

Iago Fillipi Patrocínio Macedo¹ e Juliana Fernandes Teixeira²

Resumo

No contexto da cultura pop japonesa, as *anisongs* (músicas de animê) desempenham um papel fundamental como temas de abertura e encerramento das animações. Reconhecendo a importância dessas canções, este artigo tem como objetivo analisar suas contribuições para a visualização do animê *One Piece*, por meio de um estudo de caso focado na primeira abertura da série: *We Are!* Com base em discussões sobre videoclipe (Soares, 2004) e música para cinema (Gorbman, 1987), aprofundadas pelos modos de escuta de Chion (2011) e Carvalho (2007), investiga-se como ocorre a articulação entre som, letra e a sequência animada que acompanha a faixa. Conclui-se que a canção atua como um potente dispositivo de visualização, criando uma paisagem sonora harmônica com o enredo da obra. Essa conexão estabelece uma relação simbiótica entre *anisong* e animê, sintetizando a energia da narrativa na abertura e sinalizando ao espectador o tom do que será assistido. Observa-se também que a sonoridade de *We Are!* reverbera ao longo das mais de duas décadas de exibição de *One Piece*, sendo fundamental para a consolidação da identidade sonora da franquia.

Palavras-chave

Animê; Cultura pop japonesa; Música-tema; Videoclipe; *Anisong*.

¹Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: fillipiago@gmail.com.

²Doutora em Comunicação pela UFBA e pela UBI. Docente de Comunicação da Universidade Federal do Piauí e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com.

Iago Fillipi Patrocínio Macedo¹ and Juliana Fernandes Teixeira²

Abstract

In the context of Japanese pop culture, *anisongs* (anime theme songs) play a fundamental role as opening and ending themes of animations. Recognizing the importance of these songs, this article aims to analyze their contributions to the visualization of the anime *One Piece*, through a case study focused on the series' first opening theme: *We Are!*. Based on discussions of music videos (Soares, 2004) and film music (Gorbman, 1987), deepened by the listening modes proposed by Chion (2011) and Carvalho (2007), this paper investigates how the articulation between sound, lyrics, and the accompanying animated sequence occurs. It is concluded that the song acts as a powerful visualization device, creating a soundscape that is harmonious with the work's plot. This connection establishes a symbiotic relationship between the *anisong* and the anime, synthesizing the narrative's energy in the opening and signaling to the viewer the tone of what is to be watched. It is also noted that the sonority of *We Are!* reverberates throughout the more than two decades of *One Piece*'s exhibition, being fundamental to the consolidation of the franchise's sonic identity.

Keywords

Anime; Japanese pop culture; Theme music; Music video; Anisong.

¹Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: fillipiago@gmail.com.

²Doutora em Comunicação pela UFBA e pela UBI. Docente de Comunicação da Universidade Federal do Piauí e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com.

Após a Segunda Guerra Mundial, o governo japonês promoveu uma intensa industrialização que, ao estabilizar o país, permitiu novos investimentos na cultura a partir dos anos 1950. Esse contexto, somado à abertura para trocas com o Ocidente, propiciou o desenvolvimento da cultura pop japonesa, cujas produções, como animês (animações) e mangás (histórias em quadrinhos), alcançaram escala global (Amaral; Duarte, 2008).

Dentro desse universo, este artigo destaca as *anisongs*, termo que surge da junção de animê e *song* (“música”, em inglês). Conforme ressalta Nazaré (2023), o termo não se refere a qualquer canção presente nas obras, mas especificamente àquelas criadas para introduzir ou concluir cada episódio: os temas de abertura e de encerramento.

Diante disso, este artigo tem como objetivo analisar as contribuições das *anisongs* de abertura para a visualização do animê *One Piece*. A análise se concentra na faixa *We Are!*, interpretada por Hiroshi Kitadani, o primeiro tema musical da série. Parte-se da hipótese de que essa canção desempenhou um papel fundamental na criação da identidade sonora da obra.

A escolha de *One Piece* como objeto de estudo justifica-se por sua relevância no cenário da cultura pop japonesa e internacional. Lançado como mangá em 1997 e adaptado para animê em 1999, o título detém o recorde no *Guinness Book* de “maior número de cópias publicadas para a mesma série de quadrinhos por um único autor”, com mais de 500 milhões de exemplares vendidos mundialmente (Ferreiraz, 2022). Além disso, em 2022, o animê foi a série de TV mais popular do mundo, somando as audiências de plataformas de streaming e canais televisivos (Peters, 2023). Em contínuo desenvolvimento, a obra já ultrapassa os 110 volumes de mangás publicados e os 1.100 episódios de animê.

Metodologicamente, o artigo adota uma abordagem qualitativa de caráter descritivo e explicativo (Silveira; Córdova, 2009), utilizando o estudo de caso como procedimento (Duarte, 2008). A análise da canção e de sua respectiva sequência animada fundamenta-se em discussões sobre videoclipes (Soares, 2004; Soares, 2013; Holzbach, 2013) e música para cinema (Gorbman, 1987), aprofundadas pelos modos de escuta propostos por Chion (2011) e Carvalho (2007).

