Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Escola Superior de Desenho Industrial

Design

Eduardo Eugênio de Oliveira Magalhães Costa

Caminhos da Indústria de *Anime*

Trabalho de Conclusão de Curso

Rio de Janeiro

2022

Introdução

A indústria de *anime* vivencia um crescimento exponencial no mercado externo desde a ascensão dos serviços de *Streaming.* Tal indústria de *anime* que vale bilhões de dólares e que dobrou sua receita na última década.[1] Seu sucesso é muito devido a sua capacidade de exportação de produtos e cultura, usando séries e filmes animados como interlocutor dessa exportação.

O intuito deste trabalho é oferecer uma análise das circunstâncias e métodos que formam essa indústria, analisando seus pontos altos e baixos. A partir daí, fica proposta a seguinte questão: "Em um contexto da indústria de produção e exportação de cultura global, quais lições podemos aprender analisando a indústria de *anime?"*.

Portanto, para fins de compreender como esta indústria chega ao ponto atual, pretendo analisar o contexto do surgimento dessa indústria, desde seus progenitores, "os pais do anime", Seitaro Kitayama, Junichi Kouchi e Oten Shimokawa, até o revolucionário que sedimentou a indústria em padrões que persistem até os dias atuais, Osamu Tezuka. Além de observar como essa indústria funciona e funcionou em diversos períodos de tempo, apresentando o contexto histórico e econômico das principais mudanças ocorridas durante os anos e os problemas que essas trouxeram.

Também apresentarei alguns pontos de destaque dessa indústria, que ajudaram na sua expansão global, como o *Media Mix* e a cultura *Otaku* como forma de divulgação. Por fim, farei uma análise dos dados sobre a indústria fornecidos pela Associação de Animação Japonesa, com intuito de observar as mudanças recentes no meio, como o impacto da pandemia de COVID-19. Por fim, serão utilizados dados para tirar conclusões sobre o rumo que a indústria está seguindo.

---

[1] *Anime Industry Report 2021.* The Association of Japanese Animations. 2022. Disponível em: https://aja.gr.jp/english/japan-anime-data, consultado em 14 de setembro de 2022.

Capítulo 1: As Origens do Anime

1.1. O Primeiro Anime

Por volta de 2005, Natsuki Matsumoto, professora especialista em iconografia na *Universidade de Artes*, de Osaka, encontrou, por acaso, um antigo filme perdido numa coleção de artes em Kyoto.[2] Posteriormente, algumas fontes historiográficas estimarão tratar-se do primeiro filme de animação – intitulado *Katsudō Shashin* (活動真写, "Foto em atividade") - lançado em 1907.[3] Retratava, em apenas 03 segundos, um menino com trajes de marinheiro que escreve o título do filme em um quadro e se vira para o espectador fazendo uma saudação. Apresentando cerca de 16 *frames* por segundo, esta animação pode ser considerada a primeira animação japonesa.

Imagem 01 – Um dos poucos *frames* da curta animação *Katsudō Shashin.*[4]

A aceitação desta afirmação, porém, pode causar alguma perplexidade. Postular a existência de uma animação japonesa do ano de 1907 significaria que o Japão desenvolveu animações sem influências (ou quase sem influências) externas.

---

[2] Macdonald, Christopher. *Oldest Anime Found*. Anime News Network, 07 de agosto de 2009. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/news/2005-08-07/oldest-anime-found, consultado em 13 de setembro de 2022.

[3] Com o intuito de transmitir maior fluidez e compreensão da leitura, todas as palavras grafadas em *Katagana*, *Hiragana*, e *Kanji* serão transliteradas para *Romaji.*

[4] Ver filme completo em: https://www.youtube.com/watch?v=rv0CpmOhPY0 .

Esta data poderia colocar o Japão como pioneiro da mídia de animação, dado que a animação mais antiga geralmente reconhecida – a *Humorous Phases of Funny Faces*, de J. Stuart Blackton -, foi lançado em 1906.[5]

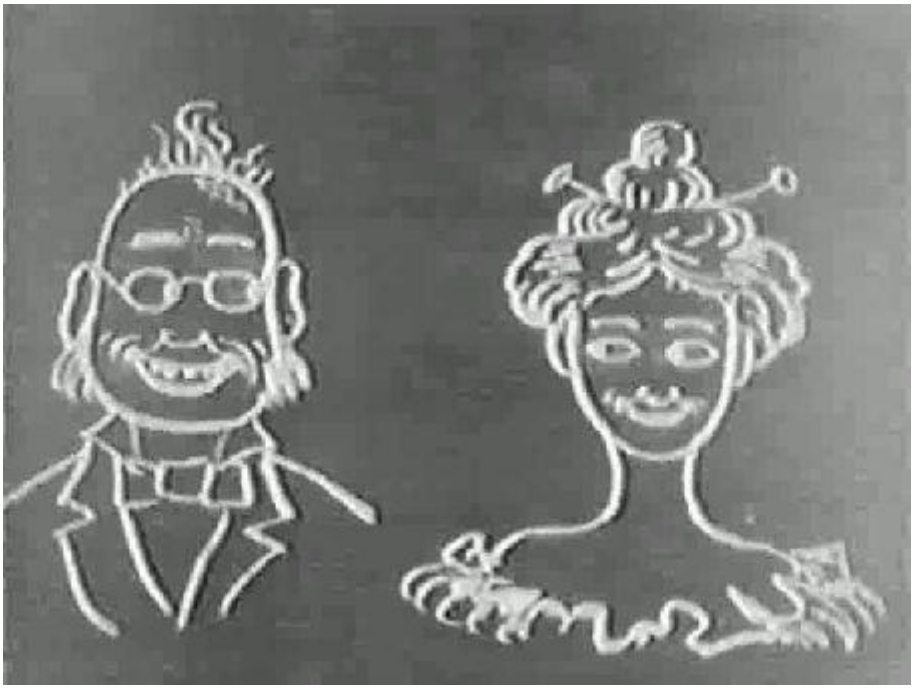


Imagem 02: *Frame* de *Humorous Phases of Funny Faces*, de J. Stuart Blackton.[6]

