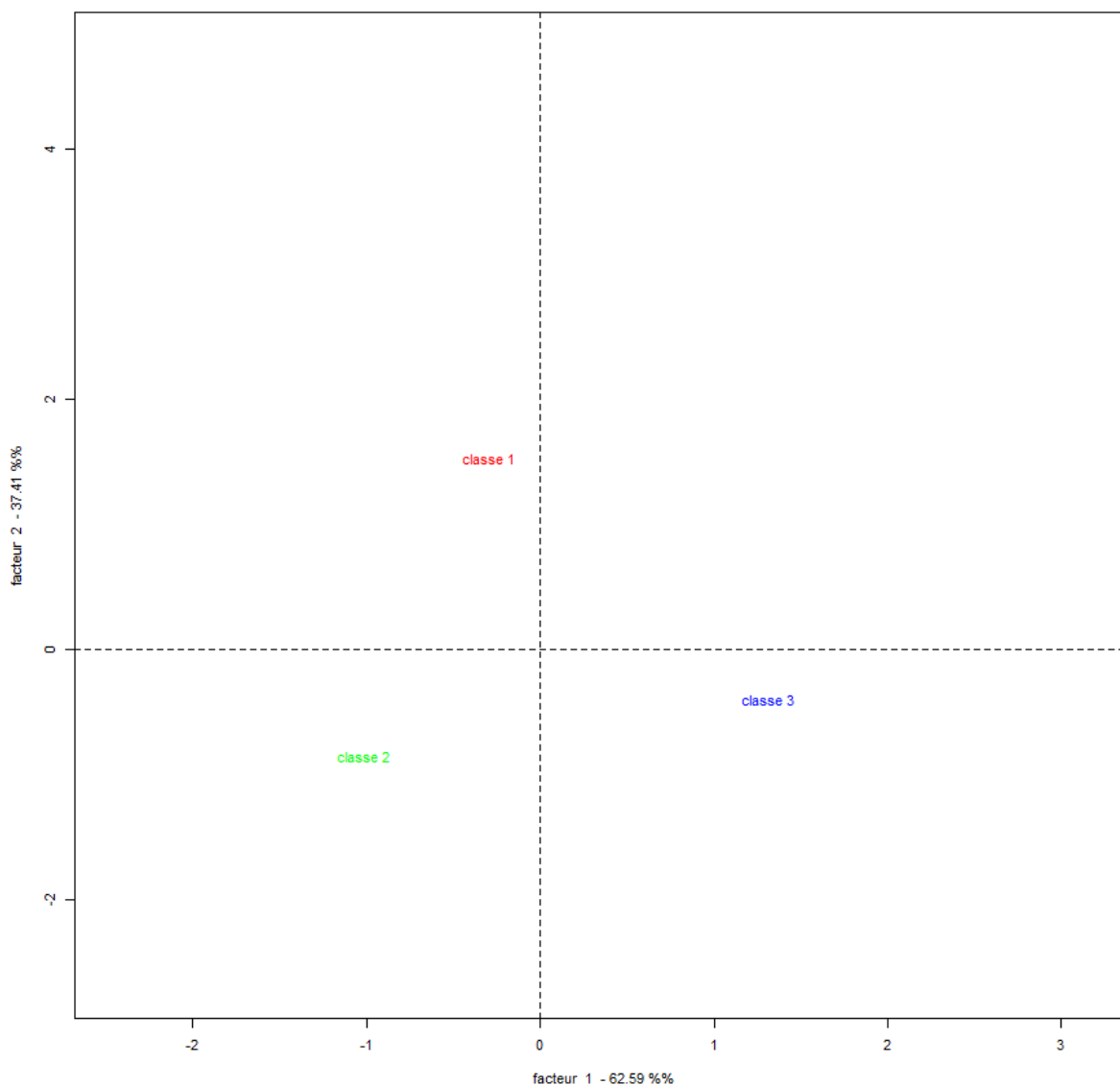
Outro elemento de nosso cotidiano que também é incorporado ao enredo, é a presença da imprensa nesse universo. Ela está empenhada em distribuir informações importantes às diversas ilhas deste mundo. E até determinado ponto da obra, os atores que detêm esse veículo de imprensa, como o personagem *Morgan “Big News”*, utilizam esse segmento para fins comerciais e que, inicialmente, está alinhado aos interesses das elites dominantes nesse universo. Contudo, após acontecimentos importantes para o desenvolvimento do enredo, as notícias divulgadas, não mais estão conforme os interesses do *Governo Mundial*, ameaçando, inclusive, os interesses e as bases dominantes desse sistema imposto. As autoridades governamentais que não detêm poder para aplicarem censuras ao

veículo falham em distorcer ou até mesmo interrompem a distribuição dessas notícias e informações divulgadas através de suas páginas, visto que o jornal não é produzido e nem distribuído por essas autoridades, e enfrentam diversas consequências e impactos ocasionados por essas notícias. Contudo, o intuito do personagem *Morgan* é a rentabilidade gerada por seu jornal, que também passa a propagar notícias falsas com o intuito de garantir maiores receitas pelas polêmicas ocasionadas pelas manchetes em suas páginas e edições.

Ao verificar o escopo da linguagem aplicada na construção da narrativa dos episódios, é possível verificar um emaranhado de conexões entre palavras que fazem parte desse ambiente ficcional. Utilizando o *software Iramuteq* para verificar o arcabouço linguístico presente nesses discursos, identificam-se nomes de personagens, de objeto desse mundo ficcional, além de outros elementos que se relacionam indiretamente com o conteúdo, como discussões acerca de outros animes de sucesso contemporâneos aos lançamentos semanais de *One Piece*, como *Naruto*, por exemplo, e que é possível observar na nuvem de palavras a seguir.

Mesmo que a abordagem do conteúdo seja realizada por diversos atores envolvidos com a produção de conteúdo voltada a essa temática, é possível identificar pelo menos 3 blocos temáticos.

Tabela 7 – Classificação de temáticas do KATON Podcast



Fonte: Elaborado pelo autor através do Software *Iramuteq*.

Dentre as 3 classes de blocos temáticos abordados nos oito episódios analisados, falam diretamente sobre a obra *One Piece* e suas conjecturas e especulações narrativas, algumas envolvem territórios do universo, como o *Calm Belts*⁷⁵, *Grand Line*, *Skypiea*⁷⁶ e *Jaya*⁷⁷, por exemplo, outras envolvem tecnologias

⁷⁵ vide glossário.

⁷⁶ vide glossário.

⁷⁷ vide glossário.

como *Vivre Card*⁷⁸, *Dials*⁷⁹ e a utilização de *Den Den Mushis*, *Serafins*⁸⁰ e *Pacifistas*⁸¹. Além disso, também são mencionadas especulações narrativas que envolvem as raças⁸² presentes no universo de *One Piece* e outros animes do mesmo gênero, como a classe 2, onde apresenta um dos nomes mais comentados como *Naruto*, outro anime discutido pelos *hosts* do programa.

As temáticas são segmentadas a partir da sua relação com outras palavras. Na tabela abaixo é possível identificar os termos mais utilizados e sua correspondência fatorial. Na classe 3, é possível visualizar as temáticas de energia, tecnologia, arma, reator, entre outros. Tais termos são utilizados no programa para apresentarem elementos presentes na obra e algumas especulações que as envolvem. No caso das palavras, arma e tecnologia estarem associadas a outro termo muito comentado, antigo, remetem à tecnologia presente no mundo antigo, chamado de século perdido, em que permitiu a construção de um reator capaz de abastecer todas as necessidades do mundo. Contudo, após a derrota do *Reino Perdido*, tal tecnologia foi utilizada como uma arma de destruição em massa, como ocorreu no capítulo 1060 do mangá e episódio 1089 no anime, sobre a destruição de *Lulusia*.

⁷⁸ vide glossário.

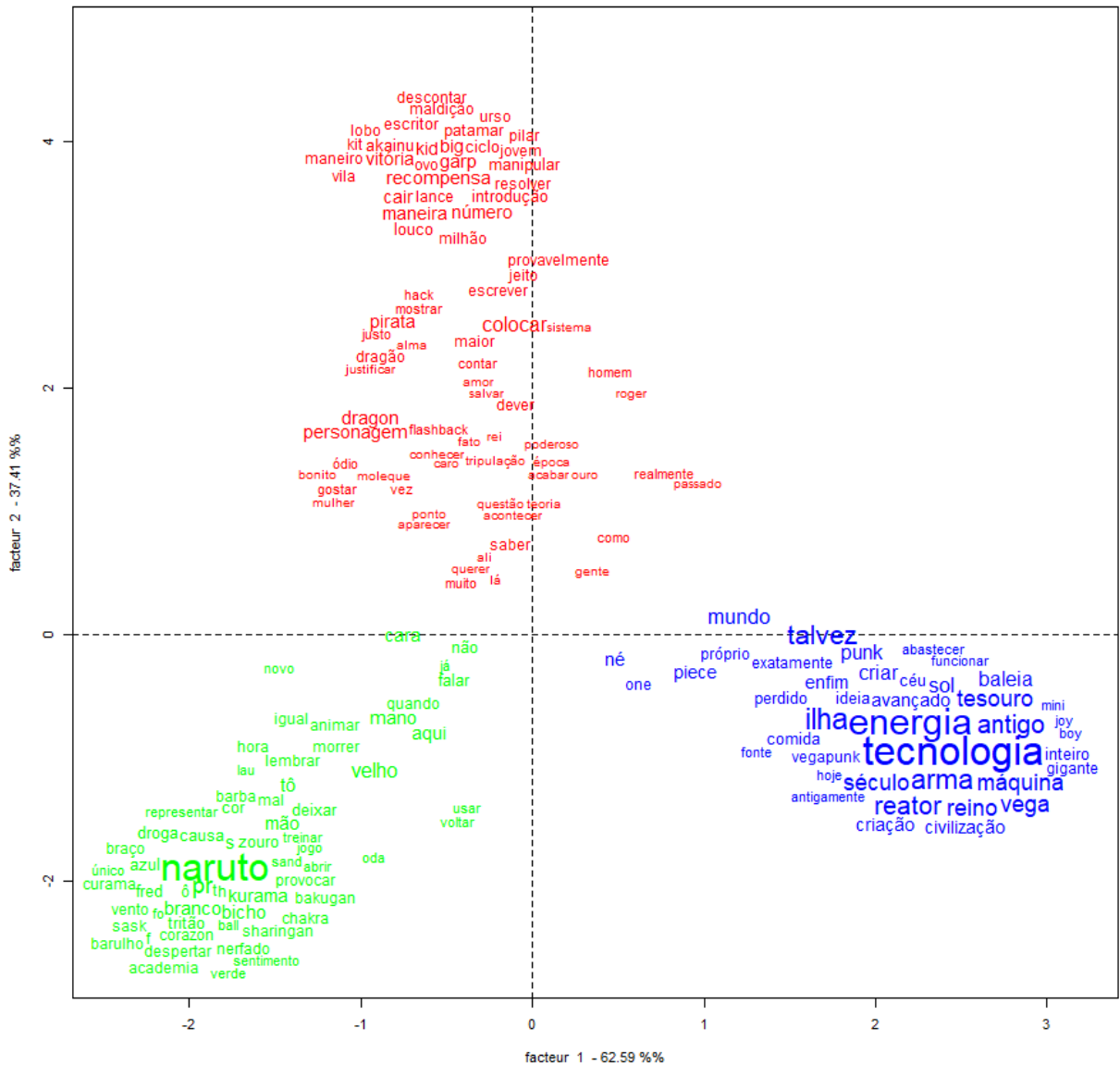
⁷⁹ vide glossário.

