

A imprensa no Mundo Pokémon: uma análise de representação¹

Matheus Henrique DE LARA²

Carlos Alberto de SOUZA³

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo

A premissa do jogo eletrônico Pokémon, criado em 1996, parte de um mundo habitado por humanos e criaturas chamadas pokémons (contração em inglês de *pocket monsters*, ou monstros de bolso). Com dispositivos chamados poké-bolas, onde as criaturas ficam alojadas depois de serem capturadas, os humanos podem percorrer o chamado Mundo Pokémon com o objetivo de capturar mais e mais pokémons, e desafiar grandes treinadores em lutas entre as criaturas, e se tornar, então, um Mestre Pokémon. Este artigo é parte de uma monografia em desenvolvimento que busca analisar um aspecto muito específico da franquia: a representação da mídia jornalística no universo que norteia a história do anime Pokémon, desenho animado baseado nos jogos eletrônicos e que alavancou a marca para o mercado global. Para o desenvolvimento da pesquisa, foram consideradas as primeiras 13 temporadas do desenho, totalizando 660 episódios analisados.

Palavras-chave: jornalismo; mídia; representação; anime; Pokémon

Jornalismo em Pokémon: uma proposta de pesquisa de representação

A proposta deste artigo é direcionar o olhar para uma das plataformas criadas pela franquia japonesa Pokémon: o anime, em suas primeiras quatro gerações (conjuntos de temporadas que introduzem novos personagens à história). Cabem, nestas considerações introdutórias, breves reflexões acerca da proposta da pesquisa.

O foco de análise é a representação que se faz da imprensa no universo fictício que norteia a história do anime Pokémon. A ideia da pesquisa parte de um questionamento sobre a forma como a produção do desenho leva em conta a representação desse setor da sociedade, frente às recentes transformações pelas quais passa esse setor. Ao longo das temporadas, o tratamento dado à representação de imprensa no chamado *Mundo Pokémon* é aprimorado? Se sim, de que forma a complexificação da representação de imprensa em Pokémon se aproxima das reconfigurações da prática jornalística?

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

² Estudante de Graduação 4º Ano do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa-UEPG, email: mths_lr@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa-UEPG, email: carlossouza2013@hotmail.com

O material para coleta de dados neste trabalho de pesquisa compreende as quatro primeiras gerações do anime, que totalizam 13 temporadas (660 episódios). Durante o processo de elaboração do pré-projeto desta pesquisa, todos os episódios, que totalizam 220 horas de vídeo, foram assistidos para que se pudesse definir o *corpus* da pesquisa (BAUER; AARTS, 2002). O critério para seleção dos episódios a serem estudados aqui levou em conta a presença (em forma de imagem ou referência verbal) de personagens, lugares, produtos e processos da prática jornalística – enfim, elementos que representassem o *ethos* jornalístico (TRAQUINA, 2002); as referências àquilo que legitima seus diferentes discursos. Ao fim deste processo de sistematização (RICHARDSON, 2010), chegou-se ao número final de 47 episódios, que passaram a compor, enfim, o *corpus* da pesquisa.

Os 47 episódios selecionados para a pesquisa foram organizados em três tabelas específicas (Anexo 1), semiestruturadas, a fim de que se pudesse organizar de maneira mais facilmente visualizável as formas de representação de imprensa que acontecem nestes episódios. A análise de conteúdo, método utilizado neste estudo, segue uma lógica que parte de uma organização sistemática, que vai, segundo Bardin (2008), desde a pré-análise, que abrange a observação flutuante e a elaboração de hipóteses e indicadores para organização, até o tratamento de resultados, das inferências às interpretações. A exploração do material, que abrange codificações e classificações determinadas após a pré-análise, se materializou nesta pesquisa na criação das tabelas.

O analista é como um arqueólogo. Trabalha com vestígios [...]. Tal como a etnografia necessita da etnologia para interpretar as descrições minuciosas, o analista tira partido do tratamento das mensagens que manipula para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre o meio [...]. Tal como um detetive, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência (BARDIN, 2008, p.39).

