



**UNICEUB – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**FASA – CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**  
**PROFESSOR ORIENTADOR: ALEXANDRE RIBEIRO**

***“Mangás e Animês”***  
**Entretenimento e influências culturais**

**DOLEAN DIAS CARVALHO**  
**RA20266905**

Brasília, Outubro de 2007

DOLEAN DIAS CARVALHO

## ***“Mangás e Animês”***

### **Entretenimento e influências culturais**

Monografia apresentada como  
requisito para a conclusão do  
curso de graduação em  
Comunicação Social, habilitação  
em Publicidade e Propaganda  
do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília.

Professor Orientador  
Alexandre Ribeiro

Brasília, Outubro de 2007

DOLEAN DIAS CARVALHO

***“Mangás e Animês”***

**Entretenimento e influências culturais**

<b>MEMBROS DA BANCA</b>	<b>ASSINATURA</b>
PROFESSOR (A) ORIENTADOR (A) Prof.: <u>Alexandre Ribeiro</u>	<hr/> <hr/>
PROFESSOR (A) CONVIDADO (A) Prof.: <u>Flor Marlene</u>	<hr/> <hr/>
PROFESSOR (A) CONVIDADO (A) Prof.: <u>Luciano Mendes</u>	<hr/> <hr/>

Brasília, Outubro de 2007

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente a Deus e a toda a minha Família, aos meus Mestres, a meu Professor Orientador Alexandre Ribeiro e todos meus amigos, pelo êxito deste trabalho.

## RESUMO

O presente trabalho teve como foco a influência cultural do Japão sobre o processo de consumo e identidade do público jovem brasileiro. Para chegar a essa compreensão foi realizado um estudo sobre a cultura e seus segmentos, para depois apresentar um breve histórico do surgimento dos quadrinhos, de forma geral, para então chegar aos *mangás* e *animês*. O trabalho procura contextualizar e distinguir o folclore das manifestações da cultura pop, enfatizando a influência dos desenhos japoneses no Brasil. O estudo possibilita uma nova visão do desenho animado japonês não apenas como forma de entretenimento, mas como agente cultural, que atua no comportamento dos indivíduos.

Palavras-chave: influência cultural; Japão; *Mangás*; *Animês*.

# Sumário

<b>1. Introdução</b> .....	1
1.1 Tema.....	2
1.2 Justificativa .....	2
1.3 Objetivo .....	3
1.3.1 Objetivos específicos.....	3
1.4 Metodologia .....	4
<b>2. Referencial Teórico</b> .....	5
<b>2.1 Influência Cultural</b> .....	5
2.1.1 Cultura Pop .....	7
2.1.2 Cultura pop japonesa.....	8
<b>2.2. Mangá e Animê</b> .....	13
2.2.1 Imagem e Escrita .....	13
2.2.2 Quadrinhos .....	14
2.2.3 Quadrinhos Japoneses – <i>Mangá</i> .....	16
2.2.4 Animês e suas particularidades .....	19
<b>2.3. Presença da Cultura pop japonesa no Brasil</b> .....	22
2.3.1 Imigração Japonesa.....	22
2.3.2 <i>Mangá</i> e <i>Animê</i> no Ocidente.....	23
2.3.3 Influência de consumo dos <i>mangás</i> e <i>animês</i> .....	24
2.3.4 O Porquê de tanta identificação – Desenhos japoneses.....	26
2.3.5 O <i>Mangá</i> como agente cultural.....	29
<b>3. Discussão</b> .....	31
<b>4. Conclusão</b> .....	33
Referências Bibliográficas .....	35
ANEXOS .....	41

# 1. Introdução

O conhecimento e a informação estão disseminados por toda parte, dentro e fora da escola. O mundo é o verdadeiro cenário dessas profundas mudanças, mudanças estas, que trazem impactos diretos sobre como pensamos, vivemos e até mesmo nos relacionamos. Somente renovando todo nosso conhecimento conseguiremos responder com eficácia a este novo cenário, centrado na realidade do consumidor e seus diversos segmentos. O estudo em questão mostra de forma mais detalhada como a cultura nipônica pode influenciar crianças, jovens e até mesmo adultos.

De forma direcionada temos aqui um reflexo das influências culturais que vão de encontro à realidade do mundo globalizado. Este é o caso da cultura pop japonesa, que se destaca em todo mundo, por causa de seus quadrinhos e animações. Trata-se de uma manifestação interessante, pois no Japão os quadrinhos e os desenhos animados, são vistos como algo sério, onde existe um expressivo número de consumidores desse segmento. Já no Brasil vivemos certo paradoxo, apesar de também ser direcionado ao público de massa, poucos conhecem esta cultura. Se tornando algo restrito a fãs da cultura oriental ou grupos específicos.

Este público consumidor é somente encarado como mais uma tribo de jovens, fãs de mangás e animês. São os chamados otakus, que existem dentro e fora do Japão. No caso brasileiro, isto tem sido um fenômeno da década de 90, os *otakus* estão ganhando cada vez mais espaço, lotando grandes festivais e eventos destinados ao universo da cultura pop japonesa. Isso sem dúvida chama atenção da mídia. No Brasil são promovidos eventos dentro desta cultura pop, tais como o AnimeCon e a Anime Friends, que conta com palestras com pesquisadores, desenhistas, dubladores, feiras de mangás e fanzines, apresentações de *animês* e bandas, mesas de RPG, e torneios de vídeo games.

Eventos similares têm ocorrido em várias partes do Brasil e a cada ano conquistam novos adeptos. A cultura pop oriental, a respeito da criação e roteiros de desenhos, possui uma riqueza muito comum a obras clássicas como *Chaplin* reconhecidos mundialmente, já os *mangás* e *animês* não recebem o mesmo destaque

no ocidente, pensando nisso se abre este leque aos estudiosos da área, curiosos e aos leigos diante dessa arte magnífica, por muitas vezes reconhecida em todo mundo.

## 1.1 Tema

*Mangá e Animê*  
Entretenimento e influências Culturais

## 1.2 Justificativa

Os quadrinhos e desenhos animados, dentro da comunicação, estão em uma classe inferior, são identificadas com aspectos negativos, principalmente os japoneses que dão ênfase na violência e rebeldia aos jovens, Assim, são considerados simplesmente como frutos da criatividade humana, mentiras ou produto de massa. O tema em questão trata sobre a influência cultural pop japonesa, do jovem, quanto a identificação de personagens e ícones da cultura nipônica. Apesar de ser um assunto pouco explorado, é de grande interesse para comunicação, descobrir como que se cria, laços tão fortes e fiéis diante de um público diversificado, como se estabelece esta relação entre o produto e o público consumidor.

O desenho, inicialmente sempre foi visto como uma diversão, mas por trás da fantasia, existem conceitos e mensagens, transmitidos de forma muito pessoal e subjetiva. Sabe-se que muitas crianças antes mesmas de serem alfabetizadas têm seus primeiros contatos com o mundo exterior, através da TV, no entanto a maioria absorve o comportamento e alguns valores e conceitos que muitas vezes perpetuam por toda sua vida.

As grandes empresas têm como desafio direcionar produtos e conquistar o público infantil, realmente é uma tarefa árdua e difícil, pois a criança possui através de sua sensibilidade e olhar crítico, grande poder, sendo transparente, falando o que gosta e o que não gosta. Partindo disso o futuro requer novas formas de pensar, novos olhos e ouvidos para saber o que precisa ser feito, para conquistar um público com grande poder de opinião. Justifica-se, um estudo mais detalhado sobre o tema apresentado,

tratando-se de uma característica da modernidade, complexa e por manter intrínseca ligação com o desenvolvimento sendo considerado mais uma alternativa dentro comunicação.

## **1.3 Objetivo**

Este trabalho tem como finalidade discutir as influências da cultura pop japonesa, mais especificamente os desenhos japoneses quanto ao processo de consumo e grande identificação dos jovens brasileiros, quanto aos mangás e animês. O principal a ser levantado segundo o tema é como uma cultura estrangeira chegou chega até nosso país, ao ponto de influenciar jovens de forma tão positiva e direcionada. Que aspectos estão relacionados quanto ao entretenimento, à manipulação, a promoção e identificação do produto ou marca. Para se discutir sobre influência cultural, não se pode limitar a estudar somente o Brasil.

### **1.3.1 Objetivos específicos**

- ✓ Devemos buscar sua procedência, diante da necessidade, pretende-se mostrar, como surgiu os mangás e animês no Japão e suas influências em outros países.
- ✓ Propiciar um conhecimento sobre uma cultura tão diferenciada e específica, trazendo alguns termos e curiosidades familiares a todo mundo.
- ✓ Pretende revelar alguns reflexos dos mangás e animês, dentro da esfera familiar e social.
- ✓ Neste sentido, qual a importância de se expor à influência de uma cultura em relação ao comportamento infanto-juvenil, sendo parte de realidades tão marcantes no século XXI.
- ✓ Citar, exemplos de que maneira os desenhos e quadrinhos podem trabalhar a reflexão através da leitura e como agente cultural.

## 1.4 Metodologia

O estudo em questão tem como característica principal, verificar a transformação da cultura pop, como mercadoria destinada às massas, vinculada ao modelo econômico dos países. Assim, é possível entender como é transmitida a ideologia de um povo, com hábitos e diferenças em relação ao ocidente, ou seja, em que medida o Japão consegue atingir os mercados de cultura de forma marcante.

A coleta de informações e análise é obtida de forma indireta, por meio de bibliografia técnicas e específicas, orientadas por pesquisa descritiva, que relata os reflexos da cultura pop, dos mangás e animês. A pesquisa adota o método dedutivo, que se orienta por conceitos e abordagens gerais, para, estudar um caso particular dessas influências (do Japão em relação ao Brasil).

A partir de levantamento bibliográfico, pretendeu-se chegar a conclusões, sobre o tema proposto. Relacionando a visão do desenho não só como forma de diversão, mas como influenciador na cultura e no comportamento de segmentos etários específicos. Para demonstrar esse processo foi realizada a descrição de algumas dessas influências quanto aos *mangás e animês*. E para construir o entendimento do tema proposto se fez o uso de documentos e imagens, como mais um recurso para evidenciar a proposta do tema.

