Revista Multidisciplinar de Estudos NERDS GEEK

v.6, n.10

Yasmin Calado Brito Alves Koury

Bacharela em Arqueologia, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

E-mail: yasmin.koury@ufpe.br.

Natal Anacleto Chicca Junior

Doutor em Design, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

E-mail: natal.chicca@ufpe.br.

Submissão: 08/08/2024
Revisão: 15/10/2024
Aprovado: 05/11/2024
Publicação: 19/12/2024

YAKUMO: VAMOS FAZER UMA CANECA! A CULTURA POP COMO FORMA DE PRESERVAÇÃO CULTURAL

Resumo: *Yaku nara Mug Cup mo*, também conhecida como Yakumo, é uma obra que surgiu da iniciativa de um morador que queria revitalizar a cidade japonesa de Tajimi, chamando a atenção para elementos culturais como a tradição cerâmica local. Assim, foi criada uma história em quadrinhos que gira em torno do cotidiano de quatro estudantes do ensino médio que fazem parte do clube de cerâmica da escola Oribe. Posteriormente, a série de quadrinhos recebeu adaptações para a televisão e apoio do governo local. Considerando isso, o presente artigo tem como objetivo apresentar a cultura pop como meio de preservação e extroversão patrimonial. A série Yakumo é um exemplo de obra que demonstra como a cultura tradicional de Tajimi foi utilizada por meio de conteúdo multimidiático para cativar o interesse das pessoas pela cidade. Ao integrar fatores culturais através de uma narrativa dramática e envolvente, a série destaca-se como uma importante fonte de preservação do património cultural para a cidade. A popularidade da obra, consequentemente, trouxe maior visibilidade à Tajimi e à sua cultura. Isto, entre outros casos, exemplifica não só a importância da participação popular na luta pela preservação do património, mas também a possibilidade de utilizar elementos contemporâneos da cultura pop para preservar as tradições locais.

Palavras-chave: Patrimônio; Cultura pop; Tradição Cerâmica; Tajimi; Yakumo.

Revista Multidisciplinar de Estudos NERDS GEEK

v.6, n.10

Yasmin Calado Brito Alves Koury

Bacharela em Arqueologia, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

E-mail: yasmin.koury@ufpe.br.

Natal Anacleto Chicca Junior

Doutor em Design, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

E-mail: natal.chicca@ufpe.br.

Submissão: 08/08/2024
Revisão: 15/10/2024
Aprovado: 05/11/2024
Publicação: 19/12/2024

YAKUMO: LET'S MAKE A MUG! POP CULTURE AS A FORM OF CULTURAL PRESERVATION

Abstract: *Yaku nara Mug Cup mo, also known as Yakumo, is a work that emerged from the initiative of a resident who wanted to revitalize the Japanese city of Tajimi, drawing attention to cultural elements such as the local ceramic tradition. Thus, a comic book was created that revolves around the daily lives of four students who are part of the ceramics club at Oribe High School. Later, the comic series received television adaptations and support from the local government. Considering this, the present article aims to present pop culture as a means of heritage preservation and extroversion. The Yakumo series is an example of a work that demonstrates the traditional culture of Tajimi was used through multimedia content to captivate people's interest in the city. By integrating cultural factors through a dramatic and engaging narrative, the series stands out as an important source of preservation of cultural heritage for the city. The popularity of the work, consequently, brought greater visibility to Tajimi and its culture. This, among other cases, exemplifies not only the importance of popular participation in the battle to preserve heritage, but also the possibility of using contemporary elements of pop culture to preserve local traditions.*

Keywords: *Heritage; Pop Culture; Ceramic Tradition; Tajimi; Yakumo..*

1. INTRODUÇÃO

Yaku nara Mug Cup mo[1], também conhecida como Yakumo, é uma história em quadrinhos japonesa que surgiu em 2010, devido a um projeto popular que visava revitalizar a cidade de Tajimi, através do ideal de permitir que as pessoas aproveitassem a cidade e a indústria, por meio de personagens e mangás (Yakumo Tajimi, 2015©). O enredo da obra gira em torno de quatro meninas, estudantes do ensino médio, que fazem parte do clube de cerâmica da escola fictícia Oribe, em Tajimi. O fazer cerâmico é um elemento de grande importância para a trama e para a própria cidade de Tajimi.

