
A mídia como dispositivo pedagógico: o anime “Yuri!!! on ICE” e a representação de sexualidade¹

Isabelle Lima LOURENÇO²
Marília Candido Lacerda OLIVEIRA³
Mariana Fontenele BRAGA⁴
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

Estudos de Rosa Maria Bueno Fischer apontam a mídia como um dispositivo pedagógico. Essa teoria veio a partir dos estudos de Michel Foucault, que criou o dispositivo da sexualidade. Neste artigo, usaremos o anime Yuri!!! on ICE (ユリ!!! on ICE) para exemplificar de que modo a sexualidade é mostrada pelos meios de comunicação e como isso pode levar conhecimento e atuar como o dispositivo pedagógico.

Palavras-chave: anime; mídia; sexualidade, yuri on ice

Introdução

A partir de 2010, muito se tem discutido sobre sexualidade e o que realmente pode influenciar na escolha sexual das pessoas, por consequência de filmes, novelas e demais produtos midiáticos que abordam tais questões. A exemplo disso estão o filme “Hoje eu quero voltar sozinho”⁵ e a novela “Babilônia”⁶, ambas produções nacionais que mostraram beijos e temática homoafetiva em rede nacional e receberam grande repercussão.

No Japão, alguns animes⁷ tentaram introduzir a temática homossexual de forma muito sutil, com personagens e pequenos gestos, já que a grande censura do país deixaria qualquer

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unifor, e-mail: bellelima2@hotmail.com

³ Aluna líder e estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unifor, e-mail: contato.mariliacandido@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professora em curso de Jornalismo na Universidade de Fortaleza (UNIFOR). Email: mfontenele@unifor.br

⁵ O filme foi exibido em 32 cidades e teve faturamento de mais de R\$ 1 milhão – valor expressivo para o cinema nacional. (FONTE: Correio Braziliense - Ver referências)

⁶ Novela exibida pela Rede Globo em 2016, que tratou de temas como as relações homoafetivas.

⁷ Termo explicado no tópico 3

carinho explícito de fora. Podemos citar, como exemplo, *Yu-Gi-Oh!*⁸ (1998) e *Sakura Card Captors* (1998).

O anime *Sakura Card Captors* (1998) explica a relação das personagens Tomoyo e Sakura como um conteúdo lésbico. “Tomoyo, melhor amiga de Sakura, adora filmá-la e escolher os vestidos que Sakura utilizará em suas batalhas; e sempre comenta o quanto Sakura é linda e especial” (SANTOS, 2008, p. 9). Para o autor, esse sentimento não-explícito configura-se como uma atitude homossexual não exibida pelo anime.

Figura 1: Tomoyo e Sakura



Fonte: Arte Oficial

Com a globalização⁹, houve uma disseminação da cultura pop japonesa a partir de animes, mangás, músicas e demais formas de entretenimento. Assim, tornou-se relevante pensar que tipo de influência essa mídia estrangeira e tão diferente exerce sobre o público receptor do ocidente, principalmente quando levamos em conta os questionamentos sobre sexualidade facilmente abordados em *Yuri!!! on ICE* (ユ－リ!!! on ICE), anime escolhido para análise neste trabalho.

⁸O anime é adaptado de uma série de mangá sobre jogo escrita e ilustrada por Kazuki Takahashi.

⁹ Globalização é um processo que engloba as causas e consequências da integração transnacional e transcultural do ser humano e atividades não-humanos. (AL-RODHAN, 2006, p.5).

1. Dispositivo pedagógico da mídia

A partir das informações expostas até o momento, usaremos o anime *Yuri!!! on ICE* como mediador da representação de sexualidade. E, para que haja esse entendimento, é importante entender o papel da mídia como dispositivo pedagógico, abordado por Rosa Maria Bueno Fischer (2012):

Tratar do “dispositivo pedagógico da mídia” significa tratar de um processo concreto de comunicação (de produção, veiculação e recepção de produtos midiáticos), em que a análise contempla não só as questões de linguagem, de estratégias de construção de produtos culturais (...), apoiada em teorias mais diretamente dirigidas à compreensão dos processos de comunicação e informação, mas sobretudo questões que se relacionam ao poder e a formas de subjetivação. (FISCHER, 2002, sp.)