⁸⁰ vide glossário.

⁸¹ vide glossário.

⁸² vide glossário.

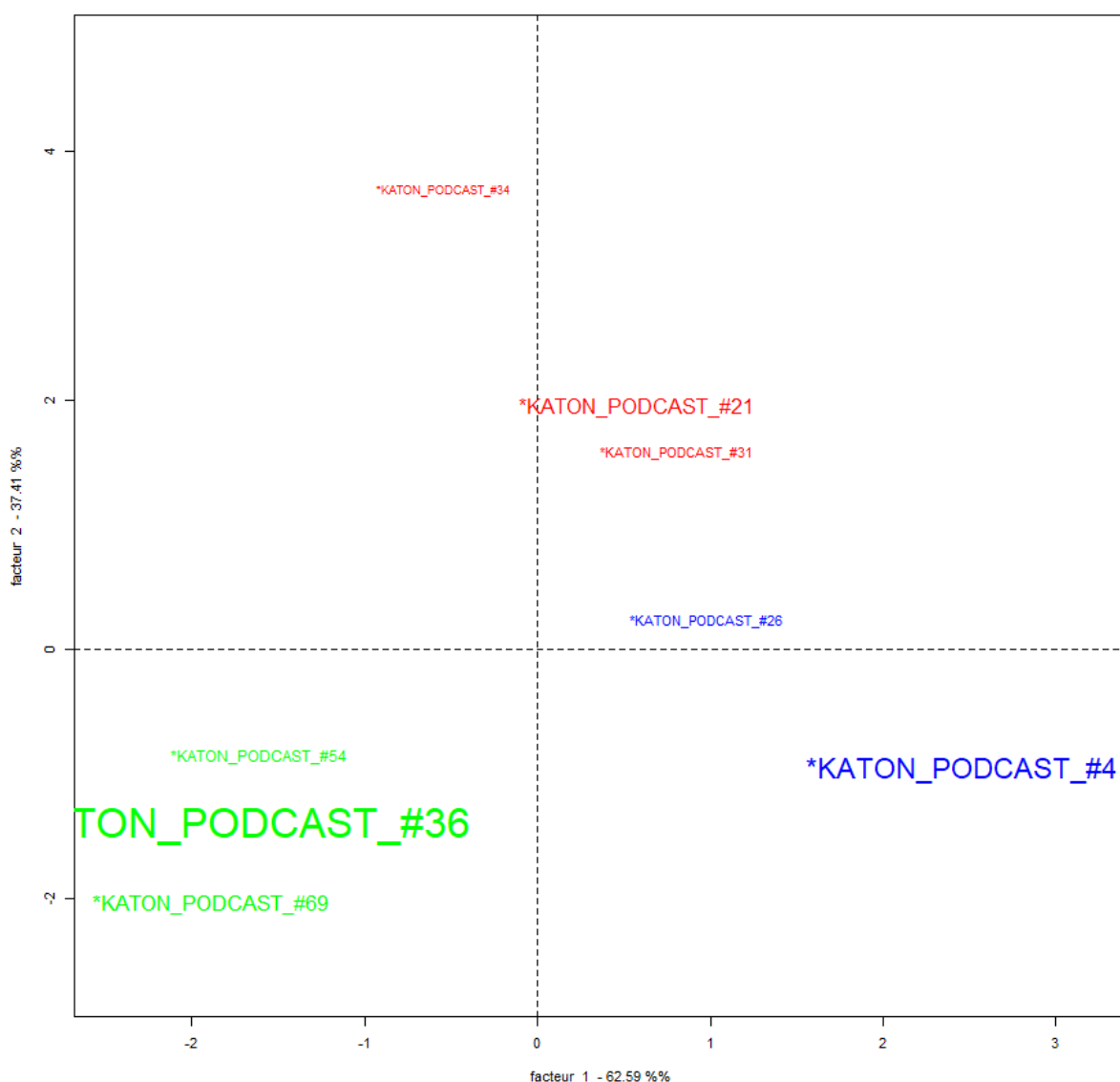
Tabela 8 - Análise Fatorial de Correspondência (AFC)



Fonte: Elaborado pelo autor através do Software *Iramuteq*.

A análise também apresentou a aproximação de temática entre os episódios analisados, como é possível observar na tabela abaixo. Episódios como o de número 4 representa um ponto de distanciamento aos demais, contudo está diretamente associado ao episódio de número 26 que está mais próximo dos demais episódios de outras classes. Na classe 1 é possível identificar 3 episódios, o número de 34, de número 31 e de número 21, na classe 2 o de número 54, de número 36 e de número 69 na classe 3 o episódio de número 4 e de número 26.

Tabela 9 – AFC dos episódios do KATON Podcast



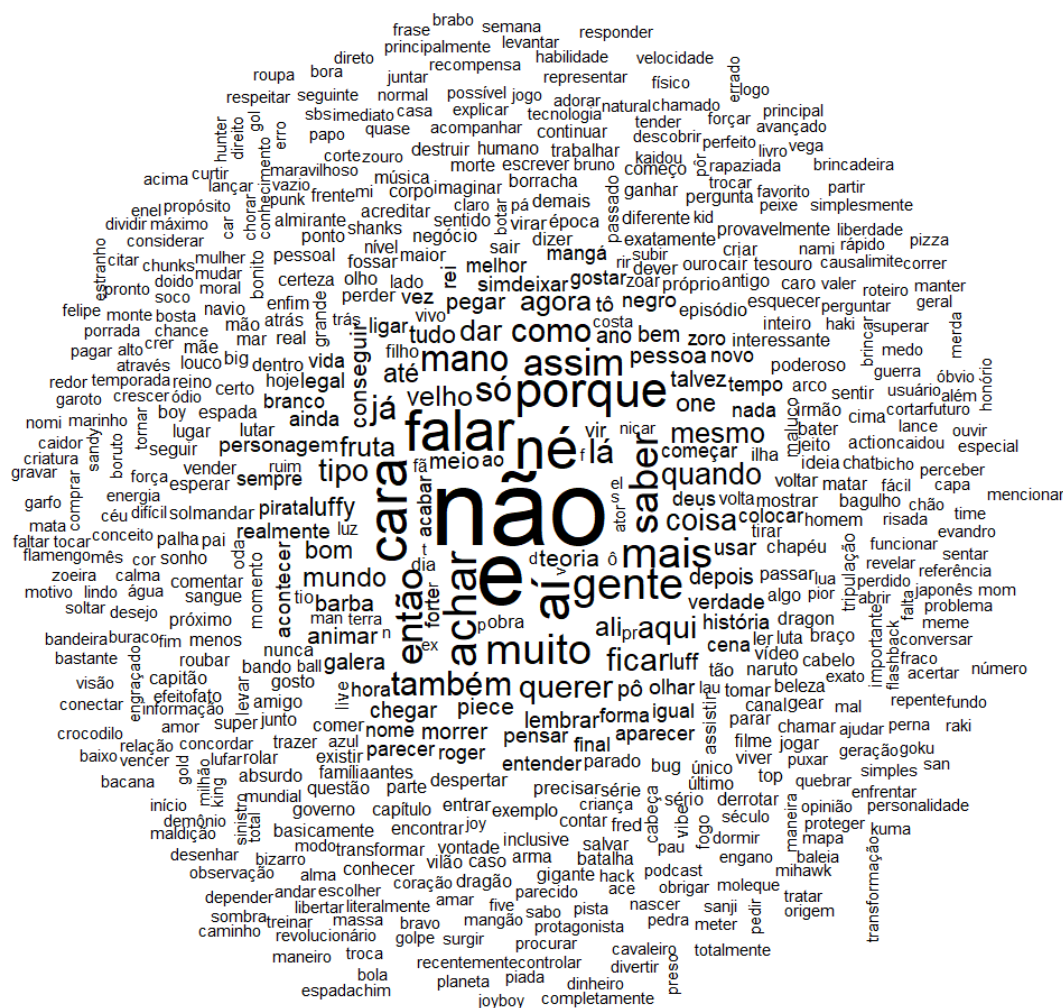
Fonte: Elaborado pelo autor através do Software *Iramuteq*.