Desde 2012, o quadrinho é publicado de forma gratuita através da internet e, atualmente, conta com 40 volumes, adaptações televisivas de animação e live-action e conta com o apoio do governo local, que abraçou a causa e elegeu as personagens da obra como embaixadoras do turismo virtual de Tajimi (Nippon Animation, 2021). Integrando fatores culturais, através de uma narrativa dramática e cativante, a série se destaca como uma importante fonte de preservação do patrimônio cultural de Tajimi, uma vez que a popularidade da obra, consequentemente, atraiu uma maior visibilidade para a cidade e a sua cultura.

Localizada na província de Gifu, região central da ilha de Honshu, a cidade de Tajimi é uma referência na produção de cerâmicas japonesas, em especial nas chamadas cerâmicas Mino, que possuem esse nome por causa da antiga denominação da área de produção. Essa tradição ceramista remonta ao período Nara, anos 710 a 794 (Greiner, 2015), e teve seu apogeu durante o período Azuchi-Momoyama, anos 1568 a 1600 (Greiner, 2015), em que as artes floresciam, apesar das guerras civis (Discover Tajimi, 2017©).

Atualmente, a cerâmica Mino pode ser classificada em quatro estilos clássicos: Ki-seto, na qual o amarelo é a cor predominante; Seto-guro, o preto é a cor predominante; Shino, geralmente cinza com gramíneas outonais em branco ou vermelho; e Oribe, com o verde e o preto como as cores predominantes. Esses estilos estão intimamente ligados com a tradição da cerimônia do chá, um elemento fundamental da cultura japonesa e importante artifício de manobras políticas durante o Japão pré-moderno (Discover Tajimi, 2017©). Além disso, assim como outras artes, o fazer cerâmico é responsável por transmitir pensamentos ancestrais da estética japonesa, como a simplicidade, a subjetividade, o vazio potencial, a impermanência das coisas e a importância de pequenos detalhes (Sorte Junior, 2018).

Por conta desse histórico, a cerâmica Mino é um elemento fundamental para Tajimi e está presente na vida dos cidadãos de diversas maneiras, como por exemplo, em aulas práticas nas escolas, diversas lojas e ateliês, museus, obras de arte espalhadas no espaço urbano e até mesmo fornos antigos que podem ser encontrados pelas montanhas que circundam a cidade (Discover Tajimi, 2017©). Levando isso em consideração, a tradição ceramista milenar de Tajimi foi escolhida como recurso de destaque para o projeto de revitalização da cidade através da cultura pop[2], idealizado em 2010 por Koike Kazuhito, presidente da empresa de tecnologia Planet, que deu origem à Yakumo.

Dessa forma, o objetivo do presente texto é apresentar a obra Yaku nara Mug Cup mo e suas contribuições para a cidade de Tajimi, bem como ressaltar a importância do uso de recursos contemporâneos, como a cultura pop, por

[1] O nome da obra pode ser traduzido para o português como “vamos fazer uma caneca”.

[2] O termo cultura pop aqui descrito está relacionado com a ideia de cultura de mídias ou cultura de massas surgida por volta das décadas de 1950 e 1960, que envolve produções como filmes, animações, jogos, livros e histórias em quadrinho (Gorgatti, 2011).

exemplo, para a divulgação e preservação de aspectos culturais tradicionais.

2. YAKUMO E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA A CIDADE DE TAJIMI

Motivado pelo declínio da indústria local de produção de cerâmica em larga escala, Koike Kazuhito, presidente da Planet, uma empresa de tecnologia especializada em produtos para o mercado odontológico, decidiu que gostaria de criar um projeto que fosse capaz de revitalizar a cidade de Tajimi através do turismo e da cultura pop (Kawashima, 2021a).

No Japão, é comum que os fãs façam peregrinações até os lugares relacionados com as obras que eles gostam (Sugawa-Shimada, 2015, 2020, 2022). Assim, inspirado por Hori Teiichiro, criador da Disneylândia de Tóquio, Koike queria fazer algo que ninguém mais tivesse feito e, depois de algum tempo, chegou a conclusão de que seria uma boa ideia fazer um mangá para alcançar um público mais jovem e incentivar as pessoas a visitarem Tajimi (Kawashima, 2021a, 2021b).