No entanto, de acordo com a Enciclopédia de *anime*, sabe-se de 21 animações estrangeiras que foram exibidas no Japão antes de 1917.[7] Possivelmente essas exibições influenciaram os primeiros experimentos com a mídia no país.

Katsudō Shashin, portanto, pode ser considerado um caso isolado; sem repercussões maiores para a história da animação no Japão.

[5] *Humorous Phases of Funny Faces* (1906), o primeiro filme animado conhecido, usa o método "quadro-negro".
[6] Ver filme completo em; https://www.youtube.com/watch?v=_Tn5sgHYQSc.
[7] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 169.

1.2. Os Três Pioneiros

Antes de *Katsudo Shashin*, a animação mais antiga reconhecida era *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* (A História do Porteiro Mukuzo Imokawa), um curta de 5 minutos lançado por Oten Shimokawa em 1917.

Não há mais registros físicos da obra, mas fontes, como seu *cameraman*, afirmam que Shimokawa usava o método de *stop-motion*, apontando a câmera diretamente para um quadro-negro e desenhava e apagava um frame de cada vez,[8] além de alguns trechos usando animação de recortes, que é uma forma de *stop-motion* na qual os personagens ou adereços são recortados de materiais tais como papel, papelão, fotografias ou tecido. As formas são colocadas sobre um fundo e movidas manualmente, com cada movimento capturado por uma câmera que, quando editadas juntas, dá a impressão de movimento, criando assim uma animação.[9]

A partir de 1917, começam os trabalhos dos três indivíduos que são amplamente reconhecidos como os "pais do anime" no Japão: Ōten Shimokawa, Seitarō Kitayama, e Jun'ichi Kōuchi.

Oten Shimokawa[10] foi um cineasta amador, empregado pelo estúdio *Tenkatsu* (*Tennenshoku Katsudō Shashin*).[11] Havia trabalhado anteriormente como assistente

---

[8] *What is Stop Motion Animation?,* DRAGONFRAME. Disponível em: https://www.dragonframe.com/introduction-stop-motion-animation/, consultado em 22 de agosto de 2022.

[9] Animation: Cut-Out. Into Filme Disponível em: https://www.intofilm.org/films/filmlist/92#:~:text=A%20brilliant%20pioneer%20of%20cut,out%20called%20%27silhouette%20animation%27,. consultado em 22 de agosto de 2022.

[10] Oten Shimokawa (2 de maio de 1892 – 26 de maio de 1973) Pouco se sabe sobre sua vida pessoal além de que sua família mudou para a área de Tóquio quando Shimokawa tinha nove anos de idade. Ele começou sua vida profissional trabalhando para a Tokyo Puck Magazine como um cartunista político e artista de séries de mangá.
Os trabalhos de animação de Shimokawa foram interrompidos por problemas de saúde crônicos. Ele voltou a trabalhar como consultor e editor de animações para outras empresas entre as décadas de 1930 e 1940. - Cf: Frederick S. Litten. "Some remarks on the first Japanese animation films in 1917" consultado em 22 de agosto de 2022.

[11] Foi um estúdio cinematográfico japonês ativo nos anos de 1910. A empresa foi formada em 1914 por remanescentes do estúdio Fukuhodo que não participou da fusão que formou o estúdio Nikkatsu, particularmente o empresário Kisaburo Kobayashi, e teve como objetivo primeiro explorar o sistema de cinema colorido, Kinemacolor no Japão. Esse sistema se tornou muito caro, então a empresa logo se fixou em fazer filmes normais, tornando-se o principal rival do Nikkatsu nos anos de 1910. Era uma empresa descentralizada,

editorial na revista *Tokyo Pluck* e tinha 26 anos ao iniciar seu período de experimentação com animação. Seu período experimental durou cerca de 6 meses e gerou 5 curtas - antes de Shimokawa desistir da animação e voltar para o ramo editorial.[12]

Imagem 03: Retrato de Oten Shimokawa.[13]

Enquanto Shimokawa trabalhava para o estúdio *Tenkatsu*, seu ex-colega de trabalho Junichi Kouchi, começou a trabalhar para o estúdio *Kobayashi Shokai*,[14] criado por antigos membros do *Tenkatsu*. Além dos dois, Seitaro Kitayama, um pintor de aquarela, abordou o estúdio *Nikkatsu*,[15] se oferecendo a criar as primeiras animações do estúdio.

---

que era dirigida por vários patrões e permitia que benshi encomendassem a produção de filmes. cf: https://web.archive.org/web/20120330162239/http://www.latrobe.edu.au/screeningthepast/firstrelease/fr1100/agfr11e.htm , arquivado em 30 de março em 2012, consultado em 22 de agosto de 2022.