A especulação narrativa é tratada pelos partícipes através de jargão atribuído pelo senso comum, e sua definição é descrita como “teoria”, em dissonância a definição atribuída pelo campo científico. Essa atribuição é naturalizada pelos partícipes, que buscam a garantia de certa credibilidade aos discursos aferidos nos episódios. Também é possível verificar uma forte relação entre a linguagem informal no decorrer dos episódios, como gírias, vícios de linguagem e estrangeirismos, a fim de aproximar o público ao discurso dos partícipes. A exemplo disso, é possível verificar palavras como “*hype*”, “*nerf*”, “*flashback*”, “*chat*”, assim como também palavras provenientes desses estrangeirismos como “*hypado*” e “*nerfado*”, por exemplo. Seu significado é atribuído pelos grupos que compactuam dessas

terminologias e podem causar estranhamento a indivíduos fora dessas bolhas sociais desse nicho. No caso da palavra *hype*, seu significado está diretamente ligado ao interesse dos usuários da rede sobre determinado assunto, isto é, temáticas em alta procura, que estão em discussão por diversos atores nesses espaços virtuais, como o *YouTube*, por exemplo. Já a palavra *nerf*, refere-se ao enfraquecimento e é muito direcionada às discussões sobre os personagens da obra. Por exemplo, determinado personagem foi “*nerfado*” em detrimento da vitória de outro, atributos das frutas do diabo “*nerfam*” seus usuários, que perdem a capacidade de nadar. Assim, é possível verificar uma linguagem própria a esses segmentos, que são confluentes a outros segmentos, como jogos eletrônicos, por exemplo, criando assim estruturas de interação entre os partícipes e espectadores. Desse modo, uma nova cultura em detrimento desses produtos culturais cresce e expande seus domínios em meio ao espaço a que estão inseridos, fortalecendo a noção de grupo e dos atores, e consolidando esses espaços e interações.

Na nuvem geral de palavras correspondentes aos oito episódios, é possível identificar gírias de palavras como “*velho, mano, pô, man, maluco*”, e também abundante vícios de linguagem como “*né, então, assim, cara, gente, não, é, coisa*”, entre outros. Além disso, também é possível identificar palavras referentes às classes observadas anteriormente, como *ilha, tesouro, século perdido*, entre outros.

Tabela 10 – Nuvem de palavra dos oito episódios do KATON Podcast



Nuvem de palavras referente aos oito episódios analisados do KATON Podcast. Fonte: Elaborado pelo autor.

A estrutura do programa também está relacionada ao crescimento e popularidade dos partícipes. A interação de influencers e produtores de conteúdo convidados para participarem dos episódios garantem visibilidade no meio e crescimento em seus números de seguidores e visualizações, consequentemente, o que implica diretamente no aumento da receita através da monetização desses canais. Ao todo cerca de 2 milhões de visualizações nos episódios analisados.

Figura 26 – História de Capa



História de capa do personagem Enel. Fonte: Mangá Online

A especulação narrativa construída pelos partícipes dos episódios são a partir de vestígios encontrados em diferentes elementos da obra. Histórias de capa, elementos desconexos, mistérios, conceitos criados pelo autor como *herança herdada*, sobre poderes adquiridos pelos personagens como, por exemplo, o conceito de *Haki* e suas três vertentes, tecnologias de um passado perdido e até posicionamentos e falas dos personagens e do autor da obra. Cada especulação é retratada a fim de complementar uma parte da obra, como parentescos, acontecimentos não retratados, símbolos presentes, personagens de grande impacto no enredo, entre outros aspectos.

Essas discussões entrelaçam-se com o universo ficcional de *One Piece*, visto que a produção dos outros produtos culturais dessa obra, como, por exemplo, os episódios do anime não segue à risca o enredo da obra-fonte, e esse não comprometimento com a integralidade da obra-fonte ocasiona em novos conteúdos acrescentados ao enredo a partir de sua transposição para as diversas mídias. Assim, o público acaba por segmentar esses trechos e episódios que não fazem parte da estrutura narrativa da obra-fonte, categorizando este material como ineficaz, ou até mesmo desnecessário, e desconsideram parte desse material para as especulações narrativas. No caso de *One Piece*, porém, nesses momentos de corte na estrutura narrativa da transposição da obra-fonte ao anime são apresentados novos cenários, personagens e enredos que podem ser acrescentados e enriquecem a obra-fonte.

Figura 27 – One Piece



Tripulação dos Chapéus de Palha em One Piece. Fonte: IGN

Encarar esses episódios como uma agenda em que não deve ser interrompida ou dissociada do material original é prejudicial tanto ao universo em construção como também é ineficaz no sentido de evitar contradições ao enredo da obra. A exemplo disso, *One Piece* conta com diversos filmes em que são apresentados personagens que nunca haviam sido inseridos no mangá. Contudo, após anos do lançamento do filme em que foram inseridos esses personagens, no

mangá eles foram retratados como novos elementos e personagens, como, por exemplo, o personagem *Shiki*, o Leão-Dourado.

Figura 28 – Shiki, o Leão-Dourado



Personagem apresentado nos filmes de One Piece. Fonte: Pinterest

Esse é um claro exemplo de que elementos não retratados como um conteúdo cânone na obra, podem sim apresentar novos desdobramentos na obra-fonte, mesmo que a roteirização dos filmes em *One Piece*, por exemplo, não seja realizada e idealizada pelo criador original da obra-fonte, mas reforçam o aspecto transmidiático e expansivo desse universo fantástico.

No universo de *One Piece*, é possível observar definições acerca desses episódios que não apresentam conexão direta com o enredo apresentado no mangá, a partir das concepções dos fãs e produtores de conteúdo, que vão contra os apontamentos teóricos da academia. A comunidade de fãs, nomeiam esses episódios desconexos como “*fillers*”. Esses são típicos episódios que não estão diretamente ligados ao enredo principal e são apresentados durante o desenvolvimento de um arco desenvolvido na obra-fonte. Esses episódios costumam ser apresentados ao público em momentos de “corte” na narrativa principal, nesse caso em especial o anime.

Na obra citada, esses episódios surgem da necessidade dos estúdios de manterem a produção em mangá com um enredo mais “evoluído” em comparação ao enredo produzido para os animes. Por tratar-se de conteúdo semanal, com poucas interrupções, ao longo de vários anos, a animação estava “acompanhando” o enredo produzido pelos mangás, assim, os estúdios acrescentaram episódios que não seguem a linha narrativa. Ao todo, *One Piece* conta com 95 episódios, segundo o portal Legião de Herói, categorizados como “*fillers*”.

Uma consideração importante sobre o programa, consiste em sua concepção a determinada obra ou parte dela como cânone. Tal movimento inviabiliza a concepção do material literário ou artístico como uma parte unitária que, por sua vez, torna-se fragmentado à medida que são desconsiderados elementos de sua narrativa e isso implica não apenas na obra em questão, mas em todo um segmento cultural. Isto é, tratar novas leituras de uma obra-fonte como um material à parte, ou inferior, ao conteúdo original é de grande equívoco, visto que ao se tratar de obras ficcionais, é importante ter em mente que o material é de caráter subjetivo, e não se limita apenas a seguir uma lógica de interesses do criador em questão, do mercado, do público (ansioso por alguma reviravolta), mas sua consolidação é também congruente as plataformas digitais e é extensiva ao universo transmidiático das obras-fontes, e não servem de parâmetros para apontamentos equivocados, configurando determinadas obras ou partes delas como um material “inferior”. Essas designações definem um ideal e caráter *retrotópico*⁸³ a tal posicionamento, e vão contra as definições modernas sobre a literatura e expansão desses universos fantásticos. Contudo, mesmo com os apontamentos teóricos destacados por diversos autores, ainda é possível verificar essa noção sendo empregada através do senso comum, e pode ser observada no discurso dos partícipes dos episódios analisados. Eles reiteram essas afirmativas diversas vezes durante os episódios, e apresentam aspectos da obra que não são considerados cânones, tanto por parte dos partícipes do episódio quanto pelo público.

O intuito das discussões deste trabalho é observar o “campo cinza” em que esses produtos se inserem e como se desvela esse mercado da produção cultural, além de seu potencial mercadológico impactado pela informação. Vale ressaltar que

⁸³ Conceito abordado por Zygmunt Bauman em seu último livro, **Retrotopia**. Em suma, representa um vetor de ideais que tende a “olhar para o passado” com um olhar crivo absoluto acerca das representações sociais e experiências de vida a partir de uma “necessidade nostálgica”, mas que atuante no presente assume uma postura equivocada, como “a volta da ditadura”, por exemplo.

nessas análises iniciais, esse produto não compactua das necessidades presentes no mercado midiático tradicional. Assim, apenas alguns elementos são presentificados nessas produções alheias ao campo jornalístico, e são desmistificadas sobre conjecturas de qual tal produto faz parte desse campo, aproximando-se, todavia, do gênero *fait divers*. Por sua natureza descompromissada com a factualidade e realidade dos conteúdos aferidos, além de ancorada em uma perspectiva de se estabelecer como um produto de entretenimento ao invés de gênero jornalístico, abrem-se espaços para a discussão sobre essas produções culturais e seu desenvolvimento no cenário nacional, refletidas pelo sucesso em que se consolida esse formato ao longo do tempo. Isto é, as transformações tecnológicas permitiram o surgimento de novas formas de produzir informações e de consumi-las, mas sua diferenciação está em como esse mercado se apropria da informação para criar especulações narrativas em oposição ao que se pratica pelo mercado da mídia. Esses aspectos se revelam a partir de uma perspectiva crítica acerca do que é produzido através desses canais de atuação e como se estabelece seu discurso.

As convergências midiáticas permitem e impulsionam novos modelos de negócio nesse novo mercado da informação. Contudo, são apenas heranças e não o são em sua completude o mercado midiático. Além disso, essas transformações tecnológicas também disseminam esses conteúdos independentes, e consolidam esse cenário alheio aos meios de comunicação como um espaço de interação e regimes de afeto acerca desses conteúdos informacionais, gerando interesse no público sobre determinada conjectura sobre a obra discutida. Seu conteúdo não pode ser definido como uma notícia, mas a sua circulação no nicho em que se propõe instituir é efetiva, onde se consolida como um produto do gênero *fait divers*.