## 2. Referencial Teórico

### 2.1 Influência Cultural

Para entender como ocorre a influência cultural, deve-se buscar primeiramente, um significado para o termo cultura. Apesar de a cultura ser aplicada em diversos campos do conhecimento. A que mais se adequa a este estudo são os da área sociológica e antropológica. Através destes segmentos, podemos considerar algo importante à chamada diversidade cultural, somente assim se pode entender como atuar na vida social (SANTOS, 1996). Assim, a diversidade não é só feita de idéias, mas também constitui várias formas de viver, onde as razões podem ser estudadas para eliminar preconceitos e perseguições, quanto às pessoas, grupos e culturas estranhas.

Santos (1996) afirma que a cultura possui duas concepções. A primeira remete a todos os aspectos de uma realidade social, caracterizada como existência social de uma nação, ou mesmo de grupos no interior de uma sociedade. A segunda refere-se ao conhecimento, às idéias e crenças de um povo, em totalidade são os padrões aprendidos e desenvolvidos pelo ser humano e como existem na vida social. A palavra cultura possui algumas reflexões, até adquirir esse sentido. “A cultura é palavra de origem latina em seu significado original está ligada às atividades agrícolas, vem do verbo *colere*, que quer dizer cultivar” (SANTOS, 1996, p. 27) Neste sentido busca-se a necessidade de manter ou de reconstruir novos hábitos e costumes, diretamente ligados à influência cultural.

Quanto à discussão sobre a evolução da cultura, o que é realmente relevante é que a “cultura servia tanto para diferenciar populações humanas entre si quanto para distinguir o humano de outras formas animais” (SANTOS, 1996, p. 29). Somente no século XIX, o conhecimento científico, se preocupa com os aspectos a consolidação e vinculação do termo cultura, isso devido, as grandes mudanças ocorridas no cenário mundial, primeiramente a visão dominadora do cristianismo, onde em muitos países, tivera força impondo e definindo práticas de comportamento, realmente se tornando um modelo para outras civilizações. Mais tarde surge à explosão da bolha econômica,

estamos vivenciando fortemente o capitalismo do consumo. “A discussão sobre cultura está ligada às preocupações de entender os povos e nações que se subjugava”. (SANTOS, 1996 p. 30).

Portanto a cultura assumiu uma nova posição, diretamente alimentada pela expansão política e econômica das sociedades industrializadas, seu maior reflexo acontece nos países em desenvolvimento e principalmente subdesenvolvidos. Existe agora a imposição das concepções culturais aos povos de domínio e controle, através do domínio cultural temos uma visão de sociedade evoluída. “A moderna preocupação com cultura nasceu associada tanto as necessidades do conhecimento quanto às realidades da dominação política” (SANTOS, 1996, p. 31).

Ao entrar na esfera política, a dissociação dos indivíduos, na vida social, nega suas raízes culturais e tradições, sendo substituídas por necessidades criadas pela comunicação de massa. Este é o grande papel desempenhado do chamado imperialismo cultural (PETRAS, 2004). Durante toda a história os impérios foram estabelecidos usando a guerra e o imperialismo militar. As populações são absorvidas pela cultura dominante. O processo de influência cultural sempre ocorre entre todas as culturas que têm contato uma com a outra. Percebe-se a influência cultural, diante do próprio estilo de vida urbano, isso é influenciado por muitas vezes a uma sociedade complexa e totalmente diferenciada.

Arantes (1990, p. 10) afirma:

Numa cidade como São Paulo, por exemplo, onde grande parte da população descende de estrangeiros e de migrantes rurais, diversos modos de vida são recriados. É imediatamente visível a presença da cultura japonesa no bairro da liberdade; da judia no Bom Retiro; da italiana no Bexiga e na Mooca.

Os países atualmente disputam áreas de influência cultural, exportando filmes, livros e músicas, é uma realidade a presença dos produtos da indústria cultural, em países como Brasil, livros e escolas em língua francesa ou espanhola. No entanto, a indústria cultural no sistema capitalista é mais desenvolvida, sendo assim os Estados Unidos é a forma mais expressiva, quanto esta expansão de influências (PETRAS, 2004).

## 2.1.2 Cultura Pop

A cultura pop é um fenômeno cultural do mundo contemporâneo. Ao contrário do que se pensa existem diferenças entre a cultura pop e a cultura popular. A cultura popular está diretamente ligada ao folclore. Folclore é um conjunto das tradições, crenças, contos e festejos, que vão de encontro ao conhecimento universal de um povo ou até mesmo são passados de gerações a gerações. (SATO, 2007). O folclore e a cultura pop se diferenciam em como são colocados na mídia, quanto à criação e divulgação de novos ícones e novos contos. Trata-se do impacto da industrialização e da massificação na geração de referências que se tornam comuns a um povo, podendo ou não estar ligadas a folclore. No Brasil temos casos como às telenovelas, propaganda comercial.

Como diz Sato (2007), a cultura pop se diferencia do folclore pelo modismo, podendo ser uma moda passageira. Contrariamente ao folclore que possui o caráter atemporal, não sendo afetado pelo tempo. No entanto, cabe destacar que o folclore mesmo quando atemporal, pode estar ligado ao modismo, já expressão 'pop' é praticamente uma referência à época. Novamente usando exemplos brasileiros, temos cantigas de roda como "Atirei o Pau no Gato" fazem do folclore, sendo cantada do mesmo jeito há gerações, mas crianças hoje mal conhecem as músicas do grupo pop infantil Balão Mágico, que fizeram parte da infância de seus pais. (SATO, 2007). Ambos os termos convergem para um mesmo referencial. Percebemos, assim, a seguinte configuração entre cultura popular e pop. Segundo o exemplo de Sato (2007 p. 13).

Uma característica, uma música, uma pessoa, ou um objeto que se torna tão óbvio ou banal que passa a fazer parte do conhecimento universal de um povo. Por exemplo, Carmem Miranda. Que Brasileiro digno deste objetivo não ouviu falar de Carmem Miranda? Raros são os estrangeiros que não relacionam Carmem Miranda ao Brasil.

A cultura pop é o resultado da espetacularização/mercantilização do folclore dos lugares, que podem ser países, regiões, cidades e outros, em função de ser um fenômeno ligado a industrialização a quantidade ao invés de qualidade acaba sendo um

elemento característico do pop, mesmo assim, poucos, dentre centenas de indivíduos, grupos, e produtos se destacarão neste processo, enquanto o restante ficará no esquecimento. O que integra à cultura pop é necessariamente algo que tem ou teve grande identificação popular e permaneceu na memória geral se tornando uma referência comum. Exemplos: Beatles, Pelé, Coca cola, etc.

É válido ressaltar que na construção da cultura pop existem processos distintos; um é de como se forma a cultura pop de um país, e outro é de que forma a cultura pop pode influenciar outros países. Como relatado anteriormente os Estados Unidos, sem esquecer a União Soviética são os dois principais pólos de influência do mundo, ambos durante a Guerra Fria dividiram o mundo durante cinco décadas. (SATO, 2007). Nasceram então as famosas propagandas ideológicas. O entretenimento imperial busca como alvo os jovens que são mais susceptíveis à propaganda consumista e individualista. Houve a troca do vestuário tradicional e confortável pelo jeans apertados, grande exemplo tem o Japão após ter perdido a Segunda Guerra Mundial.

### **2.1.3 Cultura pop japonesa**

A nação cuja história conta mais de dois mil anos, o Japão e seu povo, ficou quase intocado por quase 1500 anos, por causa de sua localização geográfica, mesmo assim obteve influências culturais externas, mesmo por outras nações orientais, conhecidos através de suas crenças e por hábitos tradicionais, apesar disso, o Japão evoluiu enormemente com o tempo, combina influências da Ásia, Europa e América do Norte.

Após perder a 2ª Guerra, os japoneses viram o exército americano ocupar o governo de Tóquio. Neste mesmo período os Estados Unidos invadia rádios, os cinemas, jornais e revistas, *comics*, com todos os ícones industrializados americanos de caráter universal; Elvis, rock n'roll, Superman, Marilyn Monroe, hambúrgueres, Barbie, Mickey, enfim um conjunto de produtos destinados ao consumo de massa, os quais foram adotados pelo mundo capitalista que passou a ler, ouvir e ver o que os americanos tinham como padrão cultural.

Para Sato (2007, p. 14) “O pop japonês se tornou o mais bem sucedido caso de ‘customização’ da industrialização cultural em padrões orientais”. Sem dúvidas os japoneses ainda têm preferências locais, baseadas em sua cultura popular; tradições, folclore, hábitos como comer com hashis, usar de uniformes escolares, parecidos como roupas de marinheiros, respeito às lendas e contos. “a imagem dos olhos grandes e cabelos espetados se tornou um sinônimo de estética japonesa”. (SATO, 2005, p. 29). Assim se formou o pop japonês contemporâneo: Por fora de sua embalagem algo ocidental, mas nipônico em seu conteúdo. (SATO, 2007).

Diante da devastação da Segunda Guerra Mundial, foi necessário reconstruir o país, apesar dos sacrifícios da nação nipônica, abalada com o terror da guerra, não esqueceu suas qualidades, determinação, força e perseverança. Assim, dedicaram-se, principalmente ao trabalho e a educação. O resultado disso foi o surgimento de um vigoroso mercado, causado pela pressão de formas populares de entretenimento, também reforçados pelas pessoas que buscavam novas formas de se divertir. Assim na década de 50 o Japão, explorava o esplendor do cinema. (SATO, 2007).

Na mesma época o país também se encanta com o aparecimento de importantes atores e cantores, mas a sensação é uma radionovela, *Kimi no Na wa?* (Qual o Seu Nome?) o maior sucesso, conquistou o público, composto principalmente pelo sexo feminino, logo se tornou uma mania nacional. Mas a frente foi lançada uma versão cinematográfica, mas com gênero de ficção-científica, quebrou-se um tabu da época, relativo aos efeitos da bomba atômica. Godzilla foi um sucesso de bilheteria em 1954, assim se tornou um ícone de monstro japonês, em 1960 o Japão contava com praticamente 7.457 cinemas em atividade, onde mesmo competindo com as produções americanas tinham em mais da metade das salas de exibição, produções originalmente japonesas. (SATO, 2007).