Analisando a mídia brasileira e os estudos de sexualidade de Foucault, Rosa Maria Bueno Fischer (2002), afirmou ser indispensável perceber a mídia como um espaço que, junto da escola, da família e das instituições religiosas, constitui-se como um lugar de formação.

Fundamentada no conceito de ‘dispositivo da sexualidade’ de Foucault (1990a, p.100), descrevo o dispositivo pedagógico da mídia como um aparato discursivo (já que nele se produzem saberes, discursos) e ao mesmo tempo não discursivo (uma vez que está em jogo nesse aparato uma completa trama de práticas, de produzir, veicular e consumir TV, rádio, revistas, jornais, numa determinada sociedade e num certo cenário social e político), a partir do qual haveria uma incitação ao discurso sobre ‘si mesmo’, à revelação permanente de si; tais práticas vêm acompanhadas de uma produção e veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados e aprendidos de ser e estar na cultura em que vivem. (FISCHER, 2002, p. 155).

Fischer (2002) afirma que, particularmente para as populações mais jovens, o sentido do que seja educação amplia-se em direção ao entendimento sobre os modos de existência, ou, como explica Foucault (2015), como o ser humano se define como sujeito na sociedade.

Desse modo, analisar o anime *Yuri!!! on ICE* como dispositivo de sexualidade e também como dispositivo pedagógico seria um modo de tentar compreender que tipo de influência o público sofre, ou deixa de sofrer, ao consumir este tipo de mídia. Como animes geralmente tratam de assuntos pouco abordados na escola e na igreja ao redor do mundo, principais

instituições formadoras de opinião, de acordo com Fischer (2002), seria de escolha do público procurar, consumir e interpretar esse conteúdo.

2. Sexualidade

Em sua “História da Sexualidade: a vontade de saber”, Michel Foucault (2015) pensou em um conceito que pode ser facilmente aplicado à mídia: o dispositivo de sexualidade. Para o autor, entender a sexualidade é essencial para que o ser humano consiga se reconhecer como indivíduo. De acordo com o Foucault,

A questão sobre o que somos, em alguns séculos, uma certa corrente nos levou a colocá-la em relação ao sexo. Nem tanto ao sexo-natureza (elemento do sistema do ser vivo, objeto para uma abordagem biológica), mas ao sexo-história, ao sexo-significação, ao sexo-discurso. Colocamo-nos, a nós mesmos, sob o signo do sexo, porém, de uma Lógica do sexo, mais do que de uma Física. (FOUCAULT, 2015, p. 86)

Neste sentido, Foucault (2015) defende que é necessário dissociar sexo-natureza (que pode ser imaginado como o órgão sexual, a diferenciação de masculino e feminino, visto no mundo biológico) e sexo-discurso (que é aquilo que praticamos, como nos sentimos por dentro, assunto cada vez mais abordado na mídia e foco do que abordaremos aqui).

Em seus estudos sobre a sexualidade, mais precisamente o que ele chama de “dispositivo da sexualidade” Foucault (2015) tenta resumir seu conhecimento ao explicar a fábula das “Jóias Indiscretas”, escrita por Diderot, que conta a história de um rei que, ao possuir um anel mágico, tinha o poder de fazer as mulheres confessarem seus segredos sexuais. Isso provocou grande confusão na sociedade da fábula.

“Os religiosos, contrários às fofinhas, usadas por todas as mulheres, da aristocracia à burguesia, por moda ou por necessidade, gritavam: ‘deixem a voz de suas jóias despertar a voz de suas consciências e não se envergonhem de confessar crimes que não se envergonham de cometer!’” (DIDEROT, 1748, s.p.)

Foucault (2015) explica que, há muito tempo, vivemos dentro da fábula citada. Presos em uma imensa curiosidade pelo sexo, sempre querendo saber mais sobre ele, mas que nenhum conhecimento é suficiente.

3. Animes

Pensando sobre a popularização da cultura pop japonesa no Brasil, este artigo tem a preocupação de compreender como o público “otaku¹⁰” pode sofrer influências do conteúdo que consome. Assim, a partir de autores como Venâncio, Fischer, Aranha e Foucault, foi objetivado entender como essa influência acontece.