O que se propaga é consumido em diferentes plataformas e também é alimentado por essa interação. As especulações tornam o ambiente propício para inferir interpretações e conjecturas sobre a obra, mas carecem de uma segmentação consolidada sobre o que se discute e como se discute. Não se pode afirmar que exista algum grau de impacto quanto ao cotidiano ou vivências, assim como experiência e aprendizado dos espectadores sobre situações presentes a partir das discussões, mas seu discurso perpassa por esses interesses, criando necessidades

de consumo aproveitadas pela indústria criativa, e que buscará suprir todo o desejo aferido a uma multiplicação de produtos a partir da obra-fonte.

Os vestígios desvelados e resultados obtidos a partir desse confronto entre distintos modelos e mercados de informação e mídia, acabam por auxiliar na resolução de problemáticas acerca da produção e a percepção desses elementos como produções ligadas ao entretenimento mesmo que provenientes de um formato advindo do gênero jornalístico. Esse segmento de projeções fictícias não apresenta as mesmas características identificadas no gênero jornalístico, como a responsabilidade social e é alheia quanto aos interesses associados a esse campo. Por ser parte do âmbito digital, é responsável por garantir um espaço de diálogo com seus partícipes e traz à tona sua função mercadológica em que esses conteúdos ficcionais se inserem, mas não apresentam indícios de uma estrutura rígida quanto às características observadas em produtos direcionados às notícias.

Em suma, os *podcasts* direcionados e provenientes desse segmento de entretenimento podem ser observados como expressões culturais contemporâneas,, que possuem suas próprias vozes, além de não estarem em conflito com o mercado midiático, mas buscam espaço e credibilidade. Diferente do campo jornalístico, não clamam por nova reestruturação, e podem coexistir sem prejudicar ambos espectros. Por tratar-se de um formato convergente, pode ser verificado como semelhantes em seu aspecto operacional, mas não podem ser vislumbrados como iguais em aspecto técnico e ético. Suas semelhanças se resumem apenas a critérios operacionais como equipamentos utilizados, estruturas basilares para produção de seus roteiros de perguntas, convidados, tempo de duração, etc., enquanto seus discursos, linguagens, necessidades de existência, assim como sua credibilidade estão dissociadas.

O advento dos *podcasts* em que se busca discutir elementos ficcionais não apenas democratiza a produção de conteúdo, como permite uma criação independente e diversa alheia aos conglomerados midiáticos, e introduz novos interesses mercadológicos e de rentabilidade, a partir de sua condição de relevância sobre o conteúdo e seu público, isto é, são monetariamente validados, mas imprevisíveis quanto aos impactos sociais geridos a partir deles. Contudo, a relação de poder brando conquistada através de sua circulação reafirma essa prática. A relevância dos *podcasts*, mesmo que em um nicho, traduz os interesses

comunicacionais, mas não interfere ou altera essas estruturas. Vale salientar, que o surgimento de novas categorias de profissionais ligadas a esse segmento podem ser percebidas e que tem seu grau de credibilidade no ambiente em que se estabelecem. Esses novos modelos culturais, alinhados às mudanças tecnológicas e sua operacionalização, são acessíveis e democráticas em comparação a outros segmentos do campo midiático em que as estruturas rígidas de mercado ditam as regras.

Em conjunto com as plataformas digitais, esse segmento se configura em uma produção de conteúdo, que para além de uma diluição do público que passa a acompanhar suas programações, não desafia a credibilidade da notícia presente nos modelos tradicionais de comunicação, inclusive ligados também aos conteúdos ficcionais.

A percepção das transformações ocorridas no segmento ajudam a compreender como a produção de sentido e sua relação com os processos comunicacionais são consumidos pelo público e o que deriva dele. Esse segmento se apresenta dissociado do campo midiático, e é percebido como um segmento estruturado a partir do entretenimento, inclusive, destituindo a necessidade de associá-lo aos parâmetros da notícia. Sua vertente é ligada ao ato de produzir informação e sanar dúvidas acerca de questões pertinentes a esses conteúdos ficcionais.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou examinar as práticas transmidiáticas do *KATON Podcast* a partir da análise de episódios dedicados à obra *One Piece*, com o intuito de compreender como a especulação narrativa se apresenta no ambiente digital. A pesquisa mostra como o *KATON Podcast* desvela um novo conceito de informação ao transformar especulação narrativa em uma *commodity* digital proveniente das indústrias culturais e do entretenimento, operando num mercado híbrido que desafia as fronteiras entre jornalismo e ficção. A pesquisa mostra como a especulação ficcional em *podcasts*, como o *KATON Podcast*, não apenas emula formatos jornalísticos, mas também cria um mercado autônomo regido por lógicas distintas: a indeterminação narrativa (não a factualidade) gera valor, e a autoridade é construída pelo domínio do universo ficcional, não por formação jornalística. Isso redefine o conceito de informação em contextos de cultura participativa.

A partir da hipótese em que o *podcast* estabelece um novo espaço para consumo e produção cultural, surge como uma alternativa um mercado informacional paralelo ao mercado da mídia, e está ancorado em discutir e vender informações e especulações de conteúdos ficcionais mediante uma estratégia de multiplicação de seus produtos, como os episódios e dos cortes realizados das temáticas, a fim de disseminar por meio de multiplataformas, assim como a própria obra também se multiplica através do sistema de mídia mix. Embora, os resultados obtidos através das análises demonstrem que o *KATON Podcast* utiliza recursos do segmento jornalístico, como entrevistas, debates, roteiro de perguntas, estrutura física, entre outros atributos, sua essência é percebida mediante uma cultura participativa dos fãs para o produto, seja através de perguntas do chat ou das discussões na internet, relacionada a esse mercado informacional e especulativo.

A imprecisão inerente a essas especulações sobre a narrativa de *One Piece*, não é um movimento novo, visto que tanto o jornalismo esportivo e o gênero *fait divers*, também ancoram-se em mercado especulativo, como a saída de um técnico, seja pelo empréstimo e venda de jogadores, pelas discussões que envolvem o desempenho de um time em uma partida ou campeonato, ou sobre os próximos contratos em novelas dos atores de televisão, até mesmo pela especulação da vida pessoal de certas figuras públicas. No caso do jornalismo esportivo, é possível ver as impressões dos comentaristas sobre um jogo ou sobre determinado time. As

opiniões sustentam-se em uma visão tática e às vezes pela emoção e paixão envolvidas, como uma vitória em um jogo importante ou a indignação por uma derrota e eliminação em um grande evento. Esses tópicos também podem ser visualizados na especulação narrativa atribuída ao *KATON Podcast*, os apresentadores rodeiam-se de personalidades relacionadas e reconhecidas pelo público do nicho como *influencers* especializados em discutir os temas, pelos dubladores de personagens da obra ou segue um debate a partir da perspectiva dos fãs da obra, ou gênero em questão. Suas discussões, e a imprecisão gerada por elas, buscam apresentar elementos fora dos fenômenos observados, tal como as discussões sobre o futuro da obra ou elementos desconexos em momentos anteriores da obra, tal como a imprecisão gerada em discussões em programas de *fait divers*. Seu produto também se fortalece no ambiente em que se insere, e a partir do engajamento do público e fãs da obra geram a receita necessária para a sustentabilidade financeira dos programas, a partir de seu desempenho nas plataformas como *YouTube* e *Spotify*, patrocínios e doações do público. Contudo, essa dinâmica revela contradições significativas. A liberdade criativa e a ausência de compromisso com a factualidade caracterizam uma prática distante da práxis jornalística, além disso, apropria-se de seus gêneros, como o *fait divers*, *assim, como também*, a captação de recursos com patrocinadores, por exemplo, e sua formatação através do *podcast*, com o uso de uma linguagem menos formal, garante o afeto do público. Ou seja, o gênero assumido é o *fait divers ficcional*, em que se assimila aos tabloides, utilizando-se de um discurso próximo ao sensacionalismo (vazou o segredo final de One Piece), mas substitui celebridades reais por personagens de ficção. A diferença crucial está no fato de que o *fait divers* tradicional é direcionado a explorar a vida alheia. No caso do *KATON Podcast*, a vida e enredo é explorado pelos apresentadores e pelos fãs através da ficção.

Embora o jornalismo esportivo e o *fait divers* compartilhem com o *KATON Podcast* a valorização da especulação, há uma divergência crucial. No primeiro, as hipóteses são validadas ou refutadas por eventos reais, como o resultado de uma partida, enquanto no *podcast*, a indeterminação e imprecisão narrativa é perpetuada como estratégia de engajamento. Isso revela uma economia da atenção distinta do observado no jornalismo de entretenimento e esportivo. Essa economia do afeto revela um modelo inédito, a falta de resolução das incógnitas que surgem nas

discussões são geradoras de valores, de retorno monetário, não a factualidade.

Por tratar-se de conteúdo ficcional, sem um impacto direto nas relações sociais ou até mesmo em um comprometimento com a factualidade, diferente do setor jornalístico onde isso pode se configurar em notícias sensacionalistas e até mesmo notícias falsas, essa prática pode ser considerada uma atividade que aciona o caráter imaginativo, e seu exercício constante pode auxiliar na percepção da construção de narrativas em diferentes produtos da cultura *Pop*, assim como também essa liberdade criativa impulsiona novas ideias e discussões, além da rentabilidade conquistada por esse segmento. Contudo, perceber a especulação narrativa como um movimento que se traduz como “teoria” é observar o mundo a partir de uma lente positivista, e tal prática pode se traduzir de maneira inexata ao que se percebe.