Embora o primeiro volume do mangá Yakumo (Figura 1) só tenha sido lançado em 2012, o planejamento da obra começou por volta de 2010 e obteve a colaboração de cidadãos e empresas de Tajimi. Desse modo, a história em quadrinhos passou a ser publicada gratuitamente tanto por meios físicos quanto por meios digitais e pode ser acessada através do site Yakumo Tajimi[3].

Além disso, quase dez anos depois do lançamento, uma série televisiva animada de Yakumo foi produzida pela Nippon Animation, com duas temporadas de 12 episódios cada, colaborando para que a obra alcançasse uma maior quantidade de pessoas. Outro fato interessante é que, em conjunto com a animação, a Nippon Animation também promoveu uma série de vídeos nos quais as dubladoras das personagens principais percorrem Tajimi realizando diversas atividades.

Figura 1. Capa do primeiro volume do mangá. Fonte: Yakumo Tajimi, 2015©.

A respeito da obra, o enredo de Yakumo gira em torno de quatro meninas adolescentes, que cursam o ensino médio na escola fictícia Oribe. A história começa quando Toyokawa Himeno (a garota de cabelos cor de rosa) se muda para Tajimi e descobre que a sua falecida mãe, Tokikawa Himena, era na verdade uma ceramista muito famosa. Assim a menina decide se juntar ao clube de cerâmica para aprender esse ofício e seguir os passos da mãe.

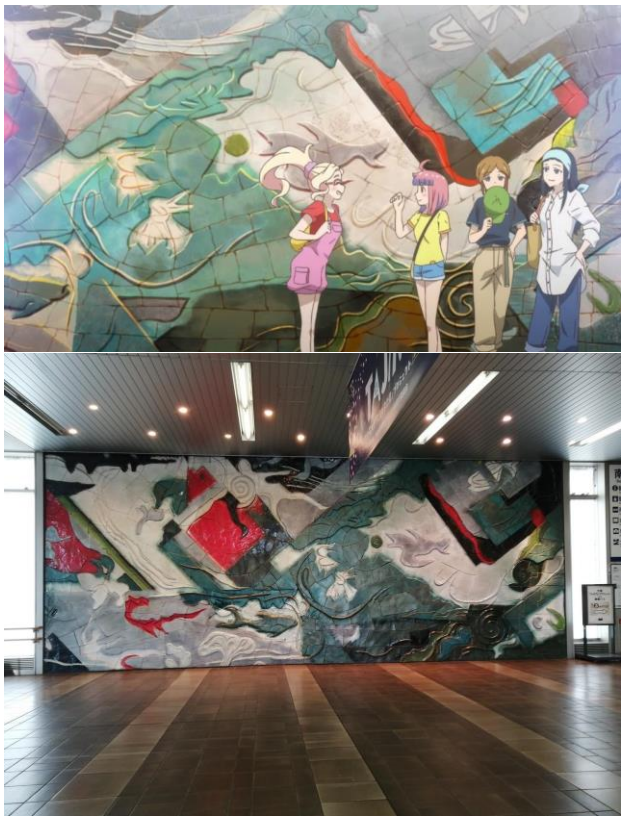
Junto de Kukuri Mika, Naruse Naoko e Aoki Touko, Himeno vive diversas aventuras cotidianas em Tajimi, sempre encontrando coisas que a conectam de alguma maneira com a

[3] Disponível em: <https://yakumo-tajimi.com/index.html>. Acesso em 06 ago 2024.

sua mãe e que a inspiram a seguir o caminho de ceramista.

Tanto na versão em quadrinhos quanto na versão animada, diversos elementos de Tajimi são representados, como por exemplo, lugares ou atrações turísticas (Gifu Shinbun, 2020), conforme exposto nas Figuras 2, 3, 4 e 5. As figuras mostram, respectivamente, fornos antigos de cerâmica que existem espalhados pela cidade e arredores e o painel cerâmico Vozes ecoantes[4], localizado na Estação de Tajimi.

Figuras 2 e 3. Atração turística de Tajimi em Yakumo e no mundo real. Fontes: Yaku nara Mug Cup mo (anime), 2021. Disponível em: https://www.discovertajimi.com/story-of-minoware-01.html. Acesso em 14 out 2024.