Anime ou animê é qualquer produção audiovisual animada feita no Japão (VENANCIO, 2012). Carvalho define como o principal veículo de divulgação da cultura pop japonesa no mundo. “A terminologia de animê¹¹ significa 'animação', forma contraída que os japoneses escrevem da palavra em inglês (animation)” (Carvalho, 2007, p. 25). Esse tipo de animação tem suas características próprias como olhos grandes, corpos finos, trilha sonora original e, geralmente, são inspirados em mangás¹². No mundo ocidental, esse tipo de mídia chega aos receptores por meio da internet e, em menor escala, pela televisão. É dividido em gêneros de acordo com o público para qual foi pensado, crianças ou adultos, por exemplo.

Ainda de acordo com Carvalho (2007), o anime é, geralmente, uma adaptação animada dos mangás. Estes, por serem fáceis de produzir e possuir forte apelo comercial, existem em maior número.

Ainda não há uma categorização oficial para os animes produzidos. Alguns autores, no entanto, apontam para alguns gêneros. Carvalho (2007), destaca o *Shounen-ai* (caracterizado por romance entre personagens masculinos), o *Shoujo-ai* (romance entre personagens femininos) e o *Seinen* (anime voltado para adultos e adolescentes do sexo masculino). Pode-se destacar, ainda, as categorias *Hentai* (equivalente ao pornô), *Card Games* (quando o anime gira em torno de algum jogo de cartas) e *Yaoi*, gênero que nos interessa neste artigo.

No artigo "Vozes abafadas: o mangá yaoi como mediação do discurso feminino", Gláucio Aranha (2010) descreve o *yaoi* como algo criado para que as mulheres japonesas

¹⁰Originalmente, a palavra otaku tinha um significado pejorativo no Japão. Com o passar do tempo, ela foi designada para fãs da cultura pop japonesa em geral e perdeu seu “mau” significado.

¹¹No oriente, a palavra “anime” é designada para qualquer produção audiovisual, seja realizada no Japão ou em qualquer outro país. Os ocidentais, por sua vez, adotam o termo para fazer referência, principalmente, à produção japonesa.

¹²Mangá é a história em quadrinhos feita no Japão, seguindo a orientação da escrita japonesa, que é lida da direita para a esquerda. As publicações podem sair em revistas especializadas ou em mangás avulsos.

pudessem ter uma visão mais feminina dos relacionamentos. De acordo com o autor, no *yaoi*, os personagens possuem aparência masculina, mas agem como mulheres.

O uso do tema homoerótico masculino desponta como modo de expressão feminina. Inseridas em uma sociedade machista, as mulheres japonesas passam a utilizar a relação homoerótica como espaço expressivo para suas vozes abafadas. Apoiando-se na equidade entre os parceiros, o discurso feminino se refugia na voz de um dos personagens que compõem o casal protagonista. Este recurso subverte as hierarquias estabelecidas, viabilizando a argumentação destas mulheres em relação a temas impertinentes à mulher na sociedade japonesa. (ARANHA, 2010, p. 241)

Neste sentido, o *yaoi* vai de encontro ao discurso machista predominante na sociedade japonesa e dá voz e vez ao público feminino. O casal protagonista, comum nos animes *yaoi*, formado por dois homens, acaba com a hierarquia já conhecida na sociedade japonesa e faz ser possível haver a discussão sobre temas de real interesse das mulheres que não poderiam ser abordados em outras maneiras. O *yaoi* pode falar de esportes, culinária, vida escolar, mas o que realmente o caracteriza é o romance entre homens.

De acordo com Aranha (2010), os mangás japoneses do gênero *Yaoi* começaram a ser produzidos em larga escala em 1978, na revista *June*, pioneira por denotar o que seria o gênero *Yaoi* e que se tornou referência de *Shoujo* mangá.