As tabelas propostas para esta pesquisa adotam conceitos que organizam e sistematizam as representações da imprensa nos 47 episódios. Cada episódio é estudado a partir de pelo menos uma dessas tabelas obrigatoriamente (pois, caso isso não fosse possível, ele não teria nenhuma representação de imprensa que justificasse a presença do episódio no *corpus* desta pesquisa). Nota-se que quanto mais complexa for a representação de imprensa no episódio, maior a possibilidade de ele estar contido concomitantemente nas três tabelas. Isso acontece porque cada tabela semiestruturada lança olhar sobre uma frente do *ethos* jornalístico – neste trabalho, essas frentes são chamadas de *matrizes* de análise.

De maneira geral, pode-se diferenciar as tabelas da seguinte maneira: a primeira matriz (Tabela 1) diz respeito à *plataforma* ou *produto* jornalístico representado (“revista”,

“televisão” e “dispositivos móveis”, por exemplo). A segunda matriz (Tabela 2), por sua vez, traz informações sobre as representações de *práticas jornalísticas* nos episódios (“entrevista”, “cobertura ao vivo” e “captação de imagens”, por exemplo). A terceira matriz (Tabela 3), por fim, é utilizada quando são representados (as) *profissionais do jornalismo*, ou seja, personagens que são explicitamente pertencentes ao mercado jornalístico representado no desenho (“repórter de TV”, “produtor” e “documentarista”, por exemplo).

Nas três tabelas, cada episódio corresponde a uma linha; e cada coluna corresponde a um elemento analisado neste episódio. Logo após as colunas de organização do material (que agregam informações como o título e a temporada à qual pertence), a primeira informação trazida pelas tabelas diz respeito a quem matriz exatamente o episódio faz referência (quem plataforma/produto, prática ou profissional). Na coluna seguinte, nas matrizes de plataforma/produto e de profissional, constam os nomes fictícios adotados aos produtos ou profissionais representados no episódio. A coluna de *formato*, presente nas três matrizes, adota códigos numéricos (de 1 a 4) e indica se a representação se dá por: 1) *referência*: referência verbal dos personagens; 2) *aparência*: presença efetiva da representação como elemento constitutivo na construção da narrativa do episódio; 3) *alegoria*: quando o jornalismo representado não é uma plataforma/produto, prática ou profissional do jornalismo de fato (dentro da estrutura narrativa do desenho), mas sim uma representação alegórica dessas matrizes; ou 4) *imagem de apoio*: quando as matrizes representadas apenas aparecem na tela como elemento secundário ou meramente ilustrativo, sem que se faça uma referência explícita a ele na estrutura narrativa do episódio. A coluna seguinte, *personagens envolvidos*, explicita quais personagens do anime estão envolvidos com aquela representação. A última coluna de dados para a pesquisa, *recorrência*, tem por objetivo fazer a contagem do formato de representação de cada matriz. Por exemplo, se no episódio X, é a terceira vez que a *plataforma* “jornal impresso” aparece no desenho como uma *alegoria*, na coluna de *recorrência* da linha referente ao episódio X, na matriz de *plataforma/produto*, o número indicado será o algarismo 3. Ainda como espaço de inferências acerca do episódio, uma última coluna de texto nas tabelas é reservada para comentários e anotações sobre os episódios. E, para fins de melhor visualização da representação específica do episódio, uma última coluna é reservada para um *screenshot* da representação a qual a linha faz referência na tabela. A seguir, uma amostra das tabelas criadas a partir desses critérios.

Geração/ Temporada	Título do episódio	Plataforma/ Produto	Nome	Formato	Personagens envolvidos	Recorrência	Anotações	Screenshot
..								
3/7	“Lombre, o senhor da água”	Jornal impresso	-	4	Equipe Rocket/ Giovani	2	Jornal no cotidiano	
..								
3/8	“Da vaidade à riqueza”	Dispositivo móvel	PokéNav	2	Max	1	Max acompanha as últimas notícias da Conferência de Prata	
..								