[12] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 581-582.

[13] Retrato retirado de; https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/people.php?id=38388

[14] Foi uma empresa fundada em 1914 por Kisaburo Kobayashi, uma das pioneiras em animação japonesa. Monopolizou o campo do rensageki, uma espécie de produção a meio caminho entre o cinema e o teatro. Faliu em 1917 por problemas financeiros. McDonald, Keiko I. *From Book to Screen: Modern Japanese Literature in Films*. ed. Routledge, 2016. p.14-15.

[15] É uma empresa japonesa de entretenimento conhecida por suas produções cinematográficas e televisivas. É o mais antigo grande estúdio de cinema do Japão, fundado em 1912 durante a era do cinema mudo. O nome Nikkatsu funde as palavras Nippon Katsudo Shashin, significando "Fotos em movimento japonesas". - Standish, Isolde. A New History of Japanese Cinema, London: Continuum, 2005. p. 18–19.

Imagem 04: Retrato de Junichi Kouchi.[16]

O primeiro trabalho de Junichi Kouchi foi *Hanawa Hekonai, Meito no Maki* de 1917.[17] Sua personagem principal, um samurai, compra uma espada sem fio. Em seguida é derrotado comicamente pelas pessoas que tentou cortar com a espada, devido à falta de qualidade de sua espada e seu jeito desastrado.

Kouchi traçou inicialmente suas ilustrações direto no papel. Adiante, porém, começou a experimentar com recortes de papel, que eram mais fáceis de manipular e permitiam que lhe permitissem reutilizar as ilustrações de segundo plano.

[16] Retrato retirado de; https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/people.php?id=70758

[17] Junichi Kouchi (15 de setembro de 1886 - 6 de outubro de 1970) mudou-se para Tóquio com sua família quando criança. Após tornar-se aprendiz do pintor de aquarela Kokki Miyake, começou a frequentar um instituto de pesquisa de arte em 1906. Em 1908, introduzido por Miyake, passou a trabalhar para o jornal *Tokyo Pack* e começou a desenhar desenhos políticos sob a tutela de Rakuten Kitazawa. Foi empregado pelo jornal *Tokyo Maiyu Shinbunsh*a em dezembro de 1912 onde desenhou desenhos políticos durante cinco anos. Kouchi terminou sua carreira na indústria de animação em 1931 com o lançamento de *Chongire hebi* (Cobra Picada) e voltou a dedicar suas habilidades à criação de desenhos políticos. cf: https://animation.filmarchives.jp/en/writer09.html consultado em 23 de agosto de 2022

Imagem 05: *Frame* de *Hanawa Hekonai, Meito no Maki,* de Junichi Kouchi .[18]

Essa técnica é uma versão mais rudimentar da utilização de animação em celulóide (que já havia sido inventada em 1916),[19] sem, no entanto, ter sido introduzida no Japão à época. Anos depois, a utilização dos celulóides se tornaria o padrão na produção de anime comercial, principalmente nas décadas de 1980 e 1990, antes de cair em desuso em favor da animação digital.[20]

Abaixo, um exemplo do uso do método da animação em celuloide:

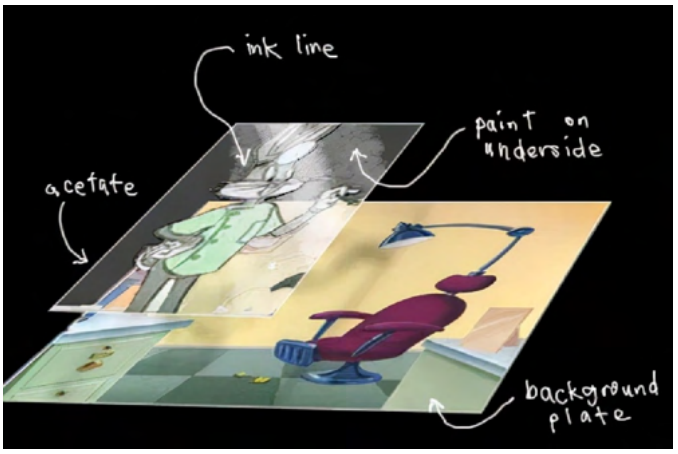


Imagem 06: Exemplo da construção de uma animação em celuloide.[21]

---

[18] Ver filme completo em; https://www.youtube.com/watch?v=PTkcRxXWHkI.
[19] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 170.
[20] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 170.
[21] História do Cinema de Animação – Importantes Invenções Técnicas (10ª Parte). Animação S.A., 24 de maio de 2015. Disponível em: http://animacaosa.blogspot.com/2015/05/historia-do-cinema-de-animacao.html, consultado em 22 de agosto de 2022

Kouchi se aposentou da indústria da animação na década de 1930 e, assim como os seus contemporâneos, pouco registro sobrou de seu trabalho. Porém, o *Hanawa Hekonai, Meito no Maki* – também conhecido como *Namakura Gatana* (1917), ou seja, *A Katana* (espada) *Cega* -, se encontra em estado completo.

O último dos três "pais do anime", Seitaro Kitayama, produziu adaptações animadas de mitos e folclores nipônicos, como *Saru Kani Gassen (O Caranguejo e o Macaco),* (1917), *Momotaro* (1917), e *Taro no Banpei* (Taro O Guarda), (1918).