Com a colaboração de famosas mangakás¹³, como Takemiya Keiko e Yoshida Akemi, esta publicação se preocupou com a consolidação da estética de histórias focadas na homossexualidade masculina para um público feminino. Surgem, assim, séries célebres, como *Ai no Kusabi*, de Yoshihara Rieko. “A aceitação dos *yaoi* atinge publicações mais tradicionais, como a revista *shoujo Margaret*, que, apesar da resistência inicial, publica em 1989, *Zetsuai*, de Ozaki Minami.” (HISOKA *apud* ARANHA, 2010, p. 244)

No Brasil, a chegada dos animes se deu por meio de emissoras da rede de televisão comercial, como a Rede Bandeirantes de Comunicação, RedeTV!, Rede Manchete e Rede Globo, que exibiam títulos como *Cavaleiros do Zodíaco*, *Sailor Moon*, *Super Campeões*, *Dragon Ball*, *Yu-Yu Hakusho*, *Yu-Gi-Oh!*, entre outros.

¹³ Nome dado ao profissional que desenha e escreve as histórias dos mangás.

3.1 Yuri!!! on ICE

O objeto de estudo será o anime *Yuri!!! on ICE* (ユ－リ!!! on ICE), televisionado no Japão entre outubro e dezembro de 2016 e criado pela japonesa Mitsurō Kubo. Situado na categoria *yaoi*, *Yuri!!! on ICE* é um anime, exibido em 12 episódios, que conta a história do japonês Katsuki Yuri, um jovem patinador do gelo que volta à sua cidade natal decidido a se aposentar depois de seguidas falhas em competições. O ponto alto da história é sua relação romântica e explícita com seu novo treinador e ídolo, Victor Nikiforov, que veio da Rússia especialmente para treinar Yuri. Além do romance, a produção abordou temas como ansiedade, amizade, confiança, companheirismo e a realidade da vida de um esportista.

Figura 2: Foto oficial de divulgação do anime



Fonte: yurionice.com

Quando o anime começou a ser televisionado no Japão, os brasileiros conseguiam assistí-lo de duas formas: ao vivo e sem legendas, através de sites que faziam transmissões desses canais japoneses e, também, por meio de *download* dos episódios legendados por fãs. Como é comum no universo nerd em geral – o otaku não é o único - vários grupos de discussão foram criados e um dos que mais se destacou foi “YAOI on Ice BR”, ativo na rede Facebook¹⁴, com mais de 9 mil membros.

De acordo com a Oricon (2017) (parada oficial de álbuns, singles e vídeos musicais mais

¹⁴ <https://www.facebook.com/groups/YaoiOnIce/> Último acesso em 14/07/2017.

vendidos do Japão), o primeiro volume do DVD/Blu-Ray de *Yuri!!! on ICE* vendeu 50,878 cópias em apenas uma semana, além do sucesso mundial e dos números não contabilizados do compartilhamento entre fãs ao redor do mundo. Em janeiro de 2017, o anime esteve no topo das listas de vendas da Oricon.

O anime teve repercussão recordista, por tratar de um tema inovador e questionador, enaltecendo valores como a tolerância e a aceitação das diferenças, além, de não ter censura no Brasil¹⁵, por que não foi televisionado nem traduzido oficialmente.

3.2 Yuri!!! on ICE como dispositivo pedagógico

Depois de acompanhar grupos e discussões sobre *Yuri!!! on ICE*, foi percebido que uma quantidade significativa de fãs possuía menos de 18 anos. Esse público, como mostrado na Figura 5, preocupa-se muito em descobrir onde se enquadra. Por exemplo: não são raras as discussões sobre sexualidade e gênero. Isso, talvez, foi proporcionado pela mídia que esse público consome, que os leva a pensar em questões pertinentes na história. Em *Yuri!!! on ICE*, mesmo que a discussão sobre a sexualidade dos personagens Yuri e Victor não aconteça, é inevitável que esse questionamento não apareça para quem assiste a animação.

¹⁵ Quando os animes são televisionados no Brasil, significa que eles foram importados dos Estados Unidos, até mesmo com algum tipo de censura empregada pela televisão norte-americana. Os animes *Naruto* e *Naruto Shippūden*, quando foram exibidos pelos canais Cartoon Network, Play TV e SBT, apresentaram algumas censuras, como a mudança do símbolo da testa do personagem Hyūga Neji. O símbolo original é a cruz suástica, que no Japão é chamada de Manji (万字) e até hoje continua sendo um dos símbolos religiosos mais importantes para a representação do Budismo (HIRAFUJI, 2017, online). Devido a adoção da cruz suástica pelo Nazismo na bandeira do partido, distintivos e bracheiras, os Estados Unidos substituíram o símbolo pela letra X.