Figuras 4 e 5. Atração turística de Tajimi em Yakumo e no mundo real. Fontes: Yaku nara Mug Cup mo (anime), 2021. Disponível em: https://4travel.jp/travelogue/11778178. Acesso em 14 out 2024.

De mesmo modo, o fazer cerâmico também é mostrado com grande destaque, apresentando cenas explicativas sobre a cerâmica Mino ou outros tipos de cerâmica, assim como uma variedade de técnicas de produção (Figuras 6 e 7).

Devido a repercussão da obra, a prefeitura de Tajimi acabou apoiando o projeto e nomeou as quatro protagonistas como embaixadoras do turismo virtual da cidade (Nippon Animation, 2021). O turismo virtual é uma maneira de visitar lugares remotamente através da internet (Marvle, 2024). Nesse caso o que ocorre é a utilização de imagens das personagens fictícias para incentivar o turismo na cidade, tanto através do uso de cartazes e outros materiais físicos quanto da produção de

[4] ひびきあう声 no original.

vídeos com *VTubers*[5] das personagens (PR Times, 2021).

Figura 6. Touko fazendo cerâmica numa roda de oleiro. Fonte: Yaku nara Mug Cup mo (mangá), 2012.

Figura 7. Himeno e Mika pisando na argila para amaciar. Fonte: Yaku nara Mug Cup mo (anime), 2021.

Além disso, diversos museus e outras atrações turísticas também têm exposições colaborativas com a obra (Yakumo Project, 2024). Desse modo, ao visitar Tajimi é possível encontrar atrações, como o Museu Tokishirou (Figura 8), e mercadorias exclusivas de Yakumo, o que incentiva ainda mais o turismo no local. Uma visão mais detalhada das atrações temáticas disponíveis, acompanhada de um mapa explicativo, pode ser encontrada por meio do site Yakumo Project[6].

Figura 8. Museu temático Tokishirou. Fonte: Página da rede social X, antigo Twitter, do mangá Yaku nara Mug Cup mo. Disponível em: https://x.com/Yakumagu/status/1812295736824057966. Acesso em 06 ago 2024.

3. A CULTURA POP COMO MEIO DE EXTROVERSÃO E PRESERVAÇÃO DA CULTURA TRADICIONAL

A partir de exemplos, como o de Yakumo, é possível notar o potencial da utilização de recursos midiáticos e contemporâneos na busca pela preservação e divulgação de elementos culturais mais antigos e tradicionais. A tecnologia e as suas possibilidades auxiliam para a construção de um conhecimento mais público e acessível, não só no que diz respeito a divulgação do conteúdo, mas também na inclusão de cada vez mais

[5] *VTuber* é um termo para designar criadores de conteúdo online que utilizam avatares virtuais ao invés da aparência real para interagir com o público.

[6] Disponível em: <https://yakumo-project.com/>. Acesso em 06 ago 2024.

pessoas nesse processo educacional, para que ele continue se tornando mais dialógico e democrático (Hornink e Rovai, 2020).

Autores como Barros, Miranda e Costa (2019) corroboram com essa ideia e pontuam ainda que a educação constitui-se na prática do saber e não de uma simples transmissão de informações. Levando isso em consideração, os autores defendem práticas educacionais diferenciadas, lúdicas e reflexivas, posto que potencializam a capacidade de aprendizagem das pessoas.

Nesse sentido, Sugawa-Shimada (2015, 2020, 2022) demonstra como a cultura pop contribui para a ocorrência de mudanças na sociedade, bem como para a divulgação e preservação de aspectos tradicionais de uma cultura. Para a autora, as mudanças sociais em decorrência da cultura pop se devem aos laços emocionais (kankeisei) criados entre os fãs e as obras que eles gostam. Essa conexão afetiva faz com que as pessoas desejem aproveitar a obra mais profundamente, visitando lugares e participando de ações que sejam de alguma maneira relacionadas com as obras que gostam, criando assim uma certa afeição e proximidade pelas temáticas apresentadas.

Desse modo, quando uma obra midiática direta ou indiretamente aborda questões culturais e patrimoniais, isso acaba atraindo atenção e cativando as pessoas para esses assuntos (Sakurai, 2014; Sugawa-Shimada 2015, 2020, 2022), como foi possível observar no caso de Yakumo, que partiu de um cidadão comum com o desejo de atrair atenção para aspectos da cultura de sua cidade natal, a fim de mantê-los vivos para as próximas gerações.