Kitayama possuía uma grande vocação para animação aplicada, criando os primeiros comerciais animados no Japão, assim como o primeiro documentário em anime, *Chokin no Susume* (O Setor de Poupanças), (1917). Além dessas contribuições, Kitayama também criou o primeiro estúdio de animação japonês; o Kitayama Eiga *Seisakujo.*[22]

Imagem 07: Retrato de Seitaro Kitayama.[23]

[22] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 170.
[23] Retrato retirado de; https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/people.php?id=38390

Seitaro Kitayama,[24] assim como Kouchi, encerrou suas atividades como animador nos anos 1930, após o Grande Sismo de Kanto interromper as atividades de seu estúdio. Desiludiu-se, igualmente, com seus fracassos comerciais e decidiu seguir carreira na indústria.[25]

Há poucos registros sobreviventes desses anime devido ao baixo número de cópias e ao próprio impacto do terremoto (que registrou 8,3 na escala *Richter* e é dito ter durado cerca de 10 minutos, destruindo diversas cidades na região de Kanto, devido ao tremor e aos quase 100 incêndios ocasionados por ele).[26]

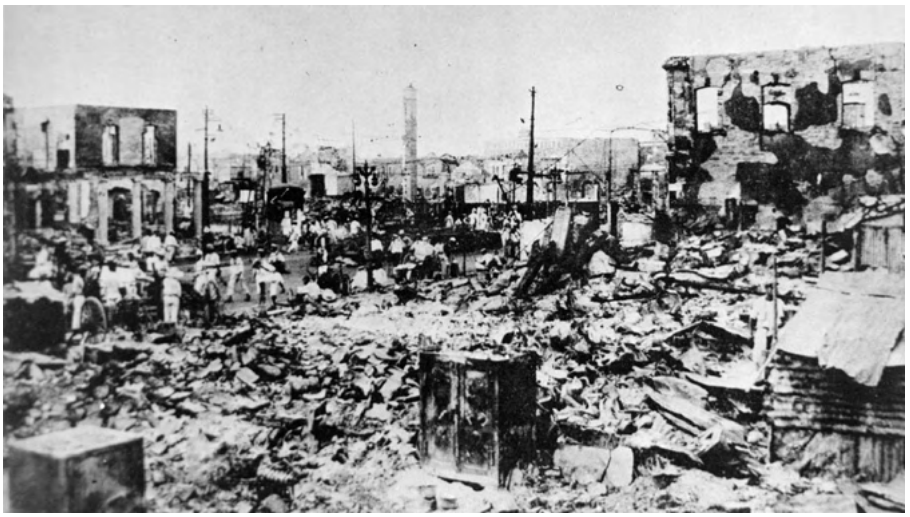


Imagem 08: Destruição causada pelos tremores em Kanto.

Um exemplo, no entanto, do trabalho de Seitaro Kitayama é o *Urashima Taro*, (1918); A história sobre um pescador que salva uma tartaruga, que o transporta para um mundo secreto submarino. Veja, de exemplo visual, o *frame* abaixo:

[24] Seitaro Kitayama (3 de março de 1888 - 12 de fevereiro de 1945) Nascido em Wakayama. No mundo da arte, Kitayama apoiou jovens artistas, publicando suas obras e fornecendo-lhes material de arte. Na indústria de animação, ele aumentou as comissões para artistas com talento e estruturas organizadas de produção em grupo para lidar com as demandas de produção em massa. Desta forma, Kitayama provou ser tanto um artista quanto um homem de negócios. Cf: https://animation.filmarchives.jp/en/writer06.html consultado em 23 de agosto de 2022

[25] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 170.

[26] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 170.

Imagem 09: *Urashima Taro*. (1918)[27]

1.3. Avanços na Indústria

Apesar dos três pioneiros terem se aposentado da indústria até o final da década de 1930, seus legados continuaram através das novas gerações.

Sanae Yamamoto, um dos discípulos de Kitayama, é considerado por alguns um dos fundadores do anime moderno. Após Kitayama se aposentar da indústria, Yamamoto continuou seu legado em Tóquio

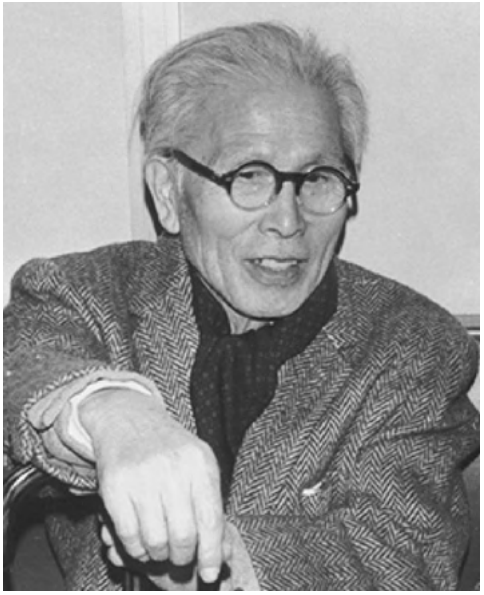


Imagem 10: Retrato de Sanae Yamamoto.[28]

[27] Para o vídeo completo veja-se: https://www.youtube.com/watch?v=9IU0PtX9YXQ.
[28] Retrato retirado de; https://animation.filmarchives.jp/en/writer24.html