Como apontado por Reichmann (2022), a narrativa transmidiática se alimenta da dispersão de significados e o *KATON Podcast* exemplifica esse fenômeno ao transformar lacunas da obra de Eiichiro Oda em oportunidades para fomentar uma discussão e garantir uma rentabilidade no meio. É importante considerar que a imprecisão gerada pela especulação narrativa é ocasionada pelo controle da obra a partir da perspectiva de fatores estéticos do próprio autor e de seu corpo editorial. Assim, a busca por respostas a temáticas ainda não abordadas pelo autor também servem de ideias criativas a esses produtores de conteúdo e influencers, tornando essas conjecturas como possibilidades para o futuro do enredo em discussão, e garantindo certo grau de domínio sobre a obra comercializada.

Conforme análise verificada no site Social Blade⁸⁴ (2025), o *KATON Podcast* apresenta um alcance significativo no YouTube com cerca de 3,9 milhões de visualizações nos últimos 14 dias, conforme dados obtidos em março de 2025, esse alcance representa cerca de 5,7 mil reais a 92 mil reais em ganhos mensais estimados. Essa variação reflete a natureza oscilante da monetização através das plataformas digitais neste segmento, além de depender de fatores como taxa de cliques em anúncios e engajamento do público. Quando projetados esses valores a um rendimento anual, os valores oscilam entre 149 mil reais a 2,4 milhões de reais, o que evidencia a viabilidade econômica desse modelo de conteúdo especulativo, ainda que distante da estabilidade dos profissionais no regime tradicional. É

⁸⁴ Site que fornece métricas e médias de monetização de plataformas digitais como o YouTube.

relevante destacar que tais estimativas não incluem outras fontes de receita, a métrica da plataforma *Spotify* e *TikTok*, por exemplo, que não estão disponíveis seus valores monetários ao público, ou até mesmo os valores relativos a parcerias comerciais, e doações dos fãs, comum em podcasts de nicho. Em comparação, a receita anual do podcast (até R\$ 2,4 milhões) supera em 56 vezes a média salarial de jornalistas paulistas (FENAJ, 2024), reforçando a viabilidade econômica do modelo. Contudo, a hipótese de que essa prática ameaçaria o jornalismo tradicional não se sustentou. Os dados mostram que ambos segmentos estão e fazem parte de mercados distintos. O jornalismo experimenta a factualidade e os furos de reportagem, enquanto o mercado informacional está atrelado à prospecção dos acontecimentos fictícios. Tal conjuntura aponta a economia da atenção como um segmento ramificado. Os 7 mil novos assinantes em 14 dias corroboram a hipótese de que a especulação narrativa atrai um público engajado, disposto a consumir conteúdos longos (média de 1h30 por episódio), conforme os dados da plataforma. A receita anual estimada do *KATON Podcast* (até 2,4 milhões de reais) demonstra como plataformas digitais criam um ecossistema paralelo ao jornalismo, onde a análise ficcional, sem compromisso com a verdade, pode ser tão rentável quanto nos meios tradicionais. Como explicitado na discussão final, a hipótese central se confirma, o *KATON Podcast* não apenas discute *One Piece*, mas também rentabiliza a partir de sua imprecisão e conteúdo inacabado. Cada especulação, como em um dos casos abordados, os três possíveis corações de Barba Negra, vira uma espécie de conteúdo reciclável em multiplataformas, aproveitados como trechos menores do conteúdo bruto, através do TikTok ou mesmo na plataforma YouTube. Isso reforça que, nesse mercado, a dúvida vale mais que a resposta.

Este estudo limitou-se a analisar episódios selecionados do *podcast*, o que pode não abranger toda a complexidade de sua produção. Pesquisas futuras poderiam incluir entrevistas com os criadores para explorar suas intenções e percepções sobre o fenômeno. A metodologia netnográfica, embora eficaz para capturar dinâmicas digitais, tem limitações. A priori, ela não mensura o impacto offline dessas especulações (como, por exemplo, teorias do *podcast* influenciam convenções de fãs). Além disso, essa metodologia depende de algoritmos de plataformas, e tais dados podem distorcer parcialmente a percepção do conteúdo analisado. Vale salientar que, sugere-se para pesquisas futuras que possa ser

incluído entrevistas com criadores ou etnografia em convenções de fãs, além de também se investigar como questões de gênero e raça estão presentes nesse ecossistema, como, por exemplo, a predominância masculina entre criadores de conteúdo de anime, por exemplo.

Acerca do principal aprendizado extraído de tais análises estão relacionadas ao que se identificou a partir da imprecisão da ficção, e sua fundamental existência para gerar engajamento. Enquanto o jornalismo tradicional se enfraquece com erros, o *KATON Podcast* e produtos culturais semelhantes se fortalecem quando suas especulações não se concretizam, pois quando o enredo impossibilita uma conjectura, também abre margem para novos debates. Esse é um jogo onde todos ganham, criadores, plataformas e fãs.

Em suma, esta pesquisa contribui para os estudos sobre *podcast* e prática transmídia ao mapear alguns aspectos das transformações digitais e o mercado da informação. E revela como obras ficcionais como *One Piece* podem gerar ecossistemas autônomos de produção de conteúdo. O caso do *KATON Podcast* ilustra uma transformação paradigmática. Na era da pós-verdade⁸⁵, até a ficção pode ser instrumentalizada como informação desde que mobilize afetos. Isso exemplifica como a democratização da produção midiática, desafia a comunicação a repensar as fronteiras entre jornalismo e entretenimento em ecossistemas digitais cada vez mais híbridos. Tal movimento viabiliza que determinado segmento aproprie-se de certos elementos, e sem manipular ou ter um reforço publicitário, conquista e monetiza afetos.

⁸⁵ A palavra do ano de 2016, segundo o Dicionário Oxford.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é um dispositivo?** ed. 5. Santa Catarina: Outra travessia. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576/11743>>. Acesso em: 12 jul. 2024.

ABRATEL. **Rádio é consumido por 83% da população no Brasil; 58% ouvem em maior, ou na mesma quantidade, diz Inside Radio 2022.** Disponível em:

<<https://abratel.org.br/radio-e-consumido-por-83-da-populacao-no-brasil-58-ouvem-em-maior-ou-na-mesma-quantidade-diz-inside-radio-2022/>>. Acesso em: 28 jul. 2024.

ATHOUGUIA, Geiziele Nathália França. **POSSIBILIDADE DE DESENVOLVIMENTO DA ORALIDADE POR MEIO DA TRANSPOSIÇÃO DO GÊNERO RESENHA PARA GÊNERO VIDEOCAST.** Dissertação, Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2018. Disponível em:

<<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/45107>>. Acesso em: 03 fev. 2025.

BAPTISTA, Carla. **Televisão, Covid-19 e Cultura: análise da cobertura de temas culturais nos telejornais durante a pandemia.** Disponível

em: <<https://repositorio.ual.pt/server/api/core/bitstreams/a1394b26-e413-402b-a172-221f7ca99607/content>>. Acesso em: 15 set. 2024.

BENJAMIN, Flaviana. **THERODRAMATURGIA: especulação imaginativa a partir da narrativa de viventes.** v. 6, n. 11. Ouro Preto: Revista do Programa de

Pós-Graduação em Artes Cênicas da Universidade Federal de Ouro Preto, 2023.

Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br/ephemera/article/view/6925>>. Acesso em: 07 ago. 2024.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica.** 2ª edição, Porto Alegre: Editora Zouk, 2014.

BERTO, Rachel Goulart. JAPÃO E CORÉIA DO SUL: A INDÚSTRIA CRIATIVA COMO FERRAMENTA DE SOFT POWER. *In*: FERREIRA, Júlio César Valente

(org.). **Festa e memória: perspectivas étnico-raciais.** cap. 1. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. Disponível em:

<https://www.pimentacultural.com/_files/ugd/143639_776c3be7a3614fc5bf4c7d9f92f67a28.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2023.

BOLAÑO, César. **Indústrias criativas e os conceitos de cultura, inovação e criatividade em Celso Furtado.** v. 4, n. 2. Sergipe: Políticas Culturais Em Revista, 2012. Disponível em:

<<https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/5594/4054>>. Acesso em: 12 jul. 2024.

BRANDÃO, Vanessa Cardozo. **Comunicação e Marketing na Era Digital: A Internet como Mídia e Canal de Vendas.** Artigo, Campo Grande: INTERCOM - XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011. Disponível em:

<<https://portalidea.com.br/cursos/f21cfb7a2f819b83262417da88090d1f.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2024.

BRITTOS, Valério. **Estudos culturais, economia política da comunicação e o mercado brasileiro de televisão**. 1º ed. Buenos Aires: CLACSO, 2022.

BUENO, Emanuelle Tronco. **Jornalismo Visceral: os faits divers que contam (e constroem) histórias**. Tese de Doutorado, Rio Grande: Universidade Federal do Rio Grande, 2023. Disponível em:
<<https://repositorio.furg.br/handle/123456789/11812>>. Acesso em: 24 jan. 2025.

CARVALHO, Paula Marques de. **Podcast: Novas possibilidades sonoras na Internet**. Artigo, Recife: INTERCOM - XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011. Disponível em:
<https://www.academia.edu/download/52349211/PODCAST_-_NOVAS_POSSIBILIDADES.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2024.

CASTANHEIRA, Inês. **Comunidade de Fãs e Formas de Expressão Online: a Indústria do Anime e Mangá Japonês na Internet**. Disponível em:
<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/5102/1/master_ines_castanheira.pdf>. Acesso em: 05 set. 2024.

COUTINHO, Clara; LISBÔA, Eliana. **Sociedade da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem: Desafios para Educação no Século XXI**. v. 18, nº 1. Portugal: Revista de Educação, Universidade do Minho. Disponível em:
<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14854/1/Revista_Educa%C3%A7%C3%A3o%2cVolXVIII%2cn%C2%BA1_5-22.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2024.