O padrão de conforto, riquezas imagináveis e consumo, vistos através dos filmes americanos, deixam os japoneses abismados. Nos anos 50 o glamour do cinema americano, chega ao ápice, sem a mesma função de entretenimento como escape, adota segundo Sato (2007, p. 16) “... a função político econômica, de alimentar a cultura dentro e fora dos Estados Unidos”. Os japoneses assumem de forma entusiasmada a nova cultura de consumo, mesmo não podendo consumir as coisas

fantásticas, vistas nos filmes, pois era inviável importar tais itens, mais a frente os japoneses começam a ganhar estabilidade salarial e atingir um desenvolvimento considerável no mercado.

Novamente o povo japonês busca alternativas, adaptando a cultura consumista americana ao seu modo de vida peculiar, aparecem, então, os produtos adaptados e acessíveis à classe média, a idéia de adaptação é transformá-los em produtos portáteis, primando pela qualidade, com maior praticidade. O Japão passou suas primeiras ondas de consumo, no início dos anos 60. O estudo de Sato (2007, p. 16) afirma:

... todas as famílias praticamente adquiriam os 'Três Tesouros Sagrados' do consumo do momento, o espelho, um colar e a espada, eram uma referência ao xintoísmo, que simbolizava o poder imperial. Nos anos 60 foram os 'Três K's' de Kaa, Kûraa e Kaaraa terebi (carro, ar condicionado e TV em cores). Já nos anos 70 foram os 'Três J's' de Jûeru, Jetto e Jûtaku (jóias viagens e casa própria). Logo os japoneses tornaram-se conhecidos pelo ímpeto consumista.

O sucesso do plano econômico, implantado pelo primeiro-ministro *Hayato Ikeda*, na década de 60, desenvolveu um histórico programa econômico de distribuição de renda, que aumentou sem precedentes, não só o nível de alfabetização e escolaridade, mas definiu a classe média japonesa como a maior e uma das mais ricas do mundo. Para (SATO, 2007), os japoneses se tornam um povo sedento por informação. Realmente a década de 60 foi marcada por grande prosperidade, sendo comparada, com o período *Genroku*, que foi o período marcado pela paz e grande reorganização política e econômica, no fim do século XVII e início do século XVIII, isso gerou a sociedade, ligada ao prazer e ao luxo.

Na mesma época surgem fenômenos nos cinemas, os filmes de espadas e samurais, especialidades da Toei estúdios, aparece a 'namoradinha do Japão' a atriz adolescente, Sayuri Yoshinaga, que no mesmo ano teve atuação em 16 filmes. O pop japonês, ou mesmo, a música popular japonesa, recebe influências ocidentais e com novos arranjos, domina o mercado fonográfico. Com o jovem Eriki no Daisho, nasce o rock japonês, sendo reconhecido como O Jovem Capitão da Guitarra Elétrica, logo foi

parar nas telas dos cinemas, apoiado pelo público feminino, seu sucesso foi um reflexo claro dos filmes de Elvis Presley (SATO, 2007).

O país passou por novas crises; como manifestações estudantis, como as acontecidas em Paris, a desvalorização do dólar, a forte retração econômica, junto à crise do petróleo em 1973, foram muitos os esforços da população, perante a falta de energia e a paralisação de suas principais atividades. Basicamente a cultura pop, recebeu reflexos marcantes, pelas agitações ocorridas no início dos anos 70, as artes oscilavam entre os extremos: a busca do tradicional, conservação da cultura mítica, eventos que inspiram segurança e tranqüilidade, ou correr atrás do novo, da diferença, em busca constante do rompimento das regras, que causava mais inquietação, por parte das gerações mais conservadoras e tradicionais (SATO, 2007).

Passando tais crises, em 1974, alguns ajustes, colocaram a economia japonesa, novamente em ascensão no mercado mundial. O país aprendeu com a crise a buscar maior eficiência industrial. Para isso as fábricas são modernizadas, primando pela economia de energia. A onda ecológica se desenvolve paralelamente ao processo de crescimento econômico. Um importante passo é dado rumo à utilização de fontes de energia renováveis; tudo isso para se obter redução de custos desnecessários, o que ocorreu pela difusão das técnicas administrativas adotadas e repassadas ao mundo. A automação da indústria é um diferencial que remete o Japão como o grande exportador de produtos tecnológicos e industrializados (SATO, 2007).

Em 1987, 70% da população japonesa, possui uma vida economicamente estável, com salários acima dos dois mil dólares, muitos já tinham casa própria, equipadas com todo conforto capitalista, abertos livremente aos produtos de luxo. Assim é formada a 'bolha econômica', extremante consumista e ligada ao prazer, jovens primavam pela diversão sem compromisso, novamente aparece à música moderna ocidental, com as baladas e ritmos de letras dramáticas e nostálgicas, mas com um sabor claramente japonês, (*enka*) (SATO, 2007). O J-Pop toma lugar das baladas tradicionais, tudo vai de encontro à fantasia, e ao público jovem adolescente, as revistas, quadrinhos, TV e o cinema, o importante é estar na moda.

Os desenhistas de mangás reaparecem, depois de ter passado por uma fase de forte pressão do governo, durante a Segunda Guerra Mundial, por ser um artista era visto como antipatriota. Somente com o fim desse período, Osamu Tezuka, pôde voltar a desenhar. Logo abandona as pequenas tiras de jornal, Tezuka, abre um novo mercado as editoras, que seria a publicação de *mangás* de longa duração, com temas mais densos. (TOSHI, 2004). “Na tevê, o desenhista de *mangá* Osamu Tezuka transferiu com enorme sucesso seu personagem *Tetsuwan Atomu* (Astro Boy) para a animação, dando início à indústria do *animê* televisivo”. Reafirma (SATO, 2007 p. 18).

Logo os jovens se dividiram em tribos urbanas, (*zokus*). As tribos são exóticas, em relação às conhecidas no ocidente; *Kurisuataru* (cristal) tribo altamente consumista e materialista que crêem no estilo de vida ocidental. “Os *otakus* (nerds) são conhecedores fanáticos de algum assunto, torcedores alucinados de algum esporte, maníacos por coleções, fãs doentes de tokusatsu, (filmes de monstros e heróis) animês e mangás, geralmente possuem dificuldades de relacionamento social (SATO, 2007).

Na transição da década de 80, surge a curiosidade pelo Japão, principalmente devido à prosperidade econômica, o estrangeirismo toma conta dos grandes centros do país, muitos interessados buscam aprender junto com a cultura milenar. Atualmente a cultura pop japonesa, vem sendo apreciada no ocidente, se tornou uma alternativa, de cultura diferenciada (SATO, 2007).

A verdade é que o Japão torna-se um exemplo de sucesso. Uma vez que saiu da segunda guerra com economia e a sociedade bastante abaladas, conseguindo inverter o jogo, se tornando uma potência do mundo capitalista contemporâneo. Contando que a cultura pop japonesa é ‘mais aceitável’ por ser menos imposta e não tão agressiva e esquematizada, do que a cultura pop americana (SATO, 2007). No próximo capítulo, será mostrado um pouco da história em quadrinhos e como o Japão se adaptou a tais influencias criando e divulgando os mangás e animês, cultuados em todo o mundo.

## 3. Mangás e Animês

### 3.1 Imagem e escrita

A fase embrionária e as primeiras referências que se tem dos desenhos estão presentes durante anos em nossa história. Nos primórdios, os homens pintavam em suas cavernas, cenas de seu cotidiano. Temos assim a imagem como uma forma de expressão, exemplo a arte rupestre, mais perto a nós, tem os hieróglifos que retratavam, sobre os túmulos reais de Tebas, a vida dos faraós desaparecidos (GAIARSA, 1970).

Assim percebe-se que o mundo sempre foi marcado pela superexposição das imagens, ícones e símbolos, os grandes centros são o maior reflexo disso, portanto a imagem torna-se um comunicador. A imagem só possui algum sentido se o leitor a reconhecer como referência, ou partir de uma experiência pessoal ou interação social. Eisner (1999, p.08) afirma que “... a leitura em forma mais geral, poderia ser considerada como uma atividade de percepção, onde o processo de leitura das palavras é simplesmente a manifestação dessa atividade”. Portanto, existem diversas formas de leitura.

As letras também funcionam como imagens. Assim, segundo Eisner (1999, p. 14) “... as letras são símbolos que têm origens e formas comuns, posturas e outros fenômenos reconhecíveis”. O artista seqüencial tem a tarefa de dispor a seqüência das figuras de tal modo que as lacunas da ação sejam preenchidas. A arte seqüencial é aplicada às histórias em quadrinhos, destinada essencialmente a reprodução. Assim temos a junção entre imagens e palavras, cheios de significados e grande impacto emocional esta habilidade é estudada e pode ser aprendida, tem como base o emprego imaginativo do conhecimento da ciência e da linguagem, tendo como habilidade de retratar ou caricaturar e de manejar as ferramentas do desenho. Este é um breve conceito do que chamamos de arte seqüencial.

### 3.1.2 Quadrinhos

As histórias em quadrinhos, conhecida também como, arte seqüencial, são desenhos, que narram uma história em seqüência. São considerados como uma forma de entretenimento, e possuem um caráter informativo, como; para prevenção de acidentes, de doenças, sinalização de trânsito e outros. Por volta do século XVIII, com a explosão da imprensa norte americana surge o verdadeiro nascimento dos quadrinhos.

Em 1822, a imprensa dos Estados Unidos se transforma por causa do surgimento da litografia e, em 1823, em Boston, um almanaque publicado por *Charles Ellms* traz, entre passatempos e anedotas, algumas histórias cômicas até que, em 1846, aparece em Nova Iorque à primeira revista exclusivamente com essas histórias chamada *Yankee Doodle*. Enquanto isto, os europeus tinham em suas mãos Rebus (histórias de conteúdo social) e os japoneses contavam com as histórias da dinastia Meiji ilustrada em quadrinhos.