Por meio do apoio de outros cidadãos, empresas e até mesmo do governo de Tajimi, criou-se uma obra midiática que une elementos da cultura tradicional da cidade com pequenas e dramáticas aventuras cotidianas de personagens fictícios. E, graças às estratégias narrativas utilizadas, existe uma conexão emocional fã-personagem ou fã-obra que possibilita o aprendizado e o interesse acerca da história e da cultura da cidade de Tajimi, em especial sobre a produção de cerâmica Mino. Outros exemplos envolvendo o uso da cultura pop como forma de resgate da cultura tradicional podem ser encontrados nos trabalhos de Sugawa-Shimada (2015, 2020, 2022), que retratam os casos de Sengoku Basara e Touken Ranbu.

Esse tipo de prática, além de incentivar que os turistas conheçam os aspectos histórico-culturais de determinados lugares, contribui também para fortalecer o senso de comunidade e pertencimento entre os moradores que fazem parte daquela cultura. Isso é essencial para garantir a permanência da cultura tradicional na sociedade contemporânea, considerando que a noção de patrimônio é algo único e particular, que está intimamente ligado com a história e a ideia de pertencimento a um determinado grupo (Chuva, 2012).

E, conforme exposto no presente artigo, a cultura pop, com todos os seus elementos e recursos midiáticos, pode ser um caminho interessante para se trabalhar com questões patrimoniais na atualidade, posto que essas obras são capazes de apresentar conceitos complexos de maneira simplificada e atrativa, elucidando de forma divertida esses conteúdos na mente do público e cativando os sentimentos das pessoas em prol de determinadas temáticas (Sakurai, 2014; Sugawa-Shimada, 2015, 2020, 2022; Fennelly, 2023; Silva, 2024).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve como objetivo apresentar a obra Yaku nara Mug Cup mo, também conhecida como Yakumo, e as suas contribuições para a cidade japonesa de Tajimi, como também ressaltar a importância do uso da cultura pop como um meio de divulgar e preservar a cultura tradicional. Levando em consideração tudo o que foi exposto no artigo, é possível notar que Yakumo exemplifica como a cultura pop pode ser utilizada como uma eficaz ferramenta no que tange questões culturais e patrimoniais.

Por meio de uma narrativa envolvente centrada em personagens cativantes, a obra não só colaborou para chamar a atenção para a cerâmica Mino, mas também atraiu um público mais jovem e diversificado, que passou a se interessar pela cultura local de Tajimi.

O projeto Yakumo, iniciado por Koike Kazuhito, demonstra como as iniciativas populares podem ganhar força e reconhecimento, transformando-se em importantes veículos de promoção cultural e turística. A colaboração entre cidadãos, empresas e governo mostra que, quando bem direcionada, a cultura pop pode ser uma importante aliada na valorização do patrimônio cultural, conectando tradições antigas a novas gerações e garantindo que aspectos essenciais da história e identidade de uma comunidade sejam mantidos vivos.

Dessa forma, Yakumo é uma obra que vai além do entretenimento, é também um exemplo inspirador de como a mídia contemporânea pode servir como um meio eficaz de educação e preservação cultural.

REFERÊNCIAS

BARROS, Márcia Graminho Fonseca Braz e; MIRANDA, Jean Carlos; COSTA, Rosa Cristina. Uso de jogos didáticos no processo ensino-aprendizagem. **Revista Educação Pública**, v. 19, nº 23, 1 de outubro de 2019. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/19/23/uso-de-jogos-didaticos-no-processo-ensino-aprendizagem>.

CHUVA, Márcia. Por uma história da noção de patrimônio cultural no Brasil. **Revista do Patrimônio**, Rio de Janeiro: IPHAN (organização: Márcia Chuva), v. 34, p. 147-165, 2012.

COMIC NATALIE. JK×陶芸、美濃焼の産地舞台にした「やくならマグカップも」アニメの詳細発表. **Comic Natalie**, 2020. Disponível em: <https://natalie.mu/comic/news/389497>. Acesso em 01 ago 2024.

DISCOVER TAJIMI. Disponível em: <https://www.discovertajimi.com/>. Acesso em 01 ago 2024.