Tabela 1 – Excerto do material a ser apresentado como anexo, mostrando a representação da matriz 1: plataforma/produto (Fonte: o autor)

Geração/ Temporada	Título do Episódio	Prática	Formato	Personagens Envolvidos	Recorrência	Anotações	Screenshot
..							
3/7	“Um Dilema Duplo”	Entrevista	2	Repórter, May e Max	3	Entrevista por ser filho de celebridade	
..							
3/9	“Táticas teatrais”	Coletiva de imprensa	2	Ash	1	-	
..							

Tabela 2 – Excerto do material a ser apresentado como anexo, mostrando a representação da matriz 2: prática jornalística (Fonte: o autor)

Geração/ Temporada	Título do Episódio	Profissional	Nome	Formato	Personagens Envolvidos	Recorrência	Anotações	Screenshot
...								
2/4	“A Arte dos Pokémons”	Documen- tarista	-	2	Smeargle	1	-	
...								
2/6	“Tudo lindo e brilhante”	Documen- tarista	-	2	Apresen- tador	2	Exerce outra função	
...								

Tabela 3 – Excerto do material a ser apresentado como anexo, mostrando a representação da matriz 3: profissional da área (Fonte: o autor)

As inquietações presentes nessas perguntas são atuais. Anderson, Bell e Shirky (2013, p.1) atentam para um novo panorama de sociedade (na qual o jornalismo está inserido e, por isso, em certa medida, ameaçado):

O mecanismo mais importante de adaptação talvez seja reconhecer que estamos em meio a uma revolução – uma mudança tão grande que a estrutura atual da sociedade não tem como contê-la sem ser alterada por ela. [...] A principal virtude nesse novo mundo será o compromisso em se adaptar à medida que velhas certezas desmoronam e adotar novidades que ainda nem entendemos plenamente. E lembrar que a única razão para que tudo isso importe, e não só para quem segue trabalhando no que antigamente chamávamos de indústria jornalística, é que o jornalismo [...] é um bem público essencial

É esse contexto em que se desenvolvem as reconfigurações da prática jornalística que norteia a ideia de representação presente neste artigo. Na tentativa de mapear a imprensa do universo fictício do desenho, a pesquisa ainda busca explorar aspectos dessa representação no diz respeito à realidade da atividade jornalística contemporânea, de acordo com estudos e teorias que vêm abordando essa realidade. A construção da representação da figura do jornalista no desenho é outro tópico de atenção desta pesquisa, numa tentativa de esboçar o modo como a representação dá sentido às *peças da imprensa* no contexto do anime, suas influências, formas e espaços de atuação.

A fundamentação teórica que percorre a base desta pesquisa encontrou nos estudos da Sociologia da Cultura e da Teoria Social Crítica seus principais conceitos, asserções e questionamentos. Ambas as correntes, que trazem estudos envolvendo mídia e representações culturais, admitem as particularidades contextuais e culturais do objeto da pesquisa.

Quando fala que as formas simbólicas permeiam o mundo social, em *Ideologia e Cultura Moderna*, por exemplo, Thompson (2009) enfatiza que os fenômenos culturais, estruturados por essas formas simbólicas, se constituem na interpretação por parte das pessoas em suas vidas cotidianas. A interpretação, portanto, está ligada a contextos e processos sócio-históricos em que se produzem e se transmitem códigos. Ao admitirmos o homem como um ser de cultura em sua essência (CUCHE, 1999), esses processos podem nos ajudar a compreender a estrutura da produção midiática na cultura de massa, destacada por Edgar Morin em *Cultura de Massas do Século XX*.

Morin (2001) tenta entender a cultura de massa pelos protocolos de ação dos processos de produção cultural: os aspectos industriais e a constante necessidade de inovação e criatividade (dado seu aspecto estético). Parte deste aspecto estético, por sua vez, entra em consonância com o que McLuhan (1994, p.103) conceitua de “era icônica”, em que a predominância do ícone se sobrepõe mesmo à da imagem, e se torna fundamental no desenvolvimento econômico da mídia, no que se refere, especificamente no caso dos animes, em ícones sob a forma de mascotes, brinquedos, artigos decorativos e outras estratégias de merchandising. “Temos um caso de ‘cultura global’ [...], que nos dias de hoje é fomentada por uma geração que acompanha os lançamentos de produtos e assiste à exposição das obras” (ELIAS, 2012, p.32).