Um dos pioneiros dos quadrinhos é *Rudolf Töpffer*, com o sr *Vieux-Bois*, em 1827. Outros nomes importantes e pioneiros: Henrique Fleiuss, 1861, com *Dr. Semana* e *Wilhelm Busch*, 1865, com *Max* e *Moritz*, garotos travessos. Por volta de 1865 - 1900 surgiram nas tiras de jornais dominicais dos Estados Unidos, os primeiros personagens de HQs. Um dos primeiros personagens que obteve sucesso foi o *Yellow Kid*, de *Richard Outcault* publicado em 1896.

Anos depois, *Rudolph Dirks* começava a produzir os primeiros títulos que usava as características dos quadrinhos como os conhecemos hoje. O uso dos balões, o elenco montados em quadros. A Europa é um terreno propício para o lançamento desses materiais, e logo depois surgiram personagens clássicos como o Gato Félix, de *Pat Sullivan*, e surgia também *Mickey Mouse*, de *Walt Disney* além de Tin tim criado em 1930, por *Hergé*.

A história em quadrinhos passou por muitas fases e situações. Teve sua época de ouro como também de esquecimento. Dá-se importância a fatos relevantes, quanto à história e evolução dos quadrinhos, para se chegar aos *mangás* e *animês*. Uma das maiores influências culturais americanas sobre os a criação dos quadrinhos japoneses, foi justamente a *Walt Disney*. Fundada em 1923 por *Walt Disney* e seu irmão *Roy Oliver*

Disney conhecida como uma das maiores empresas de mídia e entretenimento do mundo a *Disney*, para superar as dificuldades e contornar os prejuízos, *Walt Disney* criou *Mickey Mouse* em 1928. O camundongo, desenhado a partir de uma série de círculos, provou ser ideal para o desenho animado e se tornaria o personagem de maior sucesso dos estúdios Disney.

Surgiram, em seguida, outros personagens para contracenar com o famoso camundongo: Pato Donald, Pateta e Pluto. O primeiro desenho sonorizado foi "*Steamboat Willie*". Pouco tempo depois passou, problemas financeiros por ter sido enganado por alguns produtores, a jovem empresa Disney, prosseguiu empobrecida, mas *Walt Disney* tinha uma alternativa para a crise o primeiro longa-metragem sonoro e a cores.

A clássica história "A Branca de Neve e os sete anões", foi um sucesso. Apesar de protestos por parte de equipe, o filme foi feito. Após três anos de produção, desenho e músicas, o filme estreou. Branca de Neve gerou fundos necessários para a construção de um novo estúdio e foram criados novos longas-metragens: Bambi, Fantasia e Pinóquio. Infelizmente, os tempos de lucro não duraram muito, devido à segunda guerra mundial.

Com a entrada dos Estados Unidos na guerra, *Disney* foi convidado pelas Forças Armadas para produzir desenhos animados de treinamento para os soldados. Em seguida, começou a fazer filmes de propaganda militar, nos quais utilizava principalmente seus personagens mais conhecidos. Algum tempo depois, ajudou a criar a "Aliança do Cinema para a Preservação dos Ideais Norte-Americanos", com o objetivo de combater o comunismo no meio artístico.

Devido às suas atividades contra o comunismo, em 1949 o governo soviético proibiu a exibição de filmes dos estúdios Disney no país. A beira da ruína, por não conseguir fundos para continuar com a empresa, *Walt Disney*, decide fazer o filme Cinderela, pois tal como Cinderela, *Walt Disney* foi consagrado. O filme foi um sucesso, pois se não tivesse sido a Disney não existiria. Mas *Walt Disney* não trabalhou apenas com desenhos animados. Seu primeiro longa-metragem com atores foi "A Ilha do Tesouro" (1950). O primeiro sobre a natureza foi "O Drama do Deserto" (1953). Em

1954, fez "20.000 Léguas Submarinas", baseado na obra do escritor francês Júlio Verne.

Dez anos depois, produziu "Mary Poppins", uma mistura de desenho animado com personagens humanos. O filme concorreu ao Oscar em 14 categorias, levando cinco prêmios, incluindo o de melhor atriz, para (*Julie Andrews*), e o de melhor canção, por "Chim Chim Cher-ee". (*Disney*) produziu também diversos filmes para televisão, sendo ele próprio o apresentador do seu programa. Assim, passou a ser reconhecido como o símbolo de sucesso na produção de longas metragens, além dos seus parques temáticos instalados, em alguns países. A fundação do parque principal a Disneyland em Anaheim, Califórnia que opera os cinco parques temáticos Disney, A *Disneyland Resort Califórnia*; *Walt Disney World Resort Flórida*; *Disneyland Resort Paris*; *Hong Kong Disneyland Resort* e *Tokyo Disney Resort*.

### 3.1.3 Quadrinhos Japoneses – *Mangá*

Os quadrinhos ganharam status de arte, seu reflexo dentro da cultura pop, não se restringe, somente quanto à estética, mas possui um papel importante diante as massas, no sentido de atingir as pessoas de forma cultural, mais ampla. Dentro da cultura pop japonesa as manifestações mais populares são: Música popular, a *enka*, karaokê, quadrinhos japoneses, videogames, filmes, novelas e *animês* dentre outros (LUYTEN, 2005).

O Japão foi à nação pós-guerra, que quebrou a hegemonia americana na exportação de cultura pop, isso só foi possível graças à aceitação ou a menor rejeição do público. Estima-se que as exportações de produtos culturais japoneses girem em torno dos 13 bilhões de dólares por ano. O valor acima revela que a cultura japonesa, como negócio, supera todos os demais setores da economia Mas as histórias em quadrinhos (*mangás*), os desenhos animados (*animês*) e os videogames, cultuados em todo mundo, são os de maior expressão dentro da economia cultural nipônica.

O primeiro autor de história em quadrinhos japoneses foi Tagosaku To Mokubee, em Tokyo Kenbutsu. Mais tarde apareceram outros grandes desenhistas, como Rakuten Kitagawa, com o fenômeno Tokyo Puck, criador de sua própria revista em cores de quadrinhos e charges políticas, seus quadrinhos impulsionam o surgimento de novos talentos. Em 1929, após o público reconhecimento do governo Francês, tornou-se o primeiro manga-ká, a ser reconhecido mundialmente. (SATO, 2007). Desde então o mercado japonês não parou de publicar *mangás* e o grande revolucionário pós-guerra do mercado foi *Osamu Tezuka*

O “*Deus do Mangá*” Osamu Tezuka, sempre foi fã de cinema, e ávido leitor de culturas diversas, e um grande apaixonado por animação sempre admirou os desenhos da *Disney*. Apesar de influências norte americanas, ele adaptou aos desenhos japoneses, características e qualidades originalmente reconhecidas ao estilo de desenho nipônico, atribuiu aos personagens, corpos magros, cabelos pontudos e olhos enormes, com cores vivas e contrastantes em histórias de grande conteúdo dramático.

Dentro do *mangá* e *animê* existe enorme capacidade produtiva e criativa, onde Osamu Tezuka, adquiriu sua notoriedade. Ressalta-se, ainda que e o *mangá* e o *animê*, conseguiram o status de arte, no Japão, vistos como coisa séria, que movimentam trilhões de ienes por ano. Tezuka revoluciona o *mangá* moderno: “*Shin Takarajima*” A nova ilha do tesouro, publicado em 1946, foi desenhado em forma de *storyboard* de animação, acrescentando balões, efeitos gráficos e as onomatopéias, que destacam as ações de comportamento dos personagens. Transferindo técnicas de narração cinematográfica, de forma simples conquistou o público, com grandes sucessos nos *mangás*, tais como: O Mundo Perdido, O Monstro do Mundo Subterrâneo em 1948, Kimba, o Leão Branco de 1950, nenhum personagem foi tão popular quanto, Astro Boy em 1952, que obteve edições especiais até o início dos anos 70 (SATO, 2007).

Muitos colegas de profissão viam Tezuka, como um obcecado não só por desenhos, mas também em ser rico. De fato, Tezuka, tinha ambições muito maiores, assim como a Walt Disney, Tezuka, queria produzir seu próprio longa-metragem. Isso só foi possível após a política de reforma do primeiro-ministro Ikeda, que propiciou o rápido crescimento econômico e ampla distribuição de renda no Japão (SATO, 2007).

Logo com a crescente demanda por programação de tevê, Tezuka, pode viabilizar seu sonho, desenvolvendo um sistema chamado de (*limited animation*) reduzindo bastante os custos de produção, causando ilusões de movimento, consegue viabilizar suas animações.

Segundo Sato (2007, p. 130) “Tezuka formou o ovo de todo sistema de financiamento privado de produção de animações, envolvendo produtora, a rede de TV e fabricantes de produtos licenciados”. No dia 1 de Janeiro de 1963, foi lançada na TV japonesa a série “*Tetsuwan Atomu*” ou mais conhecido como Astroboy, quanto à versão americana da série. Junto ao sucesso Tezuka marcou o início da era dos *animês* (SATO, 2007). Portanto *mangás* e *animês* sempre estiveram juntos todo este caminho. Mas cada um possui suas particularidades. A terminologia correta é o resultado da união de dois ideogramas *man* significa humor, comicidade, graça e o segundo, *gá* quer dizer imagem, desenho. *Mangá* significa “história em quadrinhos” para os japoneses é toda e qualquer história em quadrinhos.

A criação da palavra, mangá deve-se ao artista plástico *Katsushika Hokusai* (1760-1849) em uma época que nem se tinha referências sobre o que seria história em quadrinhos, especialista na técnica das *ukiyo-e* que são gravuras multicoloridas, impressas em blocos de madeira, finamente talhadas à mão, fez uso do termo para titular uma coleção de desenhos, caricatos sobre os costumes e hábitos da sociedade. (SATO, 2007) Vários *mangás* dão origem a *animês*, que são as animações vistas na televisão ou nos cinemas, mas pode ocorrer o processo inverso em que os *animês* se tornem uma edição impressa de *mangá*.