Figura 5: Enquete no grupo Yaoi on ICE BR



Fonte: <https://goo.gl/8tfU3a>

Depois de analisar os estudos de Rosa Maria Bueno Fischer sobre a mídia como dispositivo pedagógico, foi observado como a sociedade consome e é influenciada pelo conteúdo midiático. Segundo a autora, produções de televisão, rádio, cinema e semelhantes são relevantes na hora da escolha de determinados posicionamentos na sociedade.

Por participar de eventos e grupos em redes sociais sobre animes, as autoras deste artigo podem observar de perto o cenário que permeia a pesquisa. Desse modo, o questionamento sobre como o anime *Yuri!!! on ICE* pode agir como um dispositivo pedagógico surgiu após inúmeras conversas entre membros e participantes do SANA sobre animes em geral e a influência que eles têm no Brasil. Ao levar em conta a quantidade de fãs entre 12 e 16 anos e que tipo de anime consomem, a problemática mostrou-se pertinente.

Pensando de acordo com Dolean Dias Carvalho, apesar de ser um assunto pouco explorado nos cursos de comunicação, é de grande interesse descobrir como se cria e estabelece

“laços tão fortes e fiéis diante de um público diversificado” (CARVALHO, 2007, sp.), e, também, como é estabelecida a relação entre o público e o anime.

3.3 A abordagem da sexualidade em Yuri!!! on ICE

O sexo é um assunto sempre presente. Precisamos demonstrar nossa sexualidade, ter certeza dela, estar sempre afirmando o que somos e, também, saber como o mundo se comporta em relação a isso. O Oriente é conhecido por ser uma região tradicional e o sucesso de uma produção que trata de temas homossexuais pode ser considerado um grande avanço contra o preconceito.

Entre cada um de nós e nosso sexo, o Ocidente lançou uma incessante demanda de verdade: cabe-nos extrair-lhe a sua, já que lhe escapa; e a ele cabe dizer-nos a nossa, já que a detém nas sombras. Escondido, o sexo? Escamoteado por novos pudores, mantido sob o alqueire pelas mornas exigências da sociedade burguesa? Incandescente, ao contrário. Foi colocado, já há várias centenas de anos, no centro de uma formidável petição de saber. Dupla petição, pois somos forçados a saber a quantas anda o sexo, enquanto que ele é suspeito de saber a quantas andamos nós (FOUCAULT, 2015, p. 85).

Figura 3: Episódio onde o casal se beija



Fonte: <https://goo.gl/QZDrxq>

No universo em que *Yuri!!! on ICE* é inserido, não há nenhum preconceito em relação à orientação sexual dos patinadores. Mesmo sabendo que no Japão o casamento homoafetivo não é aceito em todas as cidades¹⁶ e que, na Rússia (de onde vem o personagem Victor) ser homossexual é considerado errado¹⁷, a história continua seguindo o roteiro ambientado em um mundo onde não existem tais proibições, já que o objetivo era focar no que o amor pode fazer com as pessoas.

Figura 5: Yuri e Victor trocam alianças em frente a uma igreja no episódio 10



Fonte: YouTube

Conclusão

Pensando assim, levando em consideração a falência das instituições como a igreja, a escola e a família, a mídia (televisão, rádio e, principalmente, internet) toma lugar de destaque no que diz respeito à procura por informações. Em um anime, como *Yuri!!! on ICE*, que mostra uma sociedade onde relacionamento homossexuais não são vistos como “coisas erradas”, o público pode buscar sua orientação e aceitação.

Outros animes, como *Junjou Romantica* e *Sekai-ichi Hatsukoi* também abordam a homossexualidade, mas, em seus universos, há o preconceito e problemáticas como relacionamentos abusivos e personagens menores de idade.

Na mídia, não falta representação LGBT. O que falta, e o que questionamos neste artigo, é o sexo-significação, citado por Foucault (2015) que representa e empodera. Em *Yuri!!! on ICE*

¹⁶ O distrito de Tóquio já reconhece o casamento gay.

¹⁷ Na Rússia, a homossexualidade é só um acto e as pessoas podem ser castigadas ou curadas

os personagens se descobrem pouco a pouco e as relações são construídas tão naturalmente que, no episódio 11, ao fazer o anúncio do casamento de Yuri e Victor, nenhum personagem reagiu de maneira negativa, apesar de suas diferentes culturas e nacionalidades.