Apesar de se reconhecer *One Piece* como uma franquia transmidiática (Jenkins, 2013) – cuja narrativa se expande também por produções como série *live-action*, filmes, videogames, jogos de tabuleiros e de cartas –, o foco deste artigo se restringe ao animê. A seguir, o texto apresenta a relação entre música e imagem no contexto das *anisongs*, passando por discussões sobre o mercado da música pop japonesa e a simbiose entre canção e obra, para então mergulhar na análise detalhada de *We Are!*

Música-tema, sequência animada e videoclipe

Um tema pode ser definido como qualquer peça musical, vocal ou instrumental, que se repete ao longo de uma produção audiovisual, segundo Gorbman (1987). A autora ressalta que as músicas-tema são extremamente econômicas: uma vez inseridas em um momento específico da obra audiovisual, sua repetição pode evocar o contexto de sua primeira aparição. Por isso, embora a música por si só seja não-representacional, sua repetição ao lado de elementos representacionais (imagens, fala) pode fazê-la adquirir tal propriedade também.

Ao discorrer sobre músicas-tema, Gorbman (1987) relaciona o termo principalmente à trilha sonora que está atrelada a um contexto narrativo, auxiliando no desenvolvimento do enredo. Para exemplificar, Nazaré (2023), a partir do animê *Naruto*, aponta a existência de temas que representam personagens (protagonistas, antagonistas e coadjuvantes) e outros que representam emoções.

Green (2021) acrescenta que o termo “músicas-tema” também pode se referir às canções utilizadas nas abertura e encerramento de séries televisivas. Ou seja, peças musicais que não foram criadas para serem utilizadas dentro da narrativa, mas sim como “gatilhos” que sinalizam ao público o início ou o fim do programa. Green (2021) também ressalta o caráter promocional desse tipo de canção, que costuma conquistar o afeto do público, vender milhões de cópias, tocar em rádios e até mesmo se destacar em paradas musicais, o que resulta em benefícios adicionais para a promoção do programa ao qual estava originalmente vinculada.

Com base nessas discussões, este artigo considera os temas de abertura e encerramento como os dois principais tipos de *anisongs*. No caso da abertura de uma animação japonesa, a canção é acompanhada por uma sequência de imagens e animações, costumeiramente frenéticas, que introduzem: (1) o título da animação; (2) os personagens principais e outros aspectos visuais que sugerem o enredo da série; e (3) os nomes e as funções da equipe de produção. Já as sequências de encerramento são, em geral, menos frenéticas e focam em creditar a equipe de produção, sem o compromisso de apresentar personagens ou o enredo (Nazaré, 2023).

Seguindo a lógica da grade televisiva japonesa, Green (2021) comenta que as músicas-tema de abertura possuem, tipicamente, 90 segundos (um minuto e meio) de duração. Por isso, são estruturadas com um trecho do refrão no início para atrair a atenção, seguido por um verso simples e uma versão ampliada do refrão para finalizar. Os encerramentos, por sua vez, duram em média 60 segundos (um minuto).

O animê *One Piece*, que lança episódios semanais desde 1999, constitui uma exceção a essa lógica. Entre 2007 e 2023, a animação deixou de ter uma sequência de encerramento, o que tornou suas aberturas mais longas, variando de 120 a 150 segundos (Nazaré, 2023). A partir de setembro de 2023, a produção retomou o formato padrão de 90 segundos para a abertura e 60 segundos para o encerramento.

Tanto as aberturas quanto os encerramentos dos animês apresentam uma sequência animada sincronizada com a música-tema. Green (2021) destaca que, comumente, as aberturas são mais frenéticas e com músicas mais agitadas, enquanto os encerramentos são mais calmos. Contudo, percebe-se que ambos possuem uma sincronia entre música e imagem similar a de um videoclipe.

Em suas discussões acerca de videoclipes, Holzbach (2013) percebe que a música-tema assume o comando, e as imagens são concebidas para ilustrá-la e seguir seu ritmo. Soares (2004, p. 22), por sua vez, destaca a noção de “clipe” como recorte ou fragmento: “Percebemos que estamos lidando com uma mídia audiovisual constituída por imagens ‘pinçadas’, ou ‘recortadas’ e que estas imagens não precisam necessariamente ‘durar’ na tela”. Essa ideia de recorte se aplica tanto à montagem imagética do videoclipe, geralmente formada por planos rápidos, quanto ao seu aspecto comercial: “Consumir logo antes que estrague, parece ser a norma” (Soares, 2004, p.21). Esse viés comercial se conecta à conceitualização da música-tema promocional descrita por Green (2021), o que faz das aberturas e encerramentos de animês produções de grande apelo comercial, tanto sonoro quanto visual.

Para Soares (2004), o que se destaca em um videoclipe não é especificamente o apelo visual, mas sim o efeito rítmico provocado nas imagens, que “são ‘contaminadas’ pelas suas trilhas musicais” (Soares, 2004, p. 22), tornando-se pulsantes ou dançantes, a depender da cadência musical.

Holzbach (2013) observa que, por muito tempo, os estudos sobre o videoclipe posicionaram essa mídia como um formato transgressor. Na realidade, trata-se de uma nova experiência musical, mediada pela dimensão audiovisual. Por isso, para a autora, os aspectos sonoro e visual não estão no mesmo nível: as imagens só fazem sentido quando estruturalmente acompanhadas pela música, que não apenas dita o ritmo, mas também serve de base para a concepção visual. Tal fusão entre som e imagem insere o videoclipe no terreno da sinestesia: “a reunião de múltiplas sensações” (Soares, 2004, p. 30).