O Povo japonês possui um forte hábito de leitura, seus índices de alfabetização são uns dos mais altos do mundo (próximo de 99%). Em todos os lugares se lêem *mangás*; crianças, adolescentes e adultos, homens e mulheres, ao contrário do ocidente os orientais não possuem nenhum preconceito quanto aos quadrinhos, tendo um público consumidor muito extenso, com tiragens na casa dos milhões, Tanto nos *mangás*, quanto nos *animês* existem gêneros para todos os públicos (SATO, 2007).

Há para o público infantil, os *mangás* didáticos chamados (*shogaku*), onde há uma grande variedade de assuntos enfocados como história, língua vernácula, matemática, moda, conselhos úteis aos alunos sob diversas maneiras: por meio de

contos com personagens históricos, fotografias e desenhos. O *shōjo kurabu* (Clube das meninas), é a designação para as revistas femininas as quais constituem hoje o grande sucesso de vendas no Japão, com aproximadamente 45 títulos diferentes. São destinadas à faixa etária dos 12 aos 18 anos (ou até mais) e seu êxito se deve, de um lado, à identificação entre as leitoras e as histórias, feitas muitas vezes por mulheres, enfocam temas que vão de encontro às vidas de outras mulheres.

O Forte no mercado dos quadrinhos japoneses é o de revistas de rapazes, ou *Shūkan Shōnen Jump* (“pulo” semanal para meninos) também inclui a diversas faixas de idade, destinado ao público masculino adolescentes. Quase todas as revistas são preenchidas com histórias de ação, aventura e amizade. Aborda as condutas japonesas típicas de autodisciplina, perseverança, profissionalismo.

O *Yaoi* ou *Shōnen Ai* são gêneros de *mangás* voltados para mulheres. Eles geralmente são produzidos por artistas e escritoras femininas para o divertimento das leitoras. A abordagem seria focada no romance, na emoção e nas relações sexuais entre homens (homoerotismo e amor platônico). O *Yuri* e o *Shōjo Ai* são usados para definir os relacionamentos entre meninas ou mulheres, também possuem um conteúdo homossexual, algo sutil, mas muito presente, nos enredos.

Os *mangás*, que veiculam em suas páginas cenas de sexo explícito ou outro conteúdo erótico, são chamados de *Hentai*, que significa anormal ou pervertido, diretamente ligado ao sentido sexual. As maiores particularidades dos *mangás* japoneses são o grande número de páginas, entre 370 a 400 páginas (SATO, 2007).

### **3.1.4 Animês e suas particularidades**

O *animê* é o principal veículo de divulgação da cultura pop Japonesa no mundo. Assim, o Japão se torna uma referência como o maior realizador de animações do mundo, conhecido internacionalmente. A terminologia de *animê* significa “animação” forma contraída, que os japoneses escrevem da palavra em inglês (*animation*).

A expressão só foi usada a partir da década de 50, e assim como no *mangá* os japoneses chamam de *animê* todo e qualquer desenho animado. No exterior, os *animês* são os desenhos especificamente japoneses. Nem sempre os japoneses usaram a palavra *animê*, pois até o fim da segunda guerra, poucas palavras estrangeiras faziam parte do vocabulário nipônico. Assim, os desenhos eram chamados de *dōga* (imagem ou desenho que se move) ou *mangá eiga* (filme de quadrinhos) (SATO, 2007).

As características principais do *animê* são aquilo que os japoneses chamam de *limited animation*, que em poucas palavras seria o uso racional na produção, que visa à redução de custos e prejuízos. Os personagens são exageradamente estilizados, cabelos pontudos e coloridos, olhos grandes, e muitas das vezes fazem uso da moda *fashion*.

Normalmente o *animê* é uma adaptação animada do *mangá*, os *animês* apresentam características bastante distintas, com o uso de uma direção de arte ágil, enquadramentos ousados, muito movimentos de cena, alguns quadros em animações gráficas em três dimensões. Existe uma abordagem de temas variados, como por exemplo, desenho infantil, aventura, ficção científica, romance, esportes, terror e muitos outros.

Dentro e fora do Japão os *animês* são classificados, quanto aos formatos; Série de televisão: transmitido pela TV aberta ou paga, e geralmente, com o fim da série há o lançamento em DVD's ou VHS. Comparado com filmes e *Ova's* a qualidade da imagem pode ser muitas vezes menor por ter um orçamento distribuído em um grande número de episódios. Muitos títulos apresentam 13 ou 26 episódios com duração em média de 25 minutos. Possuem músicas de abertura e encerramento dos episódios, contam ainda com cenas dos próximos capítulos.

*OVA's*: sigla de *Original Video Animation* é o *animê* produzido para ser vendido em DVDs e VHS e não para ser exibido na tevê como uma série. (NAGADO, 2005). Assim como filme, depois de algum tempo, o *OVA* pode passar em canal fechado também. Normalmente são mais curtos que os filmes e possuem mais de um episódio. Filme ou *Movie*: exibidos em cinemas e, mais tarde, lançados em DVD, ou, em alguns casos, em canais pagos. Geralmente apresentam a qualidade de vídeo e o orçamento

mais alto. Muitos *animês* são unicamente lançados em filmes, no entanto, há casos em que os filmes são na verdade uma edição minimizada da série de televisão. Existem também termos definem os gêneros tanto dos *animês*, quanto o *mangás*:

*SF Akushion*: Ação e ficção científica, *mahou shoujo*: Caracterizados por garotas com poderes mágicos, *shounen-ai*: Romance entre personagens masculinos, *shoujo-ai*: Romance entre personagens femininos, *seinen*: Animês voltados para adultos e adolescentes masculinos. *josei*: Animês voltados para adultos e adolescentes femininos, *kodomo*: Em japonês para "criança", são voltados para crianças menores, *Kyoodai Robotto*: Animês caracterizados por robôs gigantes, *henta*): Em japonês para "anormal" ou "pervertido", usado para descrever animes pornográficos. No entanto, no Japão os termos usados são *Poruno* ou *Erro*, *yaoi*: conteúdo homossexual entre homens, *yuri*: conteúdo homossexual entre mulheres. *SF Akushion* Ação e ficção científica, como: *Yamato* (Patrulha estelar), *Chōjiku Yousai* (Macross), *Supootsu* (esportes) como: *Ashita no Joe* (O Joe de manhã) e *Kyojin no Hoshi* (A estrela dos gigantes) (SATO, 2005). A seguir temos uma reflexão sobre como os mangás e animês se tornaram uma influência, quanto à cultura pop, em outros países como o Brasil.

## 4. Presença da Cultura pop japonesa no Brasil

### 4.1 Imigração Japonesa

Ao se falar sobre influência da cultura pop japonesa, vista e presenciada no mundo é inevitável não se fazer um comentário sobre o processo de imigração japonesa, em 1868, os primeiros imigrantes japoneses desembarcaram em Honolulu, outros imigrantes japoneses viajaram para a ilha de *Guam*, uma possessão alemã. A incorporação do Havaí pelos Estados Unidos facilitou o fluxo migratório de japoneses na América. Além dos Estados Unidos, os imigrantes japoneses se destinaram ao Canadá, ao Peru e ao Brasil. O término do período *Tokugawa* marca o início do intercâmbio cultural e econômico entre o Japão e o Ocidente através da assinatura de tratados de comércio e amizade com diversas nações, entre elas, o Brasil em 1895.

O primeiro navio a aportar no Brasil com imigrantes japoneses foi o (*Kasato Maru*), em 18 de Julho de 1908, no Porto de Santos. Trazia 165 famílias, que vinham trabalhar em cafezais do oeste paulista. Nos primeiros sete anos, vieram mais 3434 famílias (14 983 pessoas). Com o começo da primeira Guerra Mundial (1914), explodiu a imigração: entre 1917 e 1940, vieram 164 mil japoneses para o Brasil. 75% iam para São Paulo. O ,O Bairro da Liberdade é o reduto da maior colônia japonesa fora do Japão (SUZUKI, 1992).

O casamento fora da colônia japonesa também se tornou um fenômeno comum a partir da década de 1970. Atualmente, cerca de 30% dos nipo-brasileiros são frutos de um relacionamento entre um japonês e um não-japonês. O casamento de japoneses fora da colônia japonesa não era aceito pela maioria dos descendentes, o lado étnico-cultural foi o que mais dificultou, inicialmente, a miscigenação. Os japoneses possuem uma cultura fechada e, mesmo hoje em dia, o casamento com um não-japonês é mal-visto por grande parte da população. É notável que, no Brasil, muitos japoneses passaram a se casar com descendentes de outros grupos de imigrantes, como , além de com brasileiros de origem miscigenada (SUZUKI, 1992).

As principais influências se deram nesta época, onde, os japoneses eram imigrantes pobres, mas agiam com dignidade e educação. Trouxeram malas de vime, roupas e objetos simples, mas limpos ou novos, escovas e pó dental, pente e navalha de barba (itens de higiene pessoal que na época muitos imigrantes europeus e até mesmo brasileiros não tinham); *futons*, *makuras* (travesseiros) e casacos (artigos têxteis caros para imigrantes); pequenas ferramentas, hashis, utensílios de cozinha e frasquinhos para *shoyu*. O uso de livros, tinta e papel, que era um “luxo” para trabalhadores braçais. Muitas tradições se mantiveram, e muitos descendentes diretos, ainda preservam as tradições; a honra acima de tudo, princípios religiosos e o grande respeito aos patriarcas, o valor ao trabalho e do estudo, hábito de leitura, freqüente em uma época que poucos eram alfabetizados.

#### **4.1.2 Mangá e Animê no Ocidente**

*Mangá* se torna uma das formas mais reconhecidas de arte no mundo, associada à cultura japonesa. A linguagem visual e narrativa se evoluiu a partir dos trabalhos de Osamu Tezuka. O *mangá* somente se consolidou por volta dos anos 60, como uma das mídias mais poderosas e com uma linguagem envolvente, se tornando um passatempo dentro do Japão, logo se constituiu no maior e mais diversificado mercado de entretenimento. O *mangá* possui nuances, assim não pode ser tratado como um simples entretenimento, é mais que isso se torna uma alternativa lúdica para as tensões cotidianas, em um mundo exigente e competitivo. Assim, Nagado (2005, p. 49) afirma, “Esse conceito se amplia para além da leitura, invadindo TVs e cinemas”, ganham novas versões e conquistam novos adeptos em diversas partes do mundo.