COUTO, Leonardo. **A emergência da narrativa imersiva nas pesquisas sobre o jornalismo em podcasting**. v. 12, n. 02. Mariana: Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, 2023. Disponível em:
<<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7029/5484>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

ENES, Eliene Nery Santana; BICALHO, Maria Gabriela Parenti. **Desterritorialização/Reterritorialização: Processos vivenciados por professoras de uma escola de educação especial no contexto da educação inclusiva**. v.30, n.01. Belo Horizonte: Educação em Revista, 2014. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/edur/a/s9hTrTjxknZLc9mKvFgH74x/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2024.

EXAME. **Estudo do Spotify revela que audiência de podcasts é 3,5x maior nos dias úteis**. Disponível em:
<<https://exame.com/tecnologia/estudo-do-spotify-revela-que-audiencia-de-podcasts-e-35x-maior-nos-dias-uteis/>>. Acesso em: 15 jul. 2024.

FALCÃO, Bárbara Mendes; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **O podcast como gênero jornalístico**. Belém: INTERCOM - 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019. Disponível em:
<<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2024.

FENAJ. **Pisos Salariais Atuais (Jornalistas)**. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/sindicatos/convencoes-e-acordos-coletivos/pisos-salariais-atuais/#SP>>. Acesso em: 20 mar. 2025.

FERRO, Ana Paula Rodrigues. **A NETNOGRAFIA COMO METODOLOGIA DE PESQUISA: UM RECURSO POSSÍVEL**. Artigo, Aracaju: Revista Eptic, 2017. Disponível em: <https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170509161801.pdf>. Acesso em: 15 set. 2024.

FISKE, John. ***Understanding popular culture***. London: Routledge, 1992.

GALVÃO, Carmem Cecília Camatari; FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Artigo, Brasília: Cadernos de Linguagem e Sociedade, 5, 2001. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/download/6531/5608>>. Acesso em: 07 dez. 2023.

GOTO, Marcel. **Quando surgiram os primeiros mangás e animes?** Superinteressante, 2011. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quando-surgiram-os-primeiros-mangas-e-animes/>>. Acesso em: 05. abr. 2024.

GUIMARÃES, Valéria dos Santos. **Grand Guignol de Papel: Cultura Midiática e Cultura das Bordas nos Faits-Divers**. São Paulo: Revista Sentidos da Cultura, V. 09, N. 16, jan./jul 2022. Disponível em: <<https://periodicos.uepa.br/index.php/sentidos/article/view/6297/2683>>. Acesso em: 03 dez. 2024.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

JÚNIOR, Álvaro Bufarah. **Proposta de classificação de podcasts jornalísticos na internet brasileira**. Virtual: INTERCOM - 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2533-1.pdf>>. Acesso em: 02 dez. 2023.

KATON Podcast. **Evandro Fuzari (MangaQ) - One Piece - KATON Podcast #04**. 10 mai. 2023. 2 h 47 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YYRtQ-d_SiE>. Acesso em: 25 out. 2023.

KATON Podcast. **Chapéus De Palha (Derek Galvão + Felipe Sieira) - Especial One Piece - KATON Podcast #21**. 21 jul. de 2023. 3 h 53 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f4feWtxatO0>>. Acesso em: 26 out. 2023.

KATON Podcast. **MangaQ E Bruno Bandeira - Especial Gear 5 - KATON Podcast #26**. 10 mai. 2023. 4 h 09 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9UBEnKtNPzA>>. Acesso em: 25 out. 2023.

KATON Podcast. **Bruno Bandeira - Especial One Piece + Jujutsu Kaisen - KATON Podcast #31**. 10 mai. 2023. 2 h 56 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QIYhAm7V3cc>>. Acesso em: 25 out. 2023.

KATON Podcast. **One Piece Evolution Fracassou?? - KATON Podcast #34**. 10 mai. 2023. 2 h 04 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SQ8yJxa-Xdl>>. Acesso em: 05 nov. 2023.

KATON Podcast. **Oda Gênio! O Passado de Kuma Revelado! One Piece só Melhora C @Felipe_honorio - KATON Podcast #54**. 10 mai. 2023. 1 h 19 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xOiZUzdKzNU>>. Acesso em: 06 dez. 2023.

KATON Podcast. **As Akuma No Mi Mais Poderosas em One Piece!! - KATON Podcast #69**. 10 mai. 2023. 1 h 24 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cA5MdE752Ww>>. Acesso em: 08 mar. 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo**. Disponíveis em: <<http://www.revistaec.eu/index.php/raec/article/view/148/153>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo; VICENTE, Eduardo. **A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil**. Disponível em: <<https://ufs.emnuvens.com.br/epic/article/download/8578/6832>>. Acesso em: 15 set. 2024

KLEIN, Kelvin Falcão. **Cânone e Exclusão**. v.19, n. 2. Belo Horizonte: Em Tese, 2013. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/emtese/article/view/4999>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

LUIZ, Lúcio; et al. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. Rio de Janeiro: IV Simpósio Nacional da ABCiber, 2010. Disponível em: <<https://www.academia.edu/download/31109808/ABCiber2010podcast.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2023.

MEDEIROS, Macello Santos de. **Podcasting: Produção Descentralizada de Conteúdo Sonoro**. Artigo, Rio de Janeiro: Intercom - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: <<https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/84071885084469832222151638470992010359.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2024.

MELO, José Marques de. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. v.39, n.1. São Paulo: Intercom - RBCC, 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/>>. Acesso em: 23 nov. 2023.

MENDES, Conrado Moreira. **FAIT DIVERS, UM GÊNERO DO DISCURSO**. Artigo, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/recorte/article/view/1494/pdf_33>. Acesso em: 20 out. 2024.

MENDES, Conrado Moreira. **Semiótica e mídia: Uma abordagem tensiva do Fait Divers**. Tese de Doutorado, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8139/tde-18102013-150803/publico/2013_ConradoMoreiraMendes_VCorr.pdf>. Acesso em: 10 out. 2024.

MINHOTO, Antonio Celso Baeta. **Universo Digital, Fakenews e Política: Que Democracia Está Sendo Construída no Meio Virtual?**. v.2, n.5. São Paulo; Revista Direitos Democráticos & Estado Moderno, 2022. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/DDEM/article/view/56461/40466>>. Acesso em: 18 jul. 2024.

MOSCO, VINCENT. **Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral**. v. 1. Comunicação e sociedade, 1999.

OBSERVATÓRIO DO CINEMA. **One Piece alcança uma conquista impressionante, Superman e Batman nem chegam perto**. Disponível em: <<https://observatoriodocinema.uol.com.br/studio/dc/one-piece-alcanca-conquista-impresionante-superman-e-batman-nem-chegam-perto/>>. Acesso em: 07 ago. 2024.

OLIVEIRA, Mérie Ellen Weber; REMENCHE, Maria de Lourdes Rossi. **LEITURA E ESCRITA EM FANFIC: deslocamentos do leitor ao jogador**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo, v. 15, n. 2, maio/ago, 2019. Disponível em: <https://seer.upf.br/index.php/rd/article/view/8887/114114852>. Acesso em: 17 fev. 2025.

PAULINO, Graça. **Formação de leitores: a questão dos cânones literários**. v. 17, n. 1. Portugal: Revista Portuguesa de Educação, Universidade do Minho Braga, 2004. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/374/37417104.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

PELLIZZARI, Bruno Henrique Miniuchi. **Bolhas Sociais e seus Efeitos na Sociedade da Informação: Ditadura do Algoritmo e Entropia na Internet**. v. 5, n. 2. Belém: Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, 2019.

PIMENTA, P. **Investimentos publicitários no rádio aumentam em 2023**. Disponível em: <<https://abert.org.br/site/imprensa/noticias/investimentos-publicitarios-no-radio-aumentam-em-2023#:~:text=Os%20dados%20foram%20divulgados%20pelo%20Cenp%20%E2%80%93%20F%C3%B3rum>>. Acesso em: 28 jul. 2024.

PINEDA, Rafael Antonio. **AJA: Anime Industry Grew by 6.8% in 2022**. Disponível em:

<<https://www.animenewsnetwork.com/news/2023-12-18/aja-anime-industry-grew-by-6.8-percent-in-2022/.205649>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

PORTO, Adriana Corrêa Silva. **Novas formas de comunicação sonora na cultura da convergência: os podcasts produzidos por fãs na narrativa transmídia**. Artigo, Fortaleza: INTERCOM - XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/31539360/Artigo_modelo_Intercom_alterado.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2024.

PRIMO, Alex. **PARA ALÉM DA EMISSÃO SONORA: as interações no podcasting**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v.2. n.14, 2005. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/26568>>. Acesso em: 14 fev. 2025.

REICHMANN, Brunilda. **O Que É Narrativa Transmídia?**. v. 20, n. 1, Curitiba: Revista da Pós-Graduação em Letras, *Scripta* Uniandrada, 2022.

RIBAS, Maria Cristina Cardoso. **Literatura e(m) cinema: breve passeio teórico pelos bosques da adaptação**. v. 14, n.28. Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política, 2014.

ROSSI, Vera Helena Saad. **Fait divers e folhetim: a tênue fronteira entre literatura e jornalismo**. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2016/09/Jornalismo-e-Contemporaneidad-e-Um-Olhar-Cr%C3%ADtico_Fait-divers-e-folhetim-a-t%C3%A1nue-fronteira-entre-literatura-e-jornalismo.pdf>. Acesso em: 08 dez. 2024.

ROSSINI, Maria Clara. **Mangás e animes representam qual porcentagem do PIB do Japão?** Disponível em: <<https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/mangas-e-animes-representam-qual-porcentagem-do-pib-do-japao>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

RODRIGUES, Pilar. **Cool Japan: Estudo comparativo das políticas culturais do Brasil e do Japão para a promoção de cidades criativas**. Artigo, São Paulo: IASP - XXI Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Pilar-Luz-Rodrigues/publication/330367647_Cool_Japan_Estudo_comparativo_das_politicas_culturais_do_Brasil_e_do_Japao_para_a_promocao_de_cidades_criativas/links/5c3cbe3f458515a4c725ad7e/Cool-Japan-Estudo-comparativo-das-politicas-culturais-do-Brasil-e-do-Japao-para-a-promocao-de-cidades-criativas.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2023.