Segundo Fischer (2002), operar científica e pedagogicamente com os produtos midiáticos significa trazer à tona, o problema da cisão ou da distância entre cultura, sociedade e indivíduo. Isso significa que, quanto mais os produtos midiáticos abordarem assuntos diversos, mais conhecimento será levado ao público.

Referências Bibliográficas

AL-RODHAN, R. F. Nayef; STAUDMANN Gérard. Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition, 19 jun. 2016. Disponível em <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.4772&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

ARANHA, Gláucio. Vozes abafadas: o mangá yaoi como mediação do discurso feminino. Revista Galáxia, São Paulo, n. 19, p. 240-251, jul. 2010.

BARONE, Yorrán. Yuri!!! on Ice é sucesso de vendas em DVD e Blu-ray: Segundo volume da obra conquistou o topo de rankings da Oricon. Anime United, 1 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.animeunited.com.br/noticias/yuri-on-ice-dvd-blu-ray/>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

CARLOS, Giovana Santana. Identidade(s) no consumo da cultura pop japonesa. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Juiz de Fora: UFJF, v. 4, n. 2, dez. 2010. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/viewFile/143/137>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

CAUNE, Jean. Cultura e comunicação: Convergências teóricas e lugares de mediação. São Paulo: Unesp, 2014. Tradução: Laan Mendes de Barros.

COLLING L., da Silva P, Lopes M; SANT'ANA T. Revista Gênero, vol. 12, issue 2, 2013.

DA REUTERS, Distrito de Tóquio se torna o primeiro a reconhecer a união gay no Japão. G1, 31 mar. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/03/distrito-de-toquio-se-torna-o-primeiro-reconhecer-união-gay-no-japao.html>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

FIGUEIREDO, Juliana. Filme nacional "Hoje eu quero voltar sozinho" fatura mais de R\$ 1 milhão: Atualmente, 54 sala em 32 cidades exibem o longa do diretor Daniel Ribeiro. Correio Braziliense. Brasília, 24 abr. 2014. Disponível em: <http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2014/04/24/interna_diversao_arte,424458/filme-nacional-hoje-eu-quero-voltar-sozinho-fatura-mais-de-r-1-milhao.shtml>. Acesso em: 20 mar. 2017.

FISCHER, R. Educação e Pesquisa, vol. 28, issue 1, 2002, p. 151-162.

HIRAFUJI, Claudia. Qual a diferença entre a suástica budista e a nazista?. Coisas do Japão, 5 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.coisasdojapao.com/2017/06/diferenca-suastica-budista-e-nazista/>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

SILVA, E. F. G. D.; SANTOS, S. E. D. B. O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade, 2006. Disponível em: <http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%Cancia%20da%20m%C3%ADdia.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

PESSOA, Daniela. Gilberto Braga comenta nova orientação da Globo para a novela Babilônia. VEJA RIO, Rio de Janeiro, 25 fev. 2017. Disponível em:

<<http://vejario.abril.com.br/blog/beira-mar/gilberto-braga-comenta-nova-orientacao-da-globo-para-novela-babilonia/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

TEIXEIRA, Lisiane Ortiz; NUNES, Evandro dos Santos. Diversidade sexual nos mangás e animes e a receptividade desses na cultura latino-americana. In: Discurso, discursos e contra-discursos latino-americanos sobre a diversidade sexual e de gênero, FERNANDO SEFFNER; MARCIO CAETANO (Org.), Rio Grande do Sul: Editora da FURG, 2016, p. 1641-1655.

TOKYO OTAKU MODE NEWS. Exclusive Interview with the Founder of MyAnimeList, a Colossal Site with 120 Million Monthly PVs, 6 jul. 2015. Disponível em: <<https://otakumode.com/news/5590fbd763cd06585662ce9d/Exclusive-Interview-with-the-Founder-of-MyAnimeList-a-Colossal-Site-with-120-Million-Monthly-PVs>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. Anime e a poética da luta: metáforas e anagramas em Cavaleiros do Zodíaco. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade da Paraíba, João Pessoa: UFPB, ano 5, n. 9, jul-dez. 2012.