Produziu, por exemplo, obras como *Usagi to Kame!* (A Lebre e a Tartaruga), (1924) e *Ubasuteyama* (A montanha Onde Idosas São Abandonadas), (1925), ambos os filmes têm seus registros preservados.[29]

Imagem 11: *Ubasuteyama* (1925).[30]

Logo após a segunda guerra mundial, Yamamoto juntou cerca de 100 pessoas envolvidas com animação na região de Kanto e fundou o estúdio *Shin Nihon Dogasha*.[31] Um tempo depois, o estúdio mudou de nome para *Nihon Mangaeiga Corp*. e produziu o filme *Sakura* (Flor de Cerejeira), (1946) de Kenzo Masaoka, porém o filme nunca chegou a ser lançado.[32] No ano seguinte, em 1947, Yamamoto e Masaoka deixaram o estúdio para fundar outro estúdio, *Nihon Doga Corp*, que foi em seguida adquirido pela empresa *Toho* (conhecida na época como *Toho Zukai Eiga*), passando por um *rebranding*, mudando o nome para *Nichido*.[33]

Em um dos eventos mais importantes nessa convoluta sequência histórica, *Nichido* passa a ser uma subsidiária da empresa *Toei*, ressurgindo assim como *Toei Douga* (atualmente *Toei Animation*) um dos maiores e mais renomados estúdios de anime, responsável por definir muitos dos padrões que vemos até hoje na indústria.[34]

---

[29] *List of Authors*: Sanae Yamamoto. Japanese Animated Film Classics. Disponível em: https://animation.filmarchives.jp/en/writer24.html, consultado em 22 de agosto de 2022.
[30] *Op.cit.*
[31] *Op.cit.*
[32] *Op.cit.*
[33] *Op.cit.*
[34] *Op.cit.*

Apesar de termos a maioria das obras de Yamamoto arquivadas, ainda surge uma dúvida da maneira do qual eram apresentadas. É especulado que, como filmes mudos, eles devem ter sido apresentados não só como música ao vivo, mas também acompanhado de um *benshi*.

Imagem 12: *Benshi* provindo acompanhamento narrativo para um filme.

Benshi eram artistas que proviam narração para filmes mudos, tanto para filmes japoneses quanto para filmes ocidentais. Por exemplo, os visuais de *Urashima Taro* (1918) de Seitaro Kitayama têm o intuito de serem acompanhados pela narração de um *Benshi*. Sem isso, o filme mostra-se uma experiência incompleta.

Avanços nos modos de produção e na tecnologia, tanto no exterior quanto no Japão, influenciaram a evolução da mídia, criando maneiras de experienciar o conteúdo.

Já em 1908 começaram algumas iniciativas de filmes sonoros, como o *Chronomégaphone*, usado pela Gaumont, um gramofone que usava ar comprimido para amplificar sons pré-gravados.[35]

[35] Um grande estúdio cinematográfico francês com sede em Neuilly-sur-Seine, França. Fundada pelo engenheiro Léon Gaumont em 1895, é a mais antiga empresa cinematográfica na ativa. - Richard Abel, The Ciné Goes to Town: French Cinema, 1896–1914, University of California Press, 1994, p. 10

Imagem 13: Cartaz de 1908 anunciando os filmes sonoros da Gaumont.[36]

Logo após o lançamento do filme americano *O Cantor de Jazz* (1927) apresentar falas, cantos-falas e cantos pré-gravados ao mundo dos longas-metragens, os animados japoneses também começaram experimentos com som.

Kujira (1927) de Noburo Ofuji foi o primeiro desses experimentos.[37] Trata-se de uma animação de silhueta, sincronizada com a música "Abertura de Guilherme Tell" de Gioachino Rossini. Ele deu sequência com *Kuro Nyago* (O Gato Negro), (1929), uma animação em recorte de papel. Usou, para isso, o *Eastphone*, um sistema de filme sonoro desenvolvido pela companhia Tojo, tornando-se assim, o primeiro anime sonoro genuíno.[38]

O primeiro anime sonoro a usar som óptico (como os que são utilizados atualmente) foi *Chikara to Onna no Yo no Naka* (1933) de Kenzo Masaoka, uma história sobre um marido, que é dominado por sua esposa, sendo acusado de ter um caso com uma mulher mais jovem.[39]

---

[36] Self, Douglas. *The Auxetophone & Other Compressed-Air Gramophones.* The Self Site, 16 de julho de 2008. Disponível em: http://www.aqpl43.dsl.pipex.com/MUSEUM/COMMS/auxetophone/auxetoph.htm, arquivado em 16 de fevereiro de 2015, consultado em 22 de agosto de 2022.
[37] Kujira (1927) é considerado uma mídia perdida, porém, Noburo Ofuji fez uma nova versão do curta em 1952, essa pode ser conferida em: https://www.youtube.com/watch?v=-nUx44z_lgA
[38] Veja-se https://www.youtube.com/watch?v=DWVLwA-ynWE.
[39] *The first talkie – "The Jazz Singer".* Jolson Ville, 10 de setembro de 2013. Disponível em: https://jolsonville.net/2013/09/10/the-first-talkie/#more-1016, consultado em 22 de agosto de 2022.