Essa conexão com a sinestesia pode ser percebida não somente na relação música-imagem dos videoclipes, mas na própria experiência musical cotidiana. Zumthor (2012), por exemplo, embora não utilize o termo, descreve uma experiência multissensorial próxima ao conceito. O autor relata que, em sua adolescência na Paris dos anos 1930, costumava assistir a cantores de rua. Anos mais tarde, as músicas ainda ressoavam em sua memória, mas, ao cantá-las em casa, a sensação não era a mesma. O autor percebeu, então, que a experiência da canção não era formada apenas pelas letras, melodia e performance do cantor, mas também envolvia:

as folhas volantes em bagunça num guarda-chuva emborcado na beira da calçada [...] o grupo, o riso das meninas, sobretudo no fim da tarde, na hora em que as vendedoras saíam de suas lojas, a rua em volta, os barulhos do mundo e, por cima, o céu de Paris que, no começo do inverno, sob as nuvens de neve, se tornava violeta. Mais ou menos tudo isto fazia parte da canção. Era a canção (Zumthor, 2012, p. 28-29).

A experiência descrita é, em sua essência, sinestésica. Zumthor (2012) aponta que o céu violeta (aspecto visual) também compunha a canção (aspecto sonoro), em uma vivência musical imbricada a outras sensações. O autor também destaca que o ritmo da canção do cantor de rua parecia criar um “batimento comum” que ressoava em todos à sua volta, gerando uma “energia propriamente poética” (Zumthor, 2012, p. 39). Essa percepção do poder agregador da música dialoga com as discussões de Holzbach (2013) e Soares (2004) sobre o efeito “contaminante” do som nos videoclipes.

Ao relacionar sinestesia com o audiovisual, Soares (2004) introduz outro conceito fundamental: o de paisagem sonora.

A paisagem sonora configura-se num constituinte sinestésico: é a música coisificada em imagem, gerando um efeito virtual de ouvir algo e “estar” na música. Ou, “estar” no som. O conceito de paisagem sonora, por exemplo, ajuda a perceber como se constroem as diegeses de alguns videoclipes (Soares, 2004, p. 30).

Com base nesse conceito, o autor argumenta que as equipes de roteiro, direção de arte, fotografia e edição não tomam decisões criativas para o audiovisual que desconsiderem a música. Na verdade, a construção imagética dos videoclipes se inicia na audição da canção, tendo como base seus parâmetros sonoros, o que o torna uma “escrita imagética sobre a canção” (Soares, 2013, p. 80).

Como exemplo, a atmosfera soturna nos videoclipes da banda de rock *Portishead* é empregada porque suas músicas evocam tal paisagem sonora, assim como os acordes do gênero musical axé convergem para um imaginário diurno e solar. Contudo, o potencial de evocar imagens não se restringe à sonoridade: a própria letra da canção interfere nas decisões criativas. A complexidade de sentidos de uma música se aprofunda no momento em que o som encontra a palavra (Soares, 2004).

Holzbach (2013) complementa que a análise de um videoclipe não pode se limitar à conexão entre ritmo e imagem, sendo importante também “analisar o contexto relativo às expectativas de gênero musical. Um videoclipe de heavy metal trata as imagens de uma maneira diferente de um videoclipe que se aproxima do punk rock ou do hip hop” (Holzbach, 2013, p. 76). Portanto, a visualidade de um videoclipe não se resume apenas à sonoridade e à letra; os próprios gêneros musicais carregam especificidades visuais que servem de base para sua construção.

O videoclipe é também uma importante estratégia para a promoção de uma canção ou álbum, o que reforça o protagonismo da música na produção desse formato audiovisual (Soares, 2013). No caso das *anisongs*, pode-se inferir que as sequências

de abertura e encerramento são construídas a partir da música, com o intuito final de promover o animê. Desse modo, a análise de uma *anisong* e de sua respectiva sequência animada é indissociável da compreensão da obra que ela representa.

Anisongs e J-Pop

One Piece acompanha as aventuras do protagonista Luffy e sua fiel tripulação, os Piratas do Chapéu de Palha – nome que faz referência ao acessório que se tornou a marca registrada do personagem. Juntos, eles viajam pelo mundo em busca do *One Piece*, um lendário tesouro escondido por Gold Roger, o “Rei dos Piratas”. Inspirado por Roger, Luffy sonha em se tornar seu sucessor, e para isso, precisa encontrar o grande tesouro. A obra constrói uma narrativa centrada nos sonhos dos personagens e na aventura necessária para torná-los realidade, mantendo um tom predominantemente leve, irônico e cômico.

Originalmente, *One Piece* é um mangá, uma mídia essencialmente visual. Diferentemente da animação, os quadrinhos não possuem canções de abertura para introduzir seus capítulos. Isso, contudo, não significa que a música seja inexistente nesse universo. No capítulo 488, por exemplo, é apresentada a canção *Binks no Sake* (“O Saquê de Binks”), interpretada pelo personagem Brook, um músico. Descrita como uma antiga melodia pirata, era cantada para levantar o ânimo dos companheiros. Para o mangá, o autor Eiichiro Oda compôs a letra e transmitiu a energia da música por meio da reação dos personagens (Imagem 1). A canção existia no enredo da obra como um poema, mas sua melodia ainda não era audível. Posteriormente, na adaptação para o animê, Oda recorreu ao compositor Kohei Tanaka – que já trabalhava na trilha sonora da obra – para desenvolver uma melodia inspirada nas cantigas de piratas e marinheiros. *Binks no Sake* é um exemplo de um tipo mais raro de *anisong*, que transcende os temas de abertura e encerramento: trata-se de uma canção diegética, ou seja, presente no universo narrativo da obra.