SANTANA, Jhyenne Yara Gomes. **BTS e ARMY: Da mensagem do grupo ao ativismo do fandom**. Dissertação, Uberlândia: Minas Gerais, 2024. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/43458>>. Acesso em: 13 fev. 2025

SCHOECK, R. J. **Intertextualidade e o cânone retórico. Rónai - Revista de Estudos Clássicos e Tradutórios**. v. 5, n. 1. Rio de Janeiro: Rónai – Revista de Estudos Clássicos e Tradutórios, 2017. Disponível em:

<<https://periodicos.ufjf.br/index.php/ronai/article/view/23208>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

SCHNEIDER, Sergio; SCHIMITT, Cláudia Job. **O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. Cadernos de Sociologia.** v. 9, n. 1. Porto Alegre: Cadernos de Sociologia, 1998. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/32826981/uso_do_metodo_comparativo.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2024.

SEIXAS, Lia; MOLINA, Larissa (org.). **Fundamentos e práticas jornalísticas: aulas-entrevistas com acadêmicos.** 1. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2024. Disponível em: <<https://insular.com.br/produto/fundamentos-e-praticas-jornalisticas/>>. Acesso em: 15 jul. 2024.

SILVA, Dora Santos. **Inovação e Comunicação de Cultura: modelos narrativos emergentes.** Disponível em: <<https://repositorio.ual.pt/server/api/core/bitstreams/0c08df85-ac34-4fd6-89e9-8c9504ac516f/content>>. Acesso em: 25 jan. 2025

SILVA, Thiers Gomes da. **Procedimentos Interdisciplinares Para Guiar a Produção de Programas Radiofônicos do Gênero Ficção Científica com a Meta de Melhorar a Comunicação com a Audiência.** Tese de doutorado, Bauru: Universidade Estadual Paulista, 2023. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/177bbe63-1c7c-4166-a31a-b51dfc2fae2b/content>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

SOARES, Felipe Bonow; HEBERLÊ, Matheus Lockshin; HEBERLÊ, Antônio Luiz Oliveira. **Comunicação, Educação e Universo Digital.** Artigo, Chapecó: INTERCOM - XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1023-1.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2024.

SOARES, Samara Sousa Diniz. **Netnografia e a pesquisa científica na internet .** Artigo, Belo Horizonte: Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pusp/a/W5cDdNM99Bk9btBs6ffx45G/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 27 nov. 2024.

Social Blade. **Métricas de Monetização Youtube - KATON Podcast.** Disponível em: <<https://socialblade.com/youtube/channel/UCN-ZJYG97S-lqr6sxNquw1A>>. Acesso em: 20 mar. 2025.

Sony. **Sony's Funimation Global Group Completes Acquisition of Crunchyroll from AT&T.** Disponível em: <https://www.sonypictures.com/corp/press_releases/2021/0809/sonysfunimationglobalgroupletesacquisitionofcrunchyrollfromatt>. Acesso em: 30 set. 2024.

SOSTER, Demétrio de Azeredo; BARBOSA, Karina Gomes; PASSOS, Mateus Yuri. **Narrativas Midiáticas Contemporâneas: inquietações diante do caos.** 1. ed.

Brasília: Editora SBPjor; Florianópolis: Editora Insular, 2023. Disponível em: <<https://insular.com.br/produto/narrativas-midiaticas-contemporaneas-inquietacoes-di-ante-do-caos/>>. Acesso em: 15 jul. 2024.

SOUZA, Denner Bernardino de; BERNARDINO, Pedro Santos; NIGRIS, Mônica Éboli de. **A influência da cultura pop coreana no Brasil: Uma discussão do soft power.** Disponível em:

<https://revista.fateczl.edu.br/index.php/engetec_revista/article/view/306/299>.

Acesso em: 15 abr. 2024

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. **PLATAFORMAS DIGITAIS E JORNALISMO SUBJETIVISTA: TENDÊNCIAS IRRACIONALISTAS.** Disponível em:

<<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/14863>>. Acesso em: 18 jan. 2025.

STEINBERG, Marc. ***Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan.*** Minneapolis: University of Minnesota Press. 2012 .

URBANO, Krystal Cortez Luz. **De fã para fã: a reprodução informal de animês na cibercultura.** Artigo, Rio de Janeiro: VIII POSCOM - Entre. Meios, 2011. Disponível em:

<https://www.academia.edu/download/34072826/Artigo_PosCom_-_Krystal_Cortez_Luz_Urbano_2.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2024.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO CEARÁ. **Supremo decide que é inconstitucional a exigência de diploma para o exercício do jornalismo.** Disponível em: <<https://www.tjce.jus.br/noticias/supremo-decide-que-e-inconstitucional-a-exigencia-d-e-diploma-para-o-exercicio-do-jornalismo/>>. Acesso em: 25 nov. 2023.

VICENTE, Eduardo. **Gêneros e formatos radiofônicos.** Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4327572/mod_resource/content/1/G%C3%AAneros%20Radiof%C3%B4nicos.pdf>. Artigo, São Paulo: Núcleo de Comunicação e Educação USP, 2002. Acesso em: 01 ago. 2024.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura.** São Paulo: Paz e Terra, 2003.

WILLIS, Paul. **O brincar e o poder: cultura, produção e significados da experiência cotidiana.** São Paulo: Cortez, 1991.

9. GLOSSÁRIO

Akuma no Mi	Frutas que dão poderes aos indivíduos que as ingerem. São divididas em três categorias, Paramecia, Logias e Zoan. As frutas, contudo, apresentam um efeito colateral, os usuários não conseguem nadar na água, perdendo a capacidade motora.
Barba Negra	É um dos Yonkou e antagonista na obra de One Piece.
Brook	Músico da tripulação dos Chapéus de Palha. Possui poderes de Akuma no Mi do modelo Paramecia, em que lhe forneceu a capacidade de ressuscitar. Atualmente, Brook é o mais velho da tripulação com cerca de 70 anos, e por motivos explicados na obra acabou virando um esqueleto vivo.
Calm Belts	Pequena faixa entre os quatro oceanos que divide horizontalmente os quatro oceanos, e é caracterizada como o lar dos monstros marinhos encontrados na obra.
Chopper	Médico da tripulação dos Chapéus de Palha. Possui poderes de Akuma no Mi do modelo Zoan tipo Humano. Na verdade, Chopper era uma rena que ingeriu uma Akuma no Mi do tipo Humano e que lhe deu a capacidade de se portar como um humano, o que consequentemente levou-o a estudar medicina.
Databook	Livros semelhantes a enciclopédias destinados a complementar o mangá de One Piece
Den Den Mushi	Sistema de comunicação utilizado em One Piece. A sua criação está diretamente ligada a caracóis que possuem a habilidade de se comunicarem telepaticamente com outros. Dois modelos são apresentados na obra, de áudio e de vídeo. Contudo, na série recém-lançada pela Netflix é possível encontrar outro modelo que se assemelha a fones de ouvido.

Deezer	É um serviço de streaming musical que permite ouvir músicas, podcasts, rádios e criar playlists.
Dial	Conchas marinhas que apresentam características de armazenamento de energia e matéria, é considerada uma tecnologia dentro do universo de One Piece. Por exemplo, armazenamento de fogo, luz, vento, etc.
Doramas	Obra audiovisual de ficção, em formato de série, produzida no leste e sudeste da Ásia.
Dragões celestiais	São descendentes da antiga realeza que ganharam a guerra contra o reino perdido. São considerados os personagens mais vis e cruéis da obra, e são considerados perante a população como os donos do mundo. Dentre suas maiores atrocidades já apresentadas na obra é possível verificar o sistema escravocrata que implementaram, além de uma atividade chamada como caça humana em que colocam prisioneiros e moradores de determinadas ilhas que não são alinhadas aos interesses do Governo Mundial para serem caçados em um determinado tempo. Também são chamados de Tenryuubitos.
Drumm	É uma ilha invernal onde a tripulação de Luffy conhece Chopper e os convidam a fazer parte do bando.
Egghead	Uma ilha futurista, e laboratório do Dr. Vegapunk. Após os novos acontecimentos na obra, é informado ao público que essa ilha futurista, na verdade, é proveniente das tecnologias do passado em que Vegapunk trabalha com engenharia reversa para aplicação em suas criações.
Exército Revolucionário	É um grupo organizado e considerado pelo Governo Mundial como grupo terrorista. Suas principais reivindicações são a abolição do sistema escravista e do Governo Mundial.

Fandom	Uma comunidade que compartilha um interesse em comum, seja por um gênero musical, gênero midiático, uma marca celebridade entre outros.
Fillers	São episódios ou arcos em animes que não fazem parte da história original do mangá. Esses episódios não afetam diretamente a trama principal, mas podem variar de divertidos e interessantes a cansativos e sem sentido.
Franky	Mecânico da tripulação dos Chapéus de Palha. Não possui poderes de Akuma no Mi, contudo é um ciborgue, um humano em que foram modificadas boas partes de seu corpo.
Gorousei	Título atribuído às mais altas patentes dentro do Governo Mundial, e existem apenas cinco indivíduos conhecidos pelo mundo como Gorousei. Com o desenvolvimento da história é apresentado que esses indivíduos não são os regentes do mundo, mas lacaios de um ser ainda misterioso apresentado na obra e que se intitula como Imu-sama.
Gorowase	É uma brincadeira que relaciona as diversas pronúncias de numerais em japonês, e suas combinações formam palavras ou frases.
Governo Mundial	Instância Superior que rege o mundo em One Piece. É uma instituição governamental. A marinha é uma das instâncias submetida a tal entidade.
Grand Line	É caracterizada pela junção das quatro divisões do oceano, que compõem o planeta em One Piece.
Haki	É uma técnica apresentada após os eventos da guerra dos maiores. É importante salientar que sua existência na obra pode ser observada em outros momentos anteriores, contudo a narrativa apresentada na obra é a partir da perspectiva de Luffy, e, portanto, só é observada visualmente a partir do momento em que Luffy aprende sobre tal habilidade. Ela é dividida em três

formas. A palavra remete a um tipo de ambição que pode ser materializada como um poder nesse universo.