Uma das hipóteses das quais parte a pesquisa, juntamente da ideia de que há uma complexificação no tratamento dado à representação de imprensa no desenho, diz respeito à influência que a imprensa representada possui no cotidiano dos personagens. De maneira bastante incipiente, a partir apenas do acompanhamento do anime – antes mesmo da criação de um projeto de pesquisa nesse sentido -, é possível perceber que existe uma forte presença de pessoas, empresas e fenômenos midiáticos no enredo de Pokémon. A simples existência dessa representação já pode ser considerada um prognóstico acerca do entendimento da mídia como uma atividade inserida ativamente na sociedade contemporânea (BERGER; LUCKMAN, 1995), influenciando e atuando nos processos de construção social da realidade.

A mídia é tema, subtema, ou parte importante de diversas produções da ficção. O mesmo acontece com o jornalismo. Basta pensarmos em *Superman*, da década de 40, onde o protagonista Clark Kent é um jornalista; ou ainda no clássico de Hergé, *As Aventuras de Tintim*, de 1929, que conta as aventuras de um jovem repórter investigativo. Esses exemplos clássicos esboçam a existência de um consenso entre os produtores de ficção de que o universo midiático se faz presente nas relações sociais contemporâneas, e como tal, merece ser representado tanto quanto essas próprias relações.

Estudos recentes que também admitem a mídia como um espaço de representação (MIGUEL; BIROLI; 2005) (e como instituição social que de certa forma formaliza essas representações) vêm buscando em geral estabelecer como se dá, em filmes, séries ou na literatura de ficção, a representação do repórter e de seu cotidiano nas rotinas produtivas (STRELOW, 2009; BARRETO, 2006; BERGER, 2002). Esse tipo de trabalho é de grande contribuição para que se possa avançar nas reflexões acerca da representação que se tem de imprensa na mídia, seja ela na televisão, no cinema, na internet ou em qualquer outra plataforma. Ao estudar essas formas representativas, abre-se um leque de possibilidades para se entender como se dão essas representações (aqui partindo do conceito de representação cultural proposta por Hall (1997), em que a linguagem, para o autor, institui significados), e de que formas elas refletem ou se aproximam da maneira como público e mercado enxergam a mídia, para além das interpretações e tentativas de definição que a academia nos fornece.

Pokémon é uma dessas produções ficcionais que se apropriam de discursos e relações do mundo real de maneira um pouco mais intensa. No universo fictício adaptado dos jogos, o *Mundo Pokémon*, estão representadas empresas de comunicação, pessoas ligadas a essa área, debates internos da mídia, implícitos ou não, demandas de mercado, e diversas formas de atuação da imprensa. O cuidado com essa representação, que motivou a presente pesquisa, é evidente em qualquer temporada do desenho, das mais antigas às recentes, sendo possível identificar um complexo mundo dentro do próprio universo Pokémon: um complexo midiático composto por grupos de mídia, com nichos de mercado, públicos-alvo e formas de atuação.

A estrutura narrativa: de mural de costumes a reflexo da modernização do mundo

Em linhas gerais, é possível afirmar que o anime Pokémon trata de uma jornada em tons heroicos de um personagem principal com um objetivo amplo e irrestrito. Campbell (1993, p.131, *apud* NORONHA, 2013) aponta para a existência de dois tipos de proeza heroica, que se fazem presentes em narrativas como mangás e animes: a primeira proeza seria física, que põe à prova o herói, exigindo dele atitudes corajosas e superações físicas; o segundo tipo de proeza heroica é de ordem espiritual, na qual o personagem tem que aprender a lidar com o nível superior da vida, de modo que ao fim da jornada, possa retornar portando uma nova mensagem. Em ambos os casos, explica Noronha (2013), o herói precisa passar por provações, testes, experiências difíceis ou penosas, com a ajuda ou em oposições a seres mágicos, monstros, animais, objetos encantados etc., com o fim de comprovar se ele pode mesmo ser um herói. Isso se faz presente no anime Pokémon desde seu primeiro episódio, e a figura de herói se materializa no afobado e sonhador protagonista Ash Ketchum.