Imagen 1 – Binks no Sake no mangá.



Fonte: Mugiwara Oficial (2025).

Nagado (2005) aponta que, até a década de 1970, os álbuns com trilhas sonoras de audiovisuais japoneses eram, em geral, ignorados nas lojas de discos. As músicas agradavam ao público, mas não geravam consumo. Nesse período, ainda não existia um segmento de mercado consolidado para as *anisongs*, que só viria a ser estabelecido graças à pressão de cantores como Ichirou Mizuki (intérprete de temas para *Mazinger Z* e *Captain Harlock*). A partir disso, o segmento se fortaleceu e expandiu, atraindo artistas da música pop japonesa, o J-Pop, o que não apenas atualizou a sonoridade das músicas-tema, como também ampliou seu alcance com o público jovem.

Demonstrando que a relação entre as *anisongs* e o J-Pop era uma via de mão dupla, Nagado (2007) relata que dubladores que também atuavam como cantores alcançaram o *status* de astros pop através do sucesso das músicas que gravaram para as animações. Assim, as canções de animê foram importantes para a diversificação e ampliação do J-Pop: “[...] as *anisongs* também marcam a estreia de um grande número de novas apostas das gravadoras a cada ano. Em outros casos, nomes decadentes tentam recuperar seu prestígio no mercado de trilhas sonoras” (Nagado, 2007, p. 219).

No contexto contemporâneo, a sonoridade das *anisongs* não segue um padrão fixo. Conforme apontam Green (2021) e Nazaré (2023), os temas transitam por vários gêneros, como pop, rock, metal, hip-hop, jazz e música eletrônica. Contudo, dentre

eles, o J-Pop é provavelmente o mais utilizado.

Nagado (2007) descreve o J-Pop como um gênero de características peculiares, que agrupa influências do *techno* e da música eletrônica, mesclando-as principalmente com *hard rock*, rock dos anos 1960, hip-hop e rap. Na composição lírica, é comum uma forte presença da língua inglesa, tanto nas letras quanto nos títulos das faixas.

Arakaki (2004) aponta que essa fusão entre japonês e inglês é comum não apenas na música, mas também no vocabulário cotidiano da sociedade japonesa. Segundo o autor, essa mistura linguística intensificou-se após a Segunda Guerra Mundial, período de forte influência ocidental. Nesse contexto, a cultura dos Estados Unidos tornou-se uma tendência apreciada pela juventude, o que acabou por influenciar também o idioma do dia a dia.

Simbiose entre música e obra

A escolha do gênero musical para uma sequência de abertura, segundo Green (2021) e Nazaré (2023), costuma estar diretamente conectada ao gênero, ao enredo e ao público-alvo do animê. Essa conexão, contudo, geralmente não ocorre de forma tão profunda nas sequências de encerramento.

Para exemplificar essa “simbiose” entre a animação e sua música-tema, Faria (2014, p.2) comenta: “[...] Se o anime é tenso, de suspense, a música também é; se o anime é de comédia e ‘engraçadinho’, a música também tende a seguir esse contexto”. Ou seja, a *anisong* de abertura é escolhida para que sua paisagem sonora dialogue com o universo visual e narrativo da obra.

Essa prática é similar ao que Gorbman (1987) argumenta sobre o uso de música em filmes: ela tem o potencial de definir o humor e as tonalidades da obra audiovisual, guiando a visão do espectador literal e figurativamente. Ademais, a autora explicita que as canções introdutórias apontam o gênero e o tom da obra por meio de suas melodias, permitindo que até mesmo o espectador sem conhecimento musical formal possa deduzir a atmosfera do que irá assistir.

Essa função difere do contexto de produção do videoclipe, no qual a música é o principal produto a ser promovido. No universo dos animês, embora a *anisong* possa vender milhões de cópias, ela é concebida ou adaptada primariamente para definir o tom e o humor da animação, atuando de forma a servir à obra.

Como a abertura é apresentada no início de cada episódio, as músicas-tema rapidamente se tornam familiares à audiência, que passa a consumi-las de forma recorrente. Eventualmente, lança-se uma “versão completa” dos temas, que não se restringe aos 90 segundos da grade televisiva e dura, em média, de três a quatro minutos – duração comum de músicas pop em geral (Nazaré, 2023).

A relevância das *anisongs* também é evidenciada pelo Spotify (2018). A plataforma de *streaming* reportou que o consumo de animês contribuiu

significativamente para a popularização global da música japonesa, impulsionando simultaneamente o consumo das trilhas sonoras associadas.

Sendo peças fundamentais na produção dos animês, as músicas-tema levaram vários estúdios de animação a se associarem a gravadoras. Um exemplo é a Aniplex Studios, empresa de produção e distribuição que pertence à Sony Music Entertainment Japan. Outro caso é a fusão entre a gravadora Lantis e a Bandai Visual Studios, que formou a Bandai Namco Arts, atuante tanto no setor de animação quanto no musical. (Nazaré, 2023)

O processo de escolha das *anisongs* evoluiu à medida que seu potencial comercial se tornou evidente. Sevakis (2017) explica que o comitê de produção de um animê – composto pelas empresas investidoras – frequentemente inclui uma gravadora, que utiliza essa parceria para promover seus artistas.