Imagem 14: *Chikara to Onna no Yo no Naka* (1933), o primeiro anime a usar som óptico.[40]

O caso dos filmes mudos encorajou uma nova leva de animadores a entrar no mundo do cinema. Entre eles, Yasuji Murata, cujo trabalho era o de inserir ditados japoneses em filmes mudos americanos, facilitando a compreensão para o público local.[41] Inspirado por alguns desenhos que havia visto, decidiu criar seus próprios. *Dobutsu Orimupikku Taikai* (1928), um curta de comédia sobre animais competindo nas olimpíadas, ajudou a estabelecer o gênero de anime esportivos.

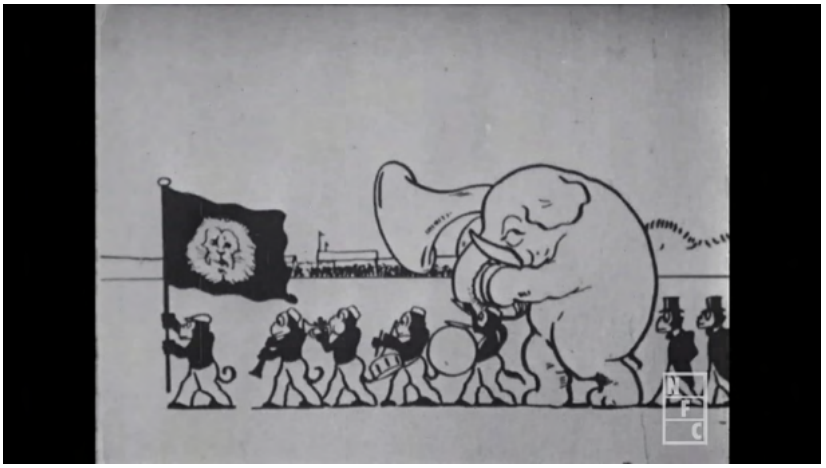


Imagem 15: *Frame de Dobutsu Orimupikku Taikai* (1928).[42]

---

[40] - O material original e cópias de *Chikara to Onna no Yo no Naka* foram perdidos. Restando apenas algumas imagens.

[41] - Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 171.

[42] - Filme completo em; https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/transcoded/3/36/The_Animal_Olympics_%281928%29.webm/The_Animal_Olympics_%281928%29.webm.480p.vp9.webm.

No final da década de 1920, os *anime* não eram exibidos apenas em cinemas. Aqueles com intuitos mais mercantis, geralmente eram exibidos em regiões com comércio movimentado, de forma que facilitasse as vendas.[43]

Também eram exibidos em escolas, principalmente os que tinham um cunho mais didático. *Tarou-san no Kisha* (1929), de Murata Yasuji, servia como um ensinamento de consideração ao próximo, contando a história de um único garoto japonês, tentando manter a ordem em um trem cheio de animais antropomórficos arruaceiros.

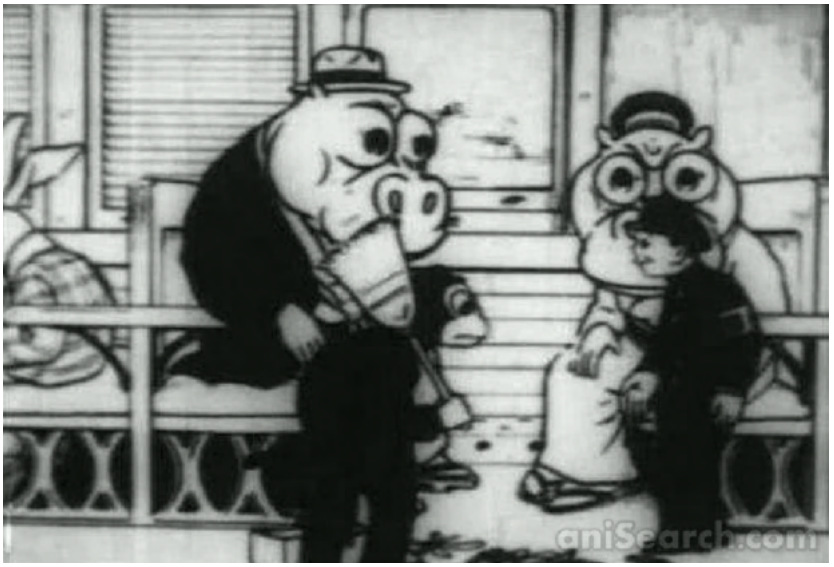


Imagem 16: *Frame de* Tarou-san no Kisha (1929).[44]

Mais um "primeiro" na história do anime, a primeira "sequência" na história dos anime foi *Kaizokusen* (1931) de Kenzo Masaoka; uma continuação de *Sarugashima* (1930). Conta a história de uma criança lançada à deriva que vive aventuras no alto mar.[45]

[43] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 171.
[44] Filme completo em; https://www.dailymotion.com/video/x3yica5
[45] Não se existe registro vivo de *Kaizokusen*, porém ainda há registros preservados de *Sarugashima*.