Ao longo das temporadas do anime, é possível perceber o quanto história de Ash parece sintetizar o sonho de milhares de outros jovens do mundo Pokémon. Aos 10 anos, sai de casa para dar início a sua jornada para se tornar um Mestre Pokémon. Na primeira temporada, composta por 81 episódios, as referências a *tornar-se um mestre* parecem restritas e condicionadas ao sucesso na *Liga Pokémon* (posteriormente chamada como Liga Índigo), evento que reúne treinadores que, assim como Ash, trilharam um caminho pelas cidades da região fictícia de Kanto juntando insígnias, objetos que funcionam como certificados que atestam a capacidade de batalha do treinador. Ao juntar 8 insígnias nos ginásios de batalha espalhados pelas cidades de Kanto, o treinador pode fazer sua inscrição e participar da Liga Pokémon.

Entretanto, como resultado do sucesso avassalador da franquia comentado no subcapítulo anterior, a narrativa de Pokémon – dos jogos, e conseqüentemente do anime – se complexificou. A segunda temporada do desenho apresenta uma nova região (geograficamente referida a sul de Kanto): é o arquipélago das Ilhas Laranja. São nas cidades deste arquipélago que Ash e seus amigos vivem as aventuras da segunda temporada do desenho e participam de uma competição local denominada Liga Laranja.

Reafirmando a cada episódio sua ânsia de se tornar um Mestre Pokémon, Ash vai ganhando maturidade (mesmo que na marra) ao longo de sua jornada, e vai mostrando ao telespectador que o conceito de *Mestre Pokémon* não se restringe ao título de alguma Liga e apenas isso. É possível relacionar este conceito ao processo de entendimento de *herói*

proposto por Campbell (1993, apud NORONHA, 2013). As provações físicas pelas quais passam Ash e seus pokémons ao longo das temporadas do desenho e dos filmes gerados a partir de situações paralelas às histórias contadas no anime os fazem contestar seus próprios limites e os motivam a desejar cada vez mais treinamento. Juntamente com isso, a relação de confiança e de companheirismo que surge entre Ash, seus amigos humanos, seus pokémons e as pessoas que conhece ao longo dos episódios, fazem de sua jornada também de crescimento moral, que faz com que os personagens envolvidos aprendam e cresçam psicologicamente.

Há que se destacar algumas características “pessoais” de nosso herói moderno que deixam subentender sua ligação “genética” com os heróis ancestrais estampados nos mangás. Assim como Ash, e ao contrário do herói ideal preconizado pelo ocidente, os heróis ilustrados pelos quadrinhos japoneses apresentam fortes propriedades humanas, inclusive seus defeitos (SCHMAEDECKE, 2002, p.144)

A autora ainda sugere que a construção de Ash no anime está, em muitos tópicos, próxima da ideia de honra japonesa do tempo dos samurais. Schmaedecke (2002) lembra que os samurais, guerreiros que ocupavam o topo da pirâmide social na época de fortalecimento do sistema feudal do período Edo, compunham a elite militar japonesa entre os séculos XII e XIX. “Seguindo princípios da lei do guerreiro – o Bushidô – valorizavam ao extremo virtudes como a inteireza de caráter, a fidelidade no serviço e ao suserano imediato, a honra da família, a justiça e a decisão sem vacilar” (p. 145).

A autora vale-se do primeiro episódio do anime para justificar a relação que constrói entre o protagonista de Pokémon e os samurais. No episódio, Ash e Pikachu, que acabaram de se conhecer, são atacados por um grupo de pokémons selvagens voadores chamados *spearows*. Vendo Pikachu machucado, Ash se posiciona à frente do rato amarelo para defendê-lo e fica de braços abertos encarando os *spearows*, arriscando sua vida em honra de seu Pokémon e sua dignidade como um treinador iniciante.