De acordo com Sevakis (2017), a decisão final sobre a música cabe ao diretor da animação. Em alguns casos, o diretor já inicia o projeto com uma música ou artista em mente, seja pela adequação da sonoridade e da base de fãs ao animê, ou pela projeção pública do artista, que pode auxiliar na promoção da obra. Quando não há ideias prévias, o comitê de produção pode sugerir artistas de sua própria gravadora. Há também situações em que prévias de canções em desenvolvimento são apresentadas ao diretor para que sejam ajustadas conforme as necessidades do projeto.

Animês como *Bleach* exemplificam essa relação: a Sony Music Entertainment, responsável pela trilha sonora, selecionou várias bandas e artistas de seu catálogo para interpretar as *anisongs*. Nesse contexto, Faria (2014) argumenta que o sucesso comercial das *anisongs* pode distanciar a relação antes “símbiotica” com o animê, tornando o foco principal a promoção de artistas. Contudo, essa tensão não representa um rompimento completo. Como aponta Green (2021), as *anisongs* são, por natureza, produtos promocionais: quanto mais sucesso fazem por si sós, mais atraem a atenção para a obra que representam. Dessa forma, o apelo comercial e a função narrativa coexistem em um equilíbrio complexo, cujo cenário vem se modificando com o alcance global do formato.

Referindo-se às aberturas das animações japonesas, percebem-se aproximações tanto com as discussões sobre videoclipe, como também com as de músicas para obras audiovisuais. Nesse contexto, nota-se uma cadeia ordenada onde o animê está no topo, seguido pela *anisong* e, por último, pela sequência visual animada. O animê possui um gênero narrativo, enredo e aspectos visuais específicos que guiam a escolha da *anisong*. Esta, por sua vez, é selecionada por ter sonoridade e letra que evocam uma visualidade harmônica à obra, definindo seu humor e tonalidade. Por fim, a sequência animada é produzida tendo em mente a paisagem sonora que a música evoca – um processo similar ao da produção de videoclipes. A partir de tais discussões, percebe-se que compreender a abertura de *One Piece* implica reconhecer como as *anisongs* não apenas introduzem a narrativa, mas sobretudo contribuem

para a visualização da obra.

A abertura de *One Piece: We Are!* e Hiroshi Kitadani

Dentre as 27 aberturas que *One Piece* possui até o momento, a primeira, *We Are!*, interpretada por Hiroshi Kitadani e exibida entre 1999 e 2000, é a mais marcante e servirá como foco desta análise. Para compreender as principais contribuições da canção para a visualização da obra, esta investigação aprofundará o arcabouço teórico já construído, complementando-o com os modos de escuta propostos por Chion (2011) e Carvalho (2007).

Chion (2011), ao teorizar sobre o som no cinema, descreve três atitudes de escuta distintas: causal, semântica e reduzida. Carvalho (2007), por sua vez, foca sua análise em músicas inseridas em narrativas audiovisuais e apresenta três modos de ouvir: físico, emocional e intelectual. A partir do cruzamento dessas discussões, a presente análise foi segmentada em duas dimensões: (1) *sensorial e semântica*, que abrange os modos de Chion (2011) e os dois primeiros de Carvalho (2007); e (2) *intelectual e narrativa*, relacionada exclusivamente ao modo intelectual proposto por Carvalho (2007).

Dimensão Sensorial e Semântica

Os modos de escuta aqui reunidos abordam os aspectos sonoros apreendidos na audição imediata. Para aplicá-los à análise de *We Are!*, é necessário primeiro detalhar cada um deles.

Chion (2011) define a escuta causal como aquela que busca identificar a fonte de um som, como quando se ouve um barulho em casa e se tenta descobrir sua origem. Em um registro mais analítico, a escuta reduzida (Chion, 2011) e o ouvir físico (Carvalho, 2007) afastam-se da busca pela causa para se concentrarem nas propriedades inerentes do som, como altura, intensidade, duração, timbre e textura – aspectos que orientarão a análise a seguir.

Já a escuta semântica (Chion, 2011) refere-se à decodificação de mensagens por meio dos sons, seja de palavras ou de códigos como o Morse; no contexto deste trabalho, corresponde à análise da letra da música. Por fim, Carvalho (2007) apresenta o ouvir emocional, que transcende a sensação sonora bruta para alcançar o campo dos sentimentos, o que a autora descreve como um “ouvir adjetivando”: classificar uma canção como alegre, triste ou intensa.

A canção *We Are!* tem duração total de quatro minutos e um segundo, mas sua versão na abertura do animê utiliza um minuto e 50 segundos. A duração, superior ao padrão de 90 segundos da TV japonesa, justifica-se pelos 30 segundos iniciais, que consistem em um instrumental sobreposto a uma narração que contextualiza o

universo de *One Piece*. Esse trecho é marcado por batidas de bateria e sintetizadores rápidos, semelhantes a um “rufar de tambores” que cria tensão e antecipa a explosão instrumental subsequente.

We Are! é uma canção de J-Pop com influências de rock. Sua instrumentação, que inclui bateria, sintetizadores, guitarra, baixo, teclado, violinos e metais, forma uma massa sonora encorpada. A voz de Hiroshi Kitadani e o coro de apoio nos refrões amplificam essa força. O momento em que a voz de Kitadani surge, logo após os 30 segundos iniciais da música, é sincronizado com a imagem de Luffy correndo e saltando com um grande sorriso (Imagen 2), cena que irradia a alegria e a personalidade do protagonista, indicando desde já o tom da série.