Caso típico da Espanha que se tornou o verdadeiro cenário dos personagens de *Dragon Ball*, no fim dos anos 60. Este fenômeno começou na Catalunha, região nordeste da Espanha, que mesmo possuindo cultura e língua próprias, se vê mergulhada na transmissão da série na TV, apesar do sucesso imediato, entre os adultos, adolescentes e crianças, *Dragon Ball*, não possuía produtos licenciados, nem mesmo os quadrinhos. Assim, os fanáticos Catalães e toda a Espanha, começaram a

criar e vender fanzines, (criação amadora de quadrinhos), baseada no sucesso do desenho, acontecimentos se realizavam por toda a Espanha, e logo em 1993, os espanhóis têm acesso aos primeiros *mangás* tipicamente japoneses. Através do interesse do mercado editorial, e de outras mídias, todo este universo foi favorecido, surgindo em Barcelona, em 1995 o primeiro salão dedicado aos *mangás* e *animês*.

Assim como no Japão a presença dos *Otakus* (fãs de quadrinhos japoneses) espanhóis foi clássica no evento. O curioso é perceber que fora do país de origem alguns *Otakus* de outras nações, não se limitam somente a ler os *mangás*, mas também sentem curiosidades em conhecer os costumes, folclore japonês e até mesmo o aprendizado da língua. No Brasil a presença da cultura japonesa incentivou a cultura pop jovem de entretenimento, para alguns de forma insignificante, já outros sofreram grande impacto emocional. Este é o clássico ícone do herói televisivo, dos anos 60 *National Kid*, mais tarde surgiram seus sucessores, como: *Ultraman*, *Kamen Rider*, *changeman* e *Jaspion*. (NAGADO, 2005). Todos utilizavam diversas técnicas de efeitos visuais e de pirotecnia, imagens tridimensionais e modernos recursos de computação gráfica, usados em filmes para cinema e TV, assim é o definido o *tokusatsu*, “efeitos especiais” um dos gêneros de filmes mais populares do Japão.

O fenômeno internacional chega ao Brasil exibido pela TV Manchete em 1994, *Os Cavaleiros do Zodíaco*, prova o sucesso de uma história envolvente, dramática em torno da cultura mitológica. Este é um exemplo que ainda alimenta a legião de fãs do *animê* e *mangá* em todo país. O maior fenômeno da cultura pop japonesa, no século XIX, não só no Brasil como no mundo, foi marcado pelo *animê Pokémon*. Chama a atenção o fato de que, o protagonista, um bichinho amarelo, parecido um coelho, de bochechas vermelhas e um rabinho e forma de raio, chamado de *Pikachu*, conquistasse tanta popularidade, a série de *animê* esteve presente em mais de 50 países. Os *mangás* e *animês* sempre procuram formas de se adaptar estabelecendo um canal de comunicação entre as crianças e jovens (SATO, 2007).

#### **4.1.3 Influência de consumo dos mangás e animês**

Os produtos culturais japoneses perseguem o desafio de conquistar as crianças, embora sejam o seu principal público de consumo a qual direcionam os seus produtos, eles pretendem ir além, ou seja, querem conquistar seus pais. Sendo mais elaborada e transmitindo menos agressividade que outras indústrias culturais dominantes, os costumes japoneses ganham aceitação dentro da vida social e familiar. Dentro deste universo, o poder dos japoneses é justamente a comunicação existente entre a linguagem direcionada e a busca da emoção, isso convence as crianças de tal forma que muitos se tornam seguidores da cultura pop. Assim, temos uma revolução no que diz respeito ao comportamento das tribos. Os *Otakus*, ao contrário do Japão, não se isolam do mundo real, muitos estabelecem convívio social e são popularmente conhecidos como fãs de mangás e animês. (NAGADO, 2005).

Desta forma Nagado (2005, p. 56) afirma que, "... a cultura *otaku* cada vez mais forte e presente nos eventos especializados". Lotando festivais e eventos, os fãs procuram conhecer um pouco deste universo pop derivado do *mangá*. As atrações são: feiras de *mangás* e *fanzines*; palestras com pesquisadores, dubladores e desenhistas, concursos de fantasias; karaokê; mesas de RPG; torneios de games; exposições de desenhos etc. O público brasileiro é formado por muitas garotas e casais de namorados *otakus*, como também crianças e adolescentes entre 10 e 18 anos, são mais espontâneos, entusiasmados e barulhentos, adoram andar em grupo, dançar ouvindo músicas de *anime songs*. São um mix da cultura brasileira e nipônica, marcado pela receptividade e confraternização. O consumo está diretamente ligado a jovem tribo que muitas vezes organiza caravanas para participar de eventos.

O *otaku*, tendo condições consome em quantidade, tudo aquilo que for ligado ao meio da cultura pop japonesa, desde calendários, a quimonos, blusas de personagens de *animês*, sem esquecer dos *mangás* e *animês*. A grande sensação dentro do universo são justamente as chamadas *anime songs*, que são as trilhas sonoras de *animês*, games e as filmes com atores, chamados de *live action*. O mercado fonográfico é mais um dos segmentos que servem de apoio para os *mangás* e os *animês*, através das *anime songs*, o *J - pop* (música pop japonesa) tem ganhado grande espaço no mercado brasileiro. No Brasil existe a idolatria pelos dubladores, que muitas vezes não

só dublam personagens de desenho japonês, mas também vozes conhecidas em filmes e diversos seriados. (NAGADO, 2005).

O *animê* “Os Cavaleiros do Zodíaco”, foi o maior influenciador de crianças e jovens quanto ao conhecimento da cultura japonesa no Brasil, fãs ainda acompanham o enredo do *animê*, o qual se tornou a maior sensação dentro da dublagem brasileira, após conquistar a popularidade e revolucionou o mercado de brinquedos, em busca dos bonecos articulados, colecionáveis, com as armaduras, encaixáveis, semelhantes à série do *animê*, exibida na televisão.

Assim Sato (2007, p. 44 e 45) afirma: “No Brasil os Cavaleiros causaram um furor sem precedentes, abrindo caminho para grande popularidade que o mangá e o *animê* hoje possuem no país”. Acredita-se que muitas empresas como a **Samtoy**, umas das distribuidoras dos bonecos dos cavaleiros, tenha arrecadado uma soma de 85 milhões de dólares em vendas, isso chamou atenção não somente dos veículos de comunicação, como também das grandes canais de TV. (SATO, 2007). Logo depois outros desenhos dominaram o mercado, e se tornaram como uma sugestão de presente para as crianças, tais como os **bichinhos virtuais** chamados *Tamagochis*, sucesso entre as crianças e adolescentes. Seguindo a linha surge mais tarde o *Pokémon*, como um dos maiores símbolos de consumo no mercado mundial.

#### 4.1.4 O Porquê de tanta identificação – Desenhos Japoneses

Em destaque, são raras as crianças que não sofrem influencias dos desenhos animados antes mesmo de serem alfabetizadas e seu maior reflexo está nas brincadeiras da garotada. Este é apenas um dos motivos que indicam a importância de incentivar a animação brasileira nos meios de comunicação, principalmente nas televisões. Os desenhos animados, assim como; os contos, fábulas e histórias infantis, fascinam as crianças porque traduzem para elas diferentes visões de mundo, conhecimento e diversão. Também ajudam a trabalhar seus medos e frustrações. Auxiliam a perceber valores positivos e negativos, envolvidos em um formato divertido.

Em relação ao *mangá e o animê*, não é diferente. Animês mais difundidos: Dragon Ball, Cavaleiros do Zodíaco, Pokémon e outros.

Os personagens talvez seja o que existe de mais marcante dos mangás e animês. Diferente dos invencíveis heróis da maioria dos quadrinhos, os enredos japoneses expõem os sentimentos de: amor, ódio, tristeza, decepção, saudades. Parte dessa característica é ditada pelo traço singular utilizado na concepção dos desenhos, como os grandes olhos. Em geral, o personagem tem defeitos e qualidades como qualquer pessoa e isso que cria maior empatia com os leitores de maneira muito mais fácil. No Brasil, essa característica é acentuada por uma carência de ídolos vivida pelos jovens. Sem referências filosóficas mais marcantes, seja por parte da religião, ou mesmo política, os adolescentes transferem sua admiração para elementos de outras culturas - no caso, a japonesa. Nos mangás, este é um fato bastante presente, seja através da figura do herói perseverante, seja na mística dos personagens, ou mesmo na imagem humana dos personagens, que vivem problemas semelhantes aos reais.

Isso se explica quando se pega um mangá como a história de *Confidential Confessions* é uma série de mangá que aborda temas de interesse das adolescentes, assuntos que muita gente evita discutir em público, daí, o título que remete à segredos e intimidades. Estupro, *bullying*, uso de drogas, prostituição, abuso de poder por parte dos professores, namorados violentos, pais indiferentes, e por aí vai. A autora não tem medo de tocar em nenhum assunto espinhoso. E como são histórias curtas, ocupando meio volume no máximo, é surpreendente que ela consiga tão bons resultados em termos de aprofundamento e desenvolvimento psicológico das personagens. A série foi publicada na revista *Dessert*. O mangá é voltado para um público adolescente mais velho e com vários volumes independentes, colocados juntos de forma interessante possibilita uma viagem ao mundo dos problemas e medos das moças adolescentes japonesas.

Essa utilização é muito comum nos desenhos japoneses os quais são bem diferentes do que somente a utilização da força bruta apenas como instrumento de poder. Buscam trabalhar diversos temas como preconceito, amizade, amor, pobreza, e outros. Já outros *Animês* trazem lutas brutais, cenas até de tortura sob o pretexto de o vilão conquistar o mundo ou algum bem material e isso é a justificativa para utilização

da violência tanto por mocinhos quanto por bandidos. Esse tipo de argumento é comum e não acontece só nas animações japonesas.