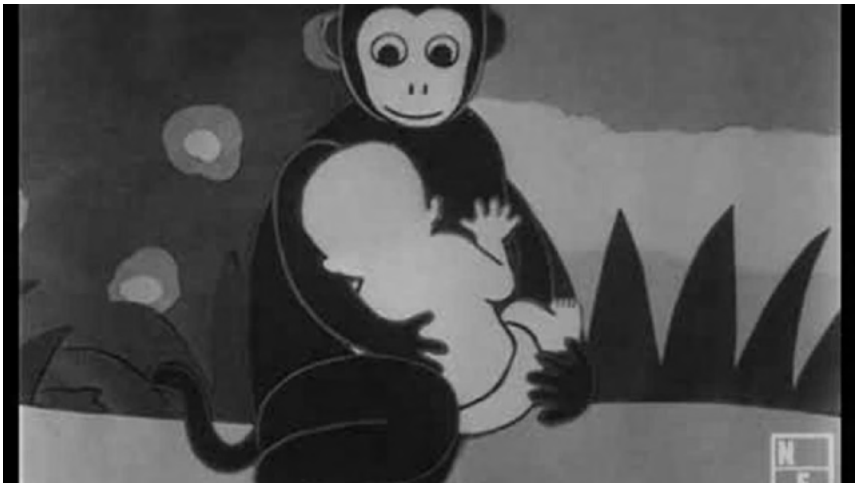


Imagem 17: *Frame de Sarugashima*, 1930.[46]

Vendo os anime da época, é possível perceber a forte influência do folclore japonês.[47] *Tanuki*, o cão-guaxinim japonês, aparece em várias histórias neste período de nascimento do anime. Sua esperteza, malandragem e rivalidade sempre presentes contra as raposas arrogantes, fizeram desses animais um sucesso gigantesco com o público jovem. Uma dessas histórias é *Bunbuku Chagama* (1927), de Yasuji Murata. A história do curta fala sobre um homem gentil, que salva um *tanuki* de uma armadilha. O *tanuki* agradecido decide-se transformar em um bule, o qual o homem doa para um templo budista onde o *tanuki* volta a sua forma original para causar caos. Atualmente, não se tem registros vivos do curta.

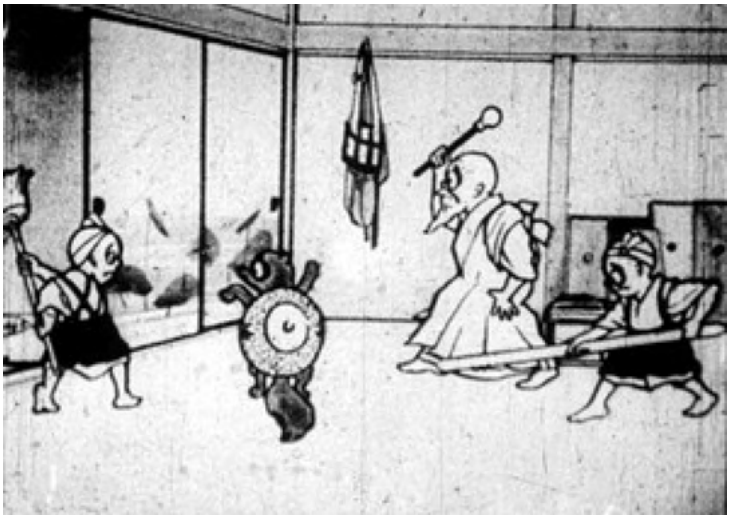


Imagem 18: *Bunbuku Chagama* (1927)

[46] Filme completo em; https://www.youtube.com/watch?v=RkRNmPv1qng

[47] White, Chris. *Tanuki the Tipsy Trickster: Why a Well-Endowed Raccoon Dog Is Big in Japan.* Atlas Obscura, 06 de março de 2014. Disponível em: https://www.atlasobscura.com/articles/the-tanuki-japan-s-trickster-god, consultado em 22 de agosto de 2022.

Os *tanuki* também aparecem em outro anime notável. *Chagama Ondo* (1934),[48] de Kenzo Masaoka, no qual um grupo de *tanukis* invade um templo para roubar os novos discos de gramofone dos monges do templo. Esse foi o primeiro anime a ser feito totalmente em animação em celuloide, diferente dos métodos antigos, que usam papel translúcido.[49]

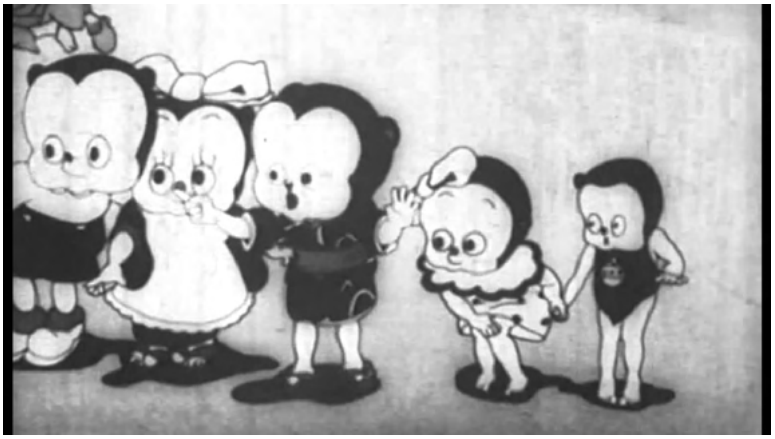


Imagem 19: *Chagama Ondo*, 1934.[50]

A cor demorou para chegar nos primeiros anos do anime. Noburo Ofuji foi pioneiro com uma versão bicolor do seu filme *Ogon no Hana* (Flor de Ouro), (1929), porém, a versão lançada ao público veio em preto-e-branco.[51]

Imagem 20: *Frame da* versão em preto-e-branco de *Ogon no Hana*, 1929.