FENNELLY, Katherine. Archaeology, Emotional Storytelling, and Performance. **Public Archaeology**, 2023.

FORBES JAPAN. 地場産業をTVアニメ化。超ローカルコミック、全国放送への秘話. **Forbes Japan**, 2021. Disponível em: <https://forbesjapan.com/articles/detail/40630>. Acesso em 01 ago 2024.

GREINER, Christine. **Leituras do corpo no Japão e suas diásporas cognitivas**. 2015. Tese (Livre-docência em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

GIFU SHINBUN. 漫画「やくならマグカップも」が描く多治見市　忠実に名所描く. **Gifu Shinbun**, 2020. Disponível em <https://web.archive.org/web/20200904194041/https://www.gifu-np.co.jp/news/20200820/20200820-265645.html>. Acesso em 10 ago 2024.

HORNINK G. G.; ROVAI, M. G. O. 2020. **Comunicação, mídia e educação: o potencial da 'Live' para a promoção de eventos acadêmicos**. Pauta Ifes; CEaD UNIFAL. Facebook. 30 de abril. Disponível em: <https://www.facebook.com/105947391105369/posts/108022977564477>. Acesso em 29 nov. 2021.

KAWASHIMA, Tarou. 多治見が舞台の陶芸アニメ『やくならマグカップも』、“原作者”は東京ディズニーランド生みの親！仕掛け人が明かす観光戦略の裏側. **ITmedia**, 2021a. Disponível em : <https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2104/05/news071.html>. Acesso em 01 ago 2024.

KAWASHIMA, Tarou. 陶芸アニメで町おこし　岐阜県多治見市を舞台にした観光戦略とは. **ITmedia**, 2021b. Disponível em : <https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2104/06/news043.html>. Acesso em 01 ago 2024.

MARVLE. 【バーチャル旅行】リアルに負けない特徴とは？家で楽しめる観光名所も紹介. **Marvle**, 2024. Disponível em: <https://marvle.co.jp/virtual-travel/#index_id0>. Acesso em 15 out 2024.

NIPPON ANIMATION. 「やくならマグカップも」多治見市バーチャル観光大使就任！. **Nippon Animation**, 2021. Disponível em: <https://www.nippon-animation.co.jp/news/information/9633/>. Acesso em 01 ago 2024.

PR TIMES. 【バーチャル旅行】リアルに負けない特徴とは？家で楽しめる観光名所も紹介. **PR Times**, 2021. Disponível em: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000066389.html>. Acesso em 15 out 2024.

SAKURAI, Junya. **Archaeology in popular culture**. Japão: Doseisha, 2014.

SILVA, Jacquelliny Marcelle Boulitreau da. **Flora: animação para o ensino das ciências ambientais nos anos iniciais da educação básica**. 2024. Dissertação (Mestrado em Ensino das Ciências Ambientais) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2024.

SORTE JUNIOR, Waldemiro Francisco. Uma análise de valores estéticos japoneses do Período Heian: Miyabi e mono no aware. **Estudos Japoneses**, n. 40, p. 81-100, 2018.

SUGAWA-SHIMADA, Akiko. Animating artifact spirits in the 2.5 - dimensional world: personification and performing characters in Touken Ranbu. **Animating the spirited: journeys and transformations**, University Press of Mississippi, p. 55-65, 2020.

SUGAWA-SHIMADA, Akiko. Tōken Ranbu and samurai swords as tourist attractions. **War as Entertainment and Contents Tourism in Japan**, p. 56-60, 2022.

SUGAWA-SHIMADA, Akiko. “Rekijo”, pilgrimage and “pop-spiritualism”: pop-culture-induced heritage tourism of/for young women. **Japan Forum**, v. 27, n. 1, p. 37-58, 2015.

YAKUMO PROJECT. Disponível em: <https://yakumo-project.com/>. Acesso em 01 ago 2024.

YAKUMO TAJIMI. Disponível em: <https://yakumo-tajimi.com/index.html>. Acesso em 01 ago 2024.

Como citar este artigo:
KOURY, Yasmin Calado Brito Alves; CHICCA JUNIOR, Natal Anacleto. Vamos fazer uma caneca! A cultura pop como forma de preservação cultural. **Revista Multidisciplinar de Estudos Nerds/Geek**, Rio Grande, v.6, n.10, jan.-dez. 2024, p.120-128.