As maiores transformações encontramos nos desenhos, mais acessíveis e reconhecidos pelo público. Assim a *Pixar* produtora de longas-metragens de animação, e outros concorrentes na área, buscaram camuflar a violência, com grandes doses de humor, ressaltando os velhos conceitos de fundo “moral”. Percebemos isso, claramente também no *mangá* e no *animê*. Assim, cresceu a preferência dos mangás, em relação as HQs, americanas. Portanto, para Gusman (2005, p. 79 e 80) é importante enfatizar que:

“O *mangá* apresenta três grandes vantagens em relação ao quadrinho norte americano:

1. As histórias têm um fim. Podem demorar cem edições, mas o *mangá* acaba. É como se fosse uma novela, e isso estimula o leitor a imaginar como será o desfecho da trama.

Por exemplo, nos Estados Unidos, os principais personagens têm mais de 60 anos e até quatro ou cinco revistas mensais, sem contar as especiais. Haja criatividade para manter sempre um bom nível. Assim que acaba uma saga, uma nova começa o que não ocorre no Japão.

2. Os japoneses trabalham muito melhor a interatividade com a televisão e o cinema. Por exemplo, nos Estados Unidos, uma pessoa que não lê quadrinhos vai ao cinema e gosta do Homem Aranha... Esse interesse em comprar o gibi, mas quando o faz descobre que as histórias são totalmente diferentes, porque no filme mostra a origem do personagem e a revista conta as aventuras em cada página há quase quatro décadas. No Japão também há diferenças... Que obviamente atrai o público que compra o *mangá* para experimentar a leitura.

3. Por mais fantásticas que seja a história, os roteiristas japoneses trabalham com muito mais competência o aspecto humano dos personagens, o que gera a empatia dos leitores.

Isso foi esquecido pelos norte americano que transformaram seus personagens em semideuses quase onipotentes... Com isso, o mangá começou a ganhar cada vez mais terreno. Hoje... Há aproximadamente 20 títulos diferentes nas bancas de jornal, muitos dos quais não são animês exibidos no Brasil... “O público está formado”.

#### 4.1.5 O *Mangá* como agente cultural.

As histórias em quadrinhos e desenhos animados no meio acadêmico não são tratados como algo relevante que merece atenção. Portanto, não é difícil avaliar que em vários países do mundo, os quadrinhos, no meio acadêmico e profissional, tenham encontrado tantos obstáculos e dificuldades. Como em diversas áreas é o preconceito do meio acadêmico, somado ainda com a falta de oportunidade, que dificulta abordagens mais sérias e esclarecedoras a respeito do tema. No caso do Brasil, isso é mais conturbado por diversos fatores, principalmente os econômicos. Algo marcante dentro dos quadrinhos foi sempre carregar o rótulo que contraria alguns modelos de comportamento, encarados por muito como; atos “rebeldia dos jovens”, “Arte de mal gosto”, considerados até mesmo como futilidades.

No entanto, o estudo da história em quadrinhos afirma-se repetidamente não como um subproduto acadêmico e cultural, mas sim com uma nova área de conhecimento e de apreensão sobre o universo, a relação do homem com o mundo natural e social e de expressar essa interação de um modo não apenas racional, mas também emocional e intuitivo, buscando em sua totalidade o valor do ser humano. (MEIRELES, 2001).

Aprofundando no assunto, segundo HDR (2005 p. 102) “A paixão pelos quadrinhos, que está presente até hoje em muitos, mas às vezes é reclusa ou posta de lado”. Sempre foram um reflexo da cultura *pop* e também lúdica. Dessa forma que os quadrinhos representam para sociedade. Ao contrário do que muitos pensam em caso específico os *mangás* o maior ganho não está somente na capacidade de entreter, mas sim de educar, manifestar, refletir e melhor ainda, questionar, a verdade é que os muitos desenhos utilizados como fuga, fornecem aos leitores um apoio que poucos tiveram no âmbito social e familiar (HDR, 2005). Dando seguimento quanto à opinião HDR (2005 p. 102) ressalta:

“... a publicação desse material é de suma importância para o conhecimento e a criação de manifestações culturais na passagem de um

conceito / idéia ou simples entretenimento. Como por exemplo, temos a cartilha *sobre drogas na adolescência*, que meu estúdio no Rio Grande do Sul realizou em parceria com o governo do Estado. Esse material utilizou a linguagem do *mangá*, foi distribuído e teve boa aceitação do público-alvo”.

Um outro meio de utilização do mangás em salas de aula. Desde de 1998 a administração junto ao governo do estado de São Paulo e graças a iniciativa privada, juntos desenvolveram diversos projetos que revelaram desenhistas, roteiristas e produtores de quadrinhos na Baixada santista. O desdobramento desses projetos foi à criação de oficinas gratuitas que atendem mais de duas mil crianças. Durante todo este processo, a linguagem do *mangá* conquistou crianças e jovens (TATSUBÔ, 2005). Apesar da complexidade já justificada nas HQs, as crianças aprendem diversas disciplinas, como história, geografia, língua portuguesa e artes plásticas. O sucesso foi tamanho que em 2003, foi celebrado o grande festival de cultura japonesa em parceria com as associações e a comunidade nipônica. Assim, todos os anos ocorre um intercâmbio na área de educação infantil na qual professores japoneses e os professores brasileiros, trocam experiências, dentro de salas de aula no Brasil e Japão (TATSUBÔ, 2005).

Mesmo os *mangás* trazendo uma forma bastante interessante à educação e no incentivo à leitura, os mangás enfrentam dificuldades primeiramente, porque os brasileiros não são habituados à leitura tanto quanto o Japão, e também tem crescido de forma assustadora o número de gêneros que está surgindo no mercado editorial brasileiro. Mas mesmo se tratando de versões traduzidas em português e muitas vezes sendo produzidos aqui, *o mangá* se torna um entretenimento muito caro no Brasil.

Assim tem sido um desafio conquistar novos leitores, tendo em vistas uma concorrência direta com os videogames, cinema e internet. (GUSMAN, 2005). No Brasil se, percebe claramente o custo de se divertir, o entretenimento como conhecimento cultural, no que diz respeito à inserção social, pertence a uma pequena parcela da população, ainda assim temos os problemas econômicos, que atingem principalmente as classes de baixa renda, onde ainda poucos têm acesso.

## 5. Discussão

Em virtude da competitividade global, os países industrializados, buscam novas formas de dominação. Uma delas é fazendo de suas culturas objeto de consumo e difusão em outros países, tornando-se referências em modelos culturais. Parte desse conjunto de referências culturais está naquilo que esses países produzem, nas suas marcas mais famosas, reconhecidas pelo nível de qualidade de seus produtos. Logo, o Japão se torna um modelo, reproduzindo seus aspectos culturais e comportamentais, influenciando atitudes de consumidores nas mais diferentes partes do mundo. Por isso, faz-se necessário um rápido levantamento sobre esses aspectos e suas possíveis influências sobre o consumidor jovem brasileiro. A cultura inclui valores e padrões de comportamento, envolvendo grupos de pessoas, que são distinguidas dos demais do meio social.

São vários elementos que formam a cultura (religião, família, arte, educação, governo, língua etc.) e permanentemente se relacionam entre si. O estudo de aspectos culturais tem enorme importância na criação e uso de estratégias de posicionamento das empresas que atuam mundialmente. De forma original, se busca informações culturais sobre o Japão, que mesmo possuindo influência norte americana, é o modelo cultural de estudo sob a industrialização da cultura pop presente no Brasil e em outras partes do mundo. As maiores referências da cultura pop japonesa mundialmente conhecidas são primeiramente os quadrinhos japoneses e suas animações, os (*Mangás* e *Animês*) e de forma mais curiosa à culinária e a miniaturização tecnológica, conhecida em todo mundo.

Ressalte-se que a comunidade nipônica no Brasil contribuiu de forma determinante para a expansão da cultura pop japonesa. Através deste estudo sobre o fenômeno do *mangá* e *animê*, busquei contextualizar de forma geral como ocorre a influência cultural, quais os reflexos sobre a identidade e as possíveis influências que os mangás e animês, exercem sobre os jovens e como podem ser utilizados de forma pedagógica.

Os *mangás* e *animês* de forma subjetiva e inocente, transmitem valores que contribuem no desenvolvimento e aprendizagem, muitas vezes são absorvidos pelas

crianças e por mais violentos que possam aparecer, estes desenhos e histórias que as crianças adoram lhes trazem fortes lições a respeito de coragem, amadurecimento e flexibilidade. Pouco importa quem sai vencendo o bom ou o ruim, a possível identificação emocional com um personagem, se depara com uma ameaça física e a combate com todos os recursos possíveis (JONES, 2004).

Portanto, Jones (2004, p. 243 e 244) afirma que algumas lições básicas de vida são transmitidas:

“A conquista dá uma sensação boa.  
 Objetivos são conquistados por meio do comprometimento total.  
 É preciso fazer escolhas claras.  
 Às vezes, o conflito é útil.  
 Às vezes, é preciso romper com velhos hábitos.  
 É possível sobreviver à perda e à derrota.  
 Correr riscos traz de recompensas.  
 Podemos até ter medo – mas faremos o que é preciso de qualquer modo.  
 Monstros podem ser destruídos.  
 A auto-afirmação é poderosa.  
 Se eu simplesmente for eu, isso é um ato heróico”.

Assim, é necessário que se busque informação e conhecimento, independentemente de questões ideológicas ou de mero gosto, simplesmente tenha agradado as massas, o trabalho disponibiliza uma visão a um mundo restrito dos *mangás* e *animês*, que poucos têm conhecimento, assim vale lembrar que a cultura pop em especial, se baseia pouco no intelectual, e muito no impacto emocional. Talvez seja isso o maior poder de identificação, entre os jovens é justamente o conteúdo emocional dos mangás e animês em relação as suas vidas.

## 6. Conclusão

Este estudo buscou descrever em linhas gerais, como a cultura de países pode ser influenciada, tratando mais especificamente o Brasil em relação à cultura pop japonesa, que possui a maior comunidade nipônica fora do Japão. Estes migrantes trouxeram consigo a bagagem cultural e o hábito de leitura dos *mangás*. Embora no Brasil não se tenha um público de leitores tão grande quanto no Japão, de 1990 até hoje, os *mangás* e *animês* têm sido um fenômeno. São os *mangás*, histórias em quadrinhos tipicamente japonesas, com traços e enredos bastante característicos, que hoje tem formado o público de leitores no mercado brasileiro.