Haki do Armamento

É uma técnica de revestimento dos membros em que aumenta a potência dos ataques e garante eficácia no combate do usuário contra usuários de Akuma no Mi do tipo Logia, em que tem como uma das propriedades a intangibilidade, como propriedades relacionadas a fogo, terra, areia, vento, etc.

Haki da Observação

É uma técnica capaz de auxiliar o usuário a prever momentos futuros. Grandes usuários dessa técnica na obra são capazes de visualizar acontecimentos futuros, em tempos relativamente consideráveis como segundos e minutos do futuro. Ainda não foi apresentado usuários capazes de visualizar períodos maiores aos mencionados.

Haki do Rei / Haki do Conquistador

É uma técnica que também faz parte da categoria de Haki, contudo essa habilidade não pode ser aprendida, é necessário que o usuário tenha a capacidade genética para utilização dessa técnica. Ela aumenta a capacidade de poder dos usuários e é capaz de causar desmaios em indivíduos fracos que estão próximos ao usuário.

Herança herdada

É um conceito comumente trabalhado em One Piece, que está diretamente ligado aos interesses de cada personagem. Para ter essa herança não é necessário ter laços sanguíneos, ela está diretamente ligada aos desejos e sonhos dos personagens em questão.

Ilha dos homens-peixe

É uma ilha governada pela raça de homens-peixe e está localizada a 10 mil metros abaixo do nível do mar. Sua localização está relacionada ao Arquipélago Sabaody.

Jaya

É uma ilha em que se estabelece os arcos anteriores ao conhecimento acerca de Skypiea, e sua localização está relacionada com Skypiea.

Jinbe	Timoneiro da tripulação dos Chapéus de Palha. Não possui poderes de Akuma no Mi. Ele é um homem-peixe e utiliza técnicas denominadas como Karatê dos homens-peixe para utilizar em suas batalhas.
Kuma	É um personagem importante para o desenvolvimento da obra. Ele foi um integrante do exército revolucionário, mas por motivos pessoais precisou se aliar ao Governo Mundial, onde passou por experimentos para transformá-lo em um ciborgue sem memórias de sua vida. Possui poderes de Akuma no Mi que lhe concede a capacidade de repelir qualquer coisa que ele encostar em suas mãos, desde objetos, pessoas, sentimentos, etc. A sua fruta dá a capacidade de repelir coisas em grandes velocidades, semelhante ao que se pode denominar como teleporte.
Lei n.º 13.257/2016	Composta por 43 artigos e promulgada pela Ex-presidente Dilma Rousseff em 2016. Dispõe sobre princípios e diretrizes para a formulação e a implementação de políticas públicas para a primeira infância em atenção à especificidade e à relevância dos primeiros anos de vida no desenvolvimento infantil e no desenvolvimento do ser humano, conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente.
Light novels	Romance ilustrado, de origem japonesa, que é popular entre jovens adultos.
Logia	Akuma no Mi com propriedades relacionadas a forças da natureza, como fogo, areia, gelo, etc. Essa fruta também garante aos usuários a propriedade de intangibilidade, isto é, não são afetadas por cortes e danos físicos.
Mainstream	Conceito que expressa uma tendência ou moda principal e dominante na sociedade.
Marinha	Instituição controlada pelo Governo Mundial, responsável pelas ações de segurança e punição no mundo e universo de One Piece.

Mary Geoise	Cidade localizada na Red Line e serve como rota oficial para as pessoas cruzarem entre as duas metades da Grand Line. É um território da Marinha e é conhecida como a sede e terra sagrada dos Tenryuubitos.
Nami	Navegadora da tripulação de Luffy, não possui poderes de Akuma no Mi até o momento na obra.
Novo mundo	É um trecho que compõe as últimas ilhas no mundo de One Piece, e é a região onde piratas importantes, como os Yonkou, estabelecem suas bases.
Oceano	A composição geológica dentro do universo de One Piece é caracterizada pela divisão dos oceanos em quatro e são denominadas de North Blue, East Blue, South Blue e West Blue.
One Piece	Título da obra e nome do tesouro mencionado desde o primeiro capítulo pelo infame pirata conhecido como Rei dos Piratas, Gol D. Roger.
Pacifista	Tecnologia implementada por Vegapunk. A partir da clonagem de Bartholomew Kuma, além de sua transformação em ciborgue. Os pacifistas são utilizados como arma pelo Governo Mundial para atacar e reprimir revoltas, piratas, entre outros aspectos.
Paramecia	Akuma no Mi com propriedades diversas, como objetos, ferramentas, propriedades físicas e afins.
Poneglyph	Pedras em formatos quadrangulares que são datas do período de existência do século perdido e que possuem uma propriedade importante para a obra, são indestrutíveis. Esses artefatos contam parte desta história perdida e estão diretamente ligadas ao tesouro One Piece, principalmente as de coloração vermelha denominadas como Road Poneglyphs.

Raças	Existem diversas raças no universo de One Piece. Elas podem ser encontradas tanto no céu, na terra, como no oceano. Algumas das raças mais presentes na obra são os humanos, os homens-peixe, os tontattas, os bucaneiros, os lunarianos, as sereias, os tritões, os gigantes, entre outras.
Red Line	Faixa de terra em orientação vertical que divide os oceanos que compõem a Grand Line. Ela só pode ser atravessada em um determinado local denominado na obra como Reverse Mountain.
Reino Perdido	Instituição que controlava o mundo antes da ascensão do Governo Mundial. As informações quanto sua localização e existência ainda são escassas na obra.
Reinos	São instituições governantes em ilhas ao redor do mundo e algumas fazem parte de alianças com o Governo Mundial, como o reino de Alabasta, Drumm, etc. Outros reinos também podem ser observados na obra que não faz parte da aliança com o Governo Mundial, como o País de Wano, os Minks, os Tontattas, etc.
Robin	Arqueóloga da Tripulação dos Chapéus de Palha. Possui poderes de Akuma no Mi do tipo Paramecia, em que ela consegue criar membros do corpo, como braços e pernas sem restrições de tamanho desses membros.
Sabaody	É um arquipélago controlado pelo Governo Mundial. É ponto de partida para a tripulação dos chapéus de palha ao Novo mundo.
Sanji	Cozinheiro da tripulação dos Chapéus de Palha, é um humano geneticamente modificado por seu pai, um cientista renomado na obra. Não possui poderes de Akuma no Mi até o momento na obra.
Século Perdido	É um termo utilizado em partes da obra que se referem a acontecimentos de 900 anos no passado, onde é

	possível observar a derrota de um reino antigo para os integrantes do que atualmente é considerado o Governo Mundial.
Serafins	Tecnologia implementada por Vegapunk. Sua criação é parecida com os pacifistas, contudo, os Serafins são ciborgues clonados com mutação genética dos shichibukais e algumas raças do universo de One Piece, como os Lunarianos. Diferente dos pacifistas, os Serafins possuem as habilidades de Akuma no Mi dos usuários originais (os shichibukais).
Shichibukai	Grupo formado por sete comissários que estavam a serviço do Governo Mundial e é formada por piratas importantes no mundo de One Piece, contudo após acontecimentos relacionados aos tripulantes dos Chapéus de Palha esse sistema é abolido e os integrantes desse grupo são oficialmente inimigos do Governo Mundial.
Shonen	Designação para uma das categorias presentes em mangás ou animes. No caso do shonen, ele é destinado principalmente a um público infanto-juvenil masculino.
Skypiea	É uma das ilhas do céu presente na obra. Sua altitude é determinada na obra como 10 mil km de altitude, e é um ponto importante na obra para o conhecimento acerca da existência do século perdido, Poneglyphs e reino perdido, sua existência é questionada pelos habitantes terrestres no mundo de One Piece.
Streaming	Tecnologia que permite transmitir conteúdos de áudio e vídeo em tempo real através da internet.
Trono vazio	É uma sala apresentada na obra onde é possível verificar um enorme trono em que os 20 governantes de 900 anos do passado se reuniram e fincaram suas espadas em referência às 20 famílias reais que venceram a guerra entre eles e o reino perdido, contudo apenas 19 espadas estão presentes nesta sala. Aos

	olhos do mundo de One Piece, ninguém deve sentar-se nessa cadeira como Regente do mundo, contudo quando é apresentado ao público a figura de Imu-sama ele está sentado neste trono.
Vegapunk	Cientista renomado da obra de One Piece, e aliado ao Governo Mundial, porém não compactua dos interesses do governo. Ele possui poderes de Akuma no Mi que lhe dá a capacidade de armazenar todas as informações que aprendeu em seu cérebro e que nunca mais deverá esquecer.
Videocast	É um formato verossímil ao podcast, contudo, ele permite que seu conteúdo reproduzido possa ser visualizado através do formato de vídeo.
Vivre Card	É uma tecnologia criada para localização de pessoas através de uma folha de papel. Esse material não pode ser queimado ou molhado, e ele só some quando a pessoa que deve ser localizada morre. No mundo físico, também representa um material de informações extras sobre os personagens.
Wano	Ilha dos guerreiros samurais e nova base dos Chapéus de Palha, após os últimos acontecimentos da obra onde a tripulação dos Chapéus de Palha entrou em conflito contra um dos Yonkou. Em Wano, Luffy derrota Kaidou um Yonkou, e isso lhe garante o novo título.
Yonkou	Título dado a quatro piratas considerados os mais perigosos dos mares de One Piece pelo governo mundial, e são os detentores das maiores recompensas atribuídas pela Marinha.
Zoan	Akuma no Mi com propriedades relacionadas a animais, concedendo características desses animais a qual a fruta está ligada. Por exemplo, uma Akuma no Mi que garante ao usuário transformar-se em girafa, leopardo, etc.