Imagen 2 – Luffy em *We Are!*



Fonte: Montagem do autor a partir de ONE PIECE ... (2021).

No âmbito da escuta semântica, a anisong reforça o enredo por meio de palavras-chave como “sonhos”, “bússola”, “leme”, “mapa do tesouro” e “lenda”. Logo no início, há um verso que diz “Indo em busca daquilo que procuramos, One Piece”, não apenas destacando o nome da obra, mas também apontando para a busca central da narrativa pelo tesouro lendário, o que exemplifica a simbiose entre anisong e animê descrita por Faria (2014). A letra original da faixa e a tradução em português podem ser vistas na Imagem 3.

Imagen 3 - Letra (japonês e português) da música *We Are!*

WE ARE! NÓS ESTAMOS

Arittake no yume wo kakiatsume	Juntando os nossos sonhos
Sagashi mono sagashini yuku no sa	Indo em busca daquilo que procuramos
One Piece	One Piece
Rashinban nante jytai no moto	Bússolas só causam atrasos
Netsu ni ukasare kaji wo toru no sa	Preenchidos com entusiasmo, pego o leme
Hokori ka butteta takara no chizu mo	Se pudermos provar o velho e empoeirado mapa do tesouro
Tashikameta no nara densetsu jyanai!	Então ele não será só mais uma lenda
Kojin teki na arashi wa dareka no	Tudo bem se nossos problemas pessoais
Biorhythm nokkatté	Darem nos nervos de alguém
Omoi sugose ba ii	Porque nós pensamos demais sobre eles
Arittake no yume wo kakiatsume	Juntando os nossos sonhos
Sagashi mono sagashini yuku no sa	Indo em busca daquilo que procuramos
Pocket no Coin, soreto	Uma moeda no bolso, e
You wanna be my friend?	Você quer ser meu amigo?
We are, we are on the cruise! We Are!	Nós estamos, nós estamos no caminho! Nós estamos!
Shimittareta you wo buttabase!	Atravessando a noite mesquinha à toda velocidade
Takara bako ni Kyoumi wa nai kedo	Nós não temos interesse em tesouros
Pocket ni Roman, soreto	Um romance no bolso, e
You wanna be my friend?	Seja meu amigo você quer?
We are, we are on the cruise! We Are!	Nós estamos, nós estamos no caminho! Nós estamos!
Arittake no yume wo kakiatsume	Juntando os nossos sonhos
Sagashi mono sagashini yuku no sa	Indo em busca daquilo que procuramos
Pocket no Coin, soreto	Uma moeda no bolso, e
You wanna be my friend?	Você quer ser meu amigo?
We are, we are on the cruise! We Are!	Nós estamos, nós estamos no caminho! Nós estamos!

Fonte: Montagem do autor a partir de One Piece (2025).

A melodia de *We Are!* foi composta por Kohei Tanaka, também autor da canção *Binks no Sake*, e a letra é de Shoko Fujibayashi. A canção foi criada para uma competição que definiria a primeira abertura de *One Piece*, já um sucesso como mangá. Hiroshi Kitadani foi inicialmente convidado apenas para gravar os vocais temporários da *demo*. Contudo, quando *We Are!* venceu, a direção do animê o convidou para interpretar também a versão oficial (Billboard Japan, 2024). Assim, nota-se que a canção foi concebida desde o início como uma “peça feita sob medida” para a obra.

Soares (2013) observa que a análise de videoclipes deve considerar não apenas a letra da canção, mas também a forma como as palavras são entoadas, articulando os aspectos semântico e sensorial para compreender como propriedades vocais como altura, intensidade e timbre potencializam a mensagem da música. Em *We Are!*, a energia de Hiroshi Kitadani é notável: ele canta com entusiasmo, projetando sua voz em volume alto, o que reforça a positividade da faixa. O próprio artista explicou que canta com um sorriso para que o gesto se traduza na voz, gerando uma “voz com

sorriso" – isso surgiu de uma orientação que recebeu na gravação de *We Are!* em 1999 que marcou seu estilo artístico. (Billboard Japan, 2024)

Adjetivando a canção, além de poder ser classificada como animada e otimista, THIS ONE ... (2023) argumenta que *We Are!* apresenta "harmonias épicas", semelhantes às utilizadas na trilogia cinematográfica *O Senhor dos Anéis*, as quais transmitem também uma sensação de aventura e grandiosidade em sua sonoridade.

A sequência de abertura materializa esses elementos sonoros: o cenário é diurno e colorido, com predominância de tons de azul que remetem ao oceano. Bandeiras piratas, navios e monstros marinhos são utilizados na sequência animada para contextualizar a narrativa da obra ao público. Os personagens são apresentados em diferentes situações – batalhas, momentos cômicos ou demonstrações de habilidades – compondo um retrato dinâmico do universo ficcional. A montagem das imagens é "contaminada" pelo ritmo da canção, produzindo o já mencionado "efeito videoclíptico".

Por fim, ainda que a abertura revele diversos aspectos centrais da narrativa, alguns antagonistas aparecem apenas em silhueta, sombreados e irreconhecíveis. Essa estratégia mantém o mistério ao mesmo tempo em que apresenta uma espécie de resumo visual da série.