A busca de referência nos desenhos japoneses, como principal transmissor da cultura oriental, apesar do desprezo dado aos desenhos como algo inferior, O presente estudo busca, de forma criativa mostrar quão relevante é a existência dos desenhos no meio social, assim, busca-se questionamentos, quanto o papel social do ser humano. Outras coisas relatadas neste trabalho foram construídas com base na observação aos grupos de fãs de mangás e animês, em que estou inserido e outras fui construindo e investigando com base em leituras.

Contribuição do presente trabalho é proporcionar uma maior visão diante do segmento dos quadrinhos, uma possibilidade de continuar essa análise seria a realização de um estudo mais aprofundado e melhor direcionado, quanto ao comportamento de consumo dos *Otakus*, bem como do uso da linguagem e das onomatopéias, que aparecem nos *mangás*. Há ainda a possibilidade de se considerar como foram às primeiras influências para desenhistas brasileiros, temas de estudo os *fanzines*, ou até mesmo estudo de consumo e comportamento sobre os seguimentos da cultura pop.

As maiores limitações do presente estudo foram, primeiramente conseguir reunir uma bibliografia mais direcionada ao tema. A falta de bibliografia específica sobre os mangás, mesmo se tratando de um curso de comunicação, foi possível perceber o quanto o mundo acadêmico se distancia dos quadrinhos. Os quadrinhos deveriam ser mais explorados, mesmo diante do preconceito, não se pode negar que a história dos desenhos exerce fascínio nos indivíduos. Por isso, se torna difícil sintetizar e abordar

seus diversos segmentos, principalmente dentro do *mangás e animês*, um fenômeno que somente ganhou expressão nas últimas décadas.

Assim, os quadrinhos e principalmente os *mangás*, aparecem como uma possibilidade de construção de uma identidade, pois além de atender ao propósito de humanizar, servem como instrumento para reflexão e crítica, através disso busca-se desenvolver trocas dentro das relações sociais. Para isso, o relacionamento é peça fundamental e insubstituível, dentro da chamada sociedade audiovisual.

## Referências Bibliográficas

ARANTES, Antônio Augusto. **O que é cultura popular**. 14 Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990. (Coleção primeiros passos).

CHAROUX, Ofélia Maria Guazzelli. **Metodologia - processo de produção, registro e relato do conhecimento**. São Paulo: DVS Editora, 2004.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FREITAS, Maria Teresa de Assunção; SOUZA, Solange Jobim (orgs.). **Estratégias metodológicas com crianças e adolescentes**. In: CADERNOS CEDES - Televisão, internet e educação. São Paulo, 2005. (Jan./abr.)

FROTA, Idelcir Almeida dos Anjos; PRIVATI, Jane Maria de Araújo; ASSIS, Rejane Cardoso; SOARES, Iara Soares. **Desenhos animados: uma reflexão sobre a violência e sua influencia no comportamento das crianças**. Brasília, 2005. (Monografia de conclusão do curso de Pedagogia e Formação de Professores para as Series Iniciais do Ensino Fundamental – Projeto Professor Nota 10 do Centro Universitário de Brasília – UNICEUB).

FURUKAWA, Carolina; AWALD, Ariane Patrícia; GONÇALVES, Rafael Ramos; ARAÚJO, Emilene. **Construção da identidade em uma sociedade de consumo**. Disponível In: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17103/1/R1122-1.pdf>, acessado em 08/06/2007 às 10:35.

JONES, Gerard. **Brincando de matar monstros: Por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz-de-conta**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

GRAIEB, Carlos. **O Japão é pop.** Disponível In: [http://veja.abril.com.br/070104/p\\_080.html](http://veja.abril.com.br/070104/p_080.html) 10/08/2007, acessado às 16:30

GUILHOTO, Lúcia de Fátima Martins. **A influência do país de origem na percepção do consumidor sobre a qualidade dos produtos.** Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, 2001. (V. 08, nº 4, out/dez)

GUSMAN, Sidney. Mangás: hoje, o único formador de leitores do mercado brasileiro de quadrinhos. In: LUYTEN, Sonia. **Cultura pop japonesa.** São Paulo: Hedra, 2005.

HDR, Daniel. Manga e os quadrinhos em geral como agentes culturais. In: LUYTEN, Sonia. **Cultura pop japonesa.** São Paulo: Hedra, 2005.

LUYTEN, Sonia M. Bibe (org.). **Cultura pop japonesa.** São Paulo: Hedra, 2005.

LUYTEN, Sonia M. Bibe. **Mangá produzido no Brasil: pioneirismo, experimentação e produção.** Trabalho apresentado INTERCOM. Disponível In: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/5101/1/NP16LUYTEN.pdf>, acessado em 08/06/2007 às 10:30.

MEIRELES, Selma Martins. **O mito nas histórias em quadrinhos: um exemplo a partir de mangás.** Disponível In: [http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/agaque/ano3/numero3/agaquev3n3\\_com1.htm](http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/agaque/ano3/numero3/agaquev3n3_com1.htm), acessado em 28/06/2007 às 23:00.

MOYA, Álvaro de. SHAZAN ! São Paulo: Ed. Perspectiva, 1970.

NAGADO, Alexandre. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia. **Cultura pop japonesa.** São Paulo: Hedra, 2005.

PETRAS, James. **Imperialismo Cultural**. Disponível In: [http://resistir.info/eua/petras\\_imperialismo\\_cultural.html](http://resistir.info/eua/petras_imperialismo_cultural.html), acessado em 10/06/2007, às 11hs.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 16 Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996 (Coleção Primeiros Passos).

SANTOS, Lília Virgínia Martins. **Divulgação da literatura destinada a crianças e adolescentes: a prática de editoras mineiras**. Disponível In: <http://www.eci.ufmg.br/gebe/downloads/310.pdf>, acessado em 12/06/2007 às 16:30.

SAKURAI, Célia. **Fazer a América: a imigração em massa para a América Latina**. São Paulo: Edusp, 1999.

SATO, Cristiane A. **JAPOPOP - O Poder da cultura pop japonesa**. São Paulo: Hakkosha, 2007.

SUZUKI, T. **Produção acadêmica sobre a imigração e a cultura japonesa no Brasil**. São Paulo: Agencia Estado, 1992. Disponível In: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Walt\\_Disney](http://pt.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney), acessado em 10/08/2007 às 17:30.

TOSHI, Ban. **Osamu Tezuka**. São Paulo: Ed. Conrad, 2004. (V. 2)

TATSUBÔ, Fábio. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia. **Cultura pop japonesa**. São Paulo: Hedra, 2005.

## ANEXOS

### Anexo “A”

*Ilustre personagem da Disney.*

Mickey – Anos 30.

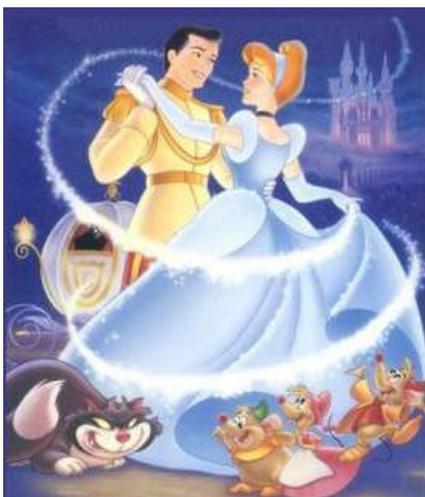


Mickey – Anos 70.



*Longas Metragens de sucesso dos Estúdios Disney.*

Cinderela



Branca de Neve



Anexo “B”

Sentido de Leitura dos *Mangás* no modo japonês.

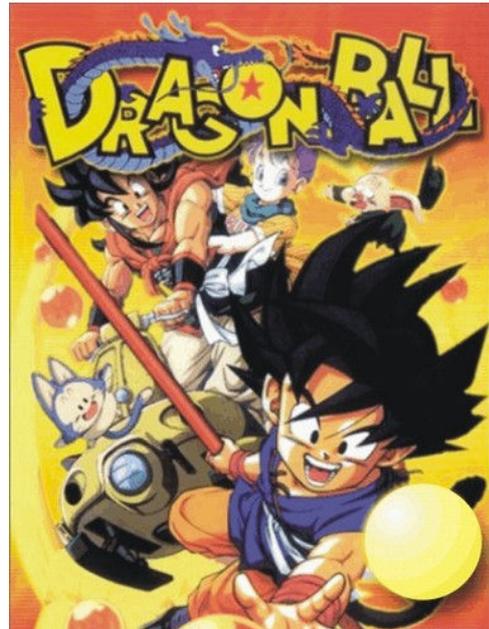


8	7	1	
		3	2
	9	5	4
			6



## Anexo “C”

*Animês de sucesso no Brasil.*



## Anexo “D”

### Tokusatsu de referências no Brasil.

National Kid – Anos 30.



Spectroman – Anos 70.



Jaspion – Anos 90.



## Anexo “E”

### Fãs de *Animês* - Otakus



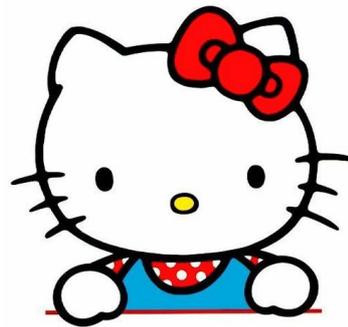
## Anexo “F”

### Produtos de origem japonesa difundidos pelo mundo.

Lamén – Miojo.



Hello Kitty.



Culinária nipônica.  
celular.



Miniaturização de aparelhos de



Lap Tops, tecnologia de ponta japonesa remete a idéia da economia de espaço.



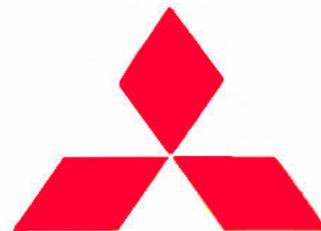
## Anexo “G”

Marcas japonesas conhecidas mundialmente.

**PHILIPS**

**SONY**

**SEMP TOSHIBA**



**MITSUBISHI  
MOTORS**

**Canon**