Odinino (2004), que faz uma análise do imaginário infantil a partir de desenhos animados, lembra que valores morais da sociedade japonesa, como respeito a hierarquias, paternalismo, amor à natureza, proteção, admiração e espírito de equipe, são constantes na estrutura narrativa de Pokémon. “Os códigos sociais parecem ser sempre obedecidos sem questionamentos e aqueles que mais fieis a eles forem, serão também os mais respeitados e na maioria das vezes aparecem como figuras representantes da sabedoria e experiência” (p.166)

É possível, portanto, afirmar que Pokémon se traduz como um mural de valores japoneses na mídia (mesmos com suas formas ocidentalizadas exportadas). Ainda quando os valores não são aplicados às pessoas, e sim aos monstros, elas carregam uma boa dosagem dos costumes japoneses. A fidelidade dos pokémons com seus treinadores é um exemplo em que a figura do fiel servidor (presente na honra japonesa) acaba sendo replicada mundialmente, independentemente de traduções ou adaptações.

Chama atenção na construção da estrutura narrativa do desenho o modo como são apresentados os diferentes espaços (regiões) introduzidos no anime. A cada jogo lançado pela Game Freak para a marca Pokémon, uma nova região daquele mundo fictício era apresentado (e subsequentemente adaptado para o anime), como uma espécie de novo continente a ser explorado. Dentro da narrativa, as cidades, pokémons e pessoas desses novos continentes eram tidos como desconhecidos para os protagonistas da série. Cada região possui características próprias que vão sendo apresentadas ao longo das temporadas. O anime se divide da seguinte maneira, de acordo com a região em que se passa a história (a tabela se limita às gerações analisadas neste trabalho; as gerações seguintes também apresentam novas regiões):

Geração	Temporadas	Região
1	1 ^a	Kanto
	2 ^a	Ilhas Laranja
2	3 ^a a 5 ^a	Johto
3	6 ^a a 9 ^a	Hoenn
4	10 ^a a 13 ^a	Sinnoh

Tabela 4 – Gerações do anime Pokémon analisadas neste trabalho

Assim como as novas regiões, a cada início de geração novos pokémons são apresentados, tanto nos jogos quanto nos desenhos. A primeira geração do desenho, por exemplo, apresentou apenas as primeiras 151 criaturas (o que, hoje, corresponde a pouco mais de 20% das criaturas existentes).

Ainda sem anúncios ou indícios de que a história de Ash está chegando ao fim, Pokémon iniciou 2014 sua 17^a temporada, que deu início à sexta geração de monstros na televisão mundial. Com isso, o número de episódios do desenho ultrapassou a marca de 800. A divisão de temporadas (em português) do anime fica da seguinte maneira (a tabela traz apenas as temporadas analisadas neste trabalho):

Geração	Temporada		Episódios
1	1 ^a	Liga Índigo	1 a 83
	2 ^a	Aventuras nas Ilhas Laranja	84 a 118
2	3 ^a	Jornada Johto	119 a 159
	4 ^a	Campeões da Liga Johto	160 a 211
	5 ^a	Master Quest	212 a 276
3	6 ^a	Pokémon: Avançado	277 a 316
	7 ^a	Desafio Avançado	317 a 368
	8 ^a	Batalha Avançada	369 a 422
	9 ^a	Batalha da Fronteira	423 a 469
4	10 ^a	Diamante e Pérola	470 a 521
	11 ^a	Batalha Dimendional	522 a 573
	12 ^a	Batalhas Galáticas	574 a 626
	13 ^a	Vencedores da Liga Sinnoh	627 a 660

Tabela 5 – Nome das temporadas e número de episódios analisados neste trabalho

Percebe-se ao longo das temporadas de Pokémon um aprimoramento (ou complexificação) tanto no aspecto técnico do desenho, quando em seu aspecto narrativo. É notável o modo como o desenvolvimento de técnicas audiovisuais cooperou para as alterações visuais no desenho. A partir da terceira geração, por exemplo, nota-se uma frequente utilização de recursos em três dimensões nos episódios do desenho, recurso inexistente nas primeiras temporadas. Os episódios em alta resolução também começam a aparecer a partir da terceira geração, e passam a possibilitar cuidados com detalhes que antes ficavam apenas em falas e descrições, como a textura da pele de alguns pokémons, ou a composição química de alguns ataques especiais, antes representados como massas coloridas.