Em síntese, a animação da abertura traz uma visualidade harmônica à paisagem sonora evocada pela canção. O combo, som e imagem, criam o "videoclipe de abertura", que estabelece para o público o tipo de experiência audiovisual que virá a seguir. *We Are!* funciona como uma visualização condensada da obra, antecipando seu gênero, sua energia e até mesmo sua narrativa em um nível simbiótico maior do que o previsto explicitamente nas discussões de Gorbman (1987) ao analisar o papel das músicas introdutórias em filmes.

Dimensão Intelectual e Narrativa

O terceiro modo de ouvir proposto por Carvalho (2007), o intelectual, aproxima-se das discussões de Gorbman (1987) sobre a música que, após ser usada uma vez na narrativa, passa a carregar contexto narrativo e se tornar representacional. Esse modo foca no acúmulo de sentidos que uma música adquire ao longo de sua repetição. Como resume a autora, a repetição de um tema associado a um personagem, situação ou ideia "faz com que o espectador tenha instrumentos de acompanhamento da trama além daqueles que o texto explícito fornece" (Carvalho, 2007, p. 6).

Ainda que o modo intelectual raramente se aplique às *anisongs* – que costumam estar fixas na introdução ou encerramento de episódios e eventualmente são substituídas sem retornos –, *We Are!* é uma notável exceção. A canção retornou em diversos momentos da série. Em 2006 foi utilizada em cinco episódios especiais, com a mesma animação de 1999, mas cantada pelos dubladores dos personagens.

Entre 2008 e 2009 *We Are!* foi exibida como abertura novamente, mas em uma versão eletrônica remixada interpretada pelo duo sul-coreano TVXQ! e acompanhada por uma nova sequência animada. Em 2021, para celebrar o milésimo episódio da série, *We Are!* voltou a ser exibida com a voz original de Hiroshi Kitadani, mas com uma animação renovada que homenageava a versão de 1999 (Imagen 4). Por se tratar da primeira abertura da obra, cada retorno reativa no público a memória afetiva do início da jornada. O uso da canção no milésimo episódio, por exemplo, homenageia diretamente essa memória inaugural.

Imagen 4 – *We Are!*: Versão original (à esquerda) e a do milésimo episódio (à direita).



Fonte: Montagem do autor a partir de ONE PIECE ... (2021).

Aprofundando o acúmulo de sentidos, *We Are!* também foi incorporada à própria narrativa. No episódio 129, por exemplo, a canção surge para evocar felicidade e positividade durante a finalização do arco narrativo de Alabasta. Já no episódio 312, durante o funeral do navio dos protagonistas, sua melodia é reapresentada em uma versão lenta e melancólica, com piano e violinos. A transformação de sua energia original em um arranjo fúnebre potencializa a emoção da cena, em consonância com Gorbman (1987), que observa como temas musicais absorvem novos significados quando modulados em diferentes escalas ou tocados em diferentes arranjos.

A relevância de *We Are!* também se reflete na trajetória de seu intérprete. Hiroshi Kitadani considera que a canção salvou a sua carreira (Billboard Japan, 2024). O sucesso foi tão grande que Kitadani retornou diversas vezes à franquia, e com a equipe criativa original de *We Are!*, para produzir novas aberturas, como *We Go!* (exibida entre 2011 e 2013), *OVER THE TOP* (entre 2019 e 2020) e *UUUUUS!* (em 2024). O cantor também colaborou com a banda Kishidan em *We Can!* (entre 2016 e 2017), cujo título homenageia suas predecessoras *We Are!* e *We Go!*.

Essas canções compartilham um mesmo padrão sonoro de energia positiva e

nostalgia, com letras que remetem a elementos centrais da narrativa, como navegação, aventura e companheirismo. Ao longo de mais de duas décadas, consolidou-se, assim, uma identidade sonora própria para *One Piece*.

Considerações Finais

A partir da análise de *We Are!*, percebe-se que a *anisong* de abertura não atua apenas como elemento promocional do animê *One Piece* ou como mera música introdutória: ela constitui o primeiro gesto narrativo da obra. Antes mesmo do desenvolvimento da história, a canção e sua sequência animada funcionam como um potente dispositivo de visualização do animê, tanto pelo uso de uma paisagem sonora, conteúdo lírico e performance vocal que condensam a energia, os valores e as expectativas do animê – antecipando a jornada dos personagens – quanto pela montagem frenética das imagens, com cores vibrantes que pulsam de acordo com o ritmo e a intensidade da música. A fusão entre som, letra e imagem transforma a abertura em uma experiência sinestésica que sintetiza o *One Piece*, estabelecendo o tom da obra para o espectador.

A recorrência de *We Are!* em diferentes versões e momentos do animê a desloca de sua função inicial de *anisong* de abertura e a converte em um recurso capaz de acionar a memória afetiva do público, reinscrevendo o passado no presente da narrativa. Cada retorno da faixa aprofunda seu significado. Assim, *We Are!* adquire um valor representacional, tornando-se um marcador narrativo capaz de condensar memórias, emoções e trajetórias dos personagens.

Dessa forma, a análise de *We Are!* permite compreender como as *anisongs* contribuem para a visualização de um animê, podendo ser entendidas como interpretações que sintetizam a narrativa e a energia das obras às quais se vinculam. Considerando as discussões deste artigo, nota-se que as *anisongs* moldam expectativas, orientam a interpretação do espectador, definem a atmosfera da obra e antecipam elementos narrativos. Portanto, devido a essa simbiose, evidencia-se que compreender uma *anisong* implica compreender o próprio animê, o que reforça a centralidade das canções-tema no contexto da cultura pop japonesa.