A representação da evolução tecnológica no mundo Pokémon pode ser evidenciada também em outros aspectos da estrutura fictícia do desenho. Ao direcionar o olhar para os meios de transporte apresentados no desenho, por exemplo, ao longo das temporadas é possível perceber que vão surgindo carros modernos, naves de alta velocidade, aviões e helicópteros. Também é possível perceber, ainda a título de observações que não pretendem trazer um veredito sobre essas características, um avanço no tratamento de modernização

tecnológica de aparelhos portáteis. Um dos principais aparelhos representados, a *PokéDex*, é uma agenda eletrônica portátil que armazena dados sobre os pokémons existentes. A cada nova região apresentada, uma nova PokéDex é introduzida aos personagens, de modo que essa atualização do aparelho sempre traz também informações novas sobre os pokémons e a região em que vivem. Outros aparelhos tecnológicos vão aparecendo ao longo das temporadas, como relógios inteligentes, sistemas de comunicação por vídeo e novos sistemas de captura de pokémons.

Como recurso narrativo, essas modernizações representadas em Pokémon parecem dar conta de um avanço vivenciado também no mundo real, numa época em que cada vez mais as tecnologias de informação têm encontrado novas formas e reconfigurações. A mídia, como estrutura ampla, é um bom exemplo, e a representação da imprensa em Pokémon é o principal objeto desta pesquisa, que surge da hipótese de que o desenho complexifica a representação de imprensa ao passo em que ela mesma se reconfigura e se reapresenta na vida real para a sociedade contemporânea.

Referências

- ANDERSON, C.W., BELL, E., SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial. Tradução de Ada Felix. In: **Revista de Jornalismo ESPM**. São Paulo, SP. 2 edição, p.30-89, 2013.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Portugal: Edições 70, 2008.
- BARRETO, Betânia M. V. B. et al. Cinema e jornalismo: a imagem dos jornalistas nos filmes *Todos os Homens do Presidente*, *O Quarto Poder* e *Ao Vivo de Bagdá*. In: **4º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Porto Alegre, 2006.
- BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (orgs). **Pesquisa qualitativa com texto, som e imagem**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BERGER, Christa (org). **Jornalismo no cinema: filmografia e comentários**. Porto Alegre: UFRGS, 2002.
- BERGER, P., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12ª ed., Petrópolis: Vozes, 1995.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 1ª ed., Bauru: EDUSC, 1999.
- ELIAS, Herlander. **A Galáxia do Anime: a animação japonesa como New Media**. Covilhã: UBI, 2002.
- HALL, Stuart. The spectacle of the other. In: HALL, Stuart. **Representation**. p. 225-290. London: Sage, 1997.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media: The Extensions of Man**. Cambridge: MIT Press, 1994.

MIGUEL, Luis F.; BIROLI, Flávia. **Gênero e política na mídia brasileira**. 2005. Disponível em: <http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/pdf/Executivo/gt_me-biroli.pdf> Acesso em 27 de abril de 2014.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas do Século XX**. 3ª ed., Rio de Janeiro: Forense, 2001.

NORONHA, Fernanda S. **Animês e mangás: o mito vivo e vivido no imaginário infantil**. 2013. 272f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013.

ODININO, Juliane P. Q. **Imaginário infantil e desenho animado no cenário de mundialização das culturas**. 2004. 221f. Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2004.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SCHMAEDECKE, Jônia L. C. **O desenho animado na TV**. 2002. 164p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, 2002.

STRELOW, Aline. A representação do jornalista como personagem na literatura brasileira da década de 70. In: **Revista Conexão: Comunicação e Cultura**, v.8, nº16. Caxias do Sul: UCS, 2009.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 3ª ed., Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.