Observa-se também que a sonoridade de *We Are!* reverbera no desenvolvimento das *anisongs* de abertura subsequentes de *One Piece*. Muitas foram desenvolvidas, inclusive, pelo mesmo trio criador de *We Are!*, com o intuito de repetir sua façanha. Esse processo colaborou para a consolidação da identidade sonora da franquia, que pode ser nomeada como “o som de *One Piece*”, um som que encapsula a aventura que a obra apresenta.

No entanto, é preciso notar que, por ser uma série com mais de mil episódios, sua narrativa nem sempre se mantém fiel à tônica alegre, positiva e épica. Existem arcos em que a trama se torna mais sombria ou melancólica, sendo introduzidos por

aberturas que se adequam a essa atmosfera. Isso indica que as aberturas de *One Piece* dialogam não apenas com a mensagem geral da obra, mas também com o contexto específico de cada arco narrativo, sugerindo um campo fértil para futuras análises comparativas.

Artigo submetido em 10/09/2025 e aceito em 30/11/2025.

Referências

- AMARAL, A.; DUARTE, R. F. R. A Subcultura Cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline. In: BORELLI, S.; FREIRE FILHO, J. (Org.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 269–288.
- ARAKAKI, M. Adaptações culturais entre falantes da língua inglesa e japonesa através da música. In: JORNADA NACIONAL DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS, 20., 2004, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: Ideia, 2004. p. 1545–1550.
- BILLBOARD JAPAN. Hiroshi Kitadani on his history with ‘One Piece’ TV anime & his work as ‘We Are!’ pirates: Interview. **Billboard**, 23 mar. 2024. Disponível em: <https://slink.com/4Uqta>. Acesso em: 5 set. 2025.
- CARVALHO, M. A trilha sonora do Cinema: proposta para um “ouvir” analítico. **Calígrama** (São Paulo. Online), São Paulo, v. 3, n. 1, p. 1–15, abr. 2007.
- CHION, M. **A Audiovisão: Som e Imagem no Cinema**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011, 176 p.
- DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 215– 235.
- FARIA, J. L. C. S. **As músicas das aberturas dos animes**: um estudo sobre as influências em seu processo de escolha. 2014. 15 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Música) – Centro Universitário Metodista Izabela Hendrix, Belo Horizonte, 2014.
- FERREIRAZ, O. Mangá de One Piece registra recorde mundial no Guinness Book. **IGN Brasil**, 4 ago. 2022. Disponível em: <https://slink.com/7OjeK>. Acesso em: 5 set. 2025.
- GORBMAN, C. **Unheard Melodies**: narrative film music. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press, 1987, 190 p.
- GREEN, L. **From score to song**: the rise of the 'star composer' and the role of music in contemporary anime. 2021. 225 f. Tese (Doutorado) – Centre For Creative Industries, Media And Screen Studies, University Of London, London, 2022.
- HOLZBACH, A. D. **Smells Like Teen Spirit**: a consolidação do videoclipe como gênero

áudio-visual. 2013. 326 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2013. 478 p. Tradução de Susana Alexandria.

MUGIWARAS OFICIAL. Capítulo 488. **Mugiwaras Oficial**, 2025. Disponível em: <https://mugiwarasoficial.com/manga/manga-one-piece/capitulo-488/>. Acesso em: 5 set. 2025.

NAGADO, A. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, S. M. B. (Org.). **Cultura pop japonesa**. São Paulo: Hedra, 2005, p. 49-57.

NAGADO, A. **Almanaque da Cultura Pop Japonesa**. São Paulo: Via Lettera, 2007, 224 p.

NAZARÉ, T. **The Anime Sound: an analytical and semiotic study of contemporary anime music**. 2023. 122 f. Dissertação (Mestrado) –Music Research, Music Theory, McGill University, Montréal, 2023.

ONE PIECE episode 1000 full special opening comparison. **YouTube**, 20 nov. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ec5DQDP5FaA>. Acesso em: 5 set. 2025.

ONE PIECE. We Are! (tradução). **Vagalume**, [2025]. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/one-piece/we-arei-traducao.html>. Acesso em: 15 jan. 2025.

PETERS, M. An Anime Ranked as the Most-Watched TV Show in 2022, Says New Report. **ComicBook**, 4 jan. 2023. Disponível em: <https://linq.com/GoekB>. Acesso em: 5 set. 2025.

SEVAKIS, J. Answerman: How Are Anime Opening And Ending Themes Chosen?. **Anime News Network**, 31 maio 2017. Disponível em: <https://slink.com/6Voae>. Acesso em: 8 mar. 2025.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. A pesquisa científica. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2009, p. 31-42.

SOARES, T. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livrorapido, 2004, 102 p.

SOARES, T. **A Estética do Videoclipe**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013, 306 p.

SPOTIFY. Big In Japan: How Anime Has Helped Japanese Music Go Global. **Spotify**, 20 nov. 2018. Disponível em: <https://acesse.one/ZFhMa>. Acesso em: 15 jan. 2025.

THIS ONE Piece Opening Theme Is A MASTERPIECE. Publicado pelo canal Charles Cornell. [S. l.], 27 nov. 2023. 1 vídeo (13min. 22seg.). Disponível em: <https://linq.com/PKmyt>. Acesso em: 15 jan. 2025.

ZUMTHOR, P. **Performance, recepção, leitura.** 2 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2012, 126 p.