[48] Veja-se, por exemplo: https://www.youtube.com/watch?v=UYbpvtDvd34.

[49] Clements, Jonathan. T*he Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation.* 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 171.

[50] Filme completo em; https://www.youtube.com/watch?v=UYbpvtDvd34

[51] Atualmente, não existe registro completo de *Ogon no Hana*.

O primeiro anime colorido que foi lançado ao público foi *Boku no Yakyu (O Meu Beisebol),* (1948) de Megumi Asano, porém, nenhum registro vivo existe atualmente.[52]

Antes da criação de som gravado, é possível dizer que o anime era meramente uma parte do entretenimento ao vivo, como o *Gertie the Dinosaur* (1914), de Winsor McCay, o qual a performance exigia o autor interagir com o público, assim como os *Benshi*, por trás da tela. Porém, esses tipos de performances divididas começaram a se tornar cada vez mais incomuns ao final dos anos 20, quando anime começou a existir como uma forma de arte unificada, integrando som, roteiro e imagem. Durante os anos 1930, a mídia anime continuou a crescer em tamanho e prestígio, porém também foi submetida a se tornar uma máquina de propaganda para o governo imperialista japonês, tendo *Sora no Momotaro* (Momotaro do Céu), (1931),[53] de Yasuhi Murata, como o primeiro anime dos tempos de guerra.

Imagem 21: *Frame* de *Sora no Motaro,* 1931.[54]

[52] - Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 171.
[53] *Op. cit.*
[54] Veja-se, por exemplo: https://www.youtube.com/watch?v=KEVMIUrt9u0.

1.3. Toei Animation e A Invasão de Osamu Tezuka

Com o fim da segunda guerra mundial, os patrocínios militares foram abruptamente terminados. Isso ocasionou um grande encolhimento na indústria cinematográfica, as dificuldades de subsistência e a grande competição por empregos deixou o setor de animação marginalizado por uma década.[55]

Segundo o pesquisador Yamamoto Eiichi, foi estimado que, no começo dos anos 60, a indústria de animação japonesa era composta de aproximadamente 500 pessoas, 300 dessas funcionários da Nichido (futura *Toei Animation*), 20 a 50 contratados pela Otogi Pro; e o resto trabalhando em operações independentes compostas em média por 2 a 3 pessoas voltadas para o ramo de publicidade.

No final da década de 50, a indústria de anime estava prestes a ser transformada desta vez pela relação do estúdio Nichido com um de seus clientes e eventual dono, Toei, além do aumento da competição entre estúdios menores.

Imagem 22: Estúdio *Toei Animation* em uma de suas locações originais em Nerima, Tóquio.

[55]- Clements, Jonathan. Anime: A History 01. Ed. British Film Institute, 2013. p. 91.

Otogi Pro, apesar de ser relativamente desconhecido, foi um dos estúdios chave dessa época. Fundada pelo *mangaka* Yokoyama Ryuichi, o estúdio abrigou diversos talentos que viriam moldar a indústria, além de produzir a primeira série de TV animada do Japão, *Otogi Manga Calendar* (1962), uma série sobre eventos históricos vistos através de um personagem que não estava ciente do "que aconteceu neste dia na história".[56]

Imagem 23: Retrato de Yokoyama Ryuichi (1955).[57]

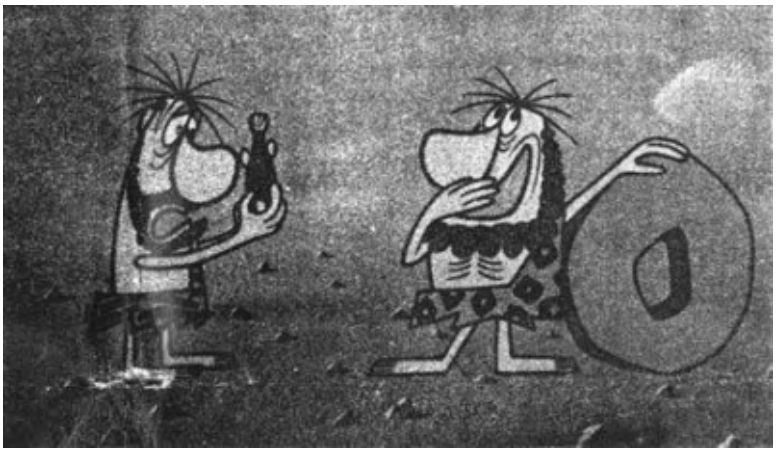


Imagem 24: Frame de um dos episódios de *Otogi Manga Calendar* (1962).[58]

[56] Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015. p. 388.
[57] Sankei Graph, 23 de janeiro de 1955, Jornal de Economia Industrial.
[58] Apesar da maioria dos episódios terem sido perdidos, existem algumas cenas que foram apresentadas em um documentário, confira a seguir; https://www.youtube.com/watch?v=BGZYHtC5cXk

Em algum momento entre 1958 e 1959, o estúdio Otogi Pro recebeu uma visita de um jovem artista que já vinha recebendo um certo nível de reconhecimento. Ele havia trabalhado como artista de *storyboard* no estúdio *Toei Douga*, em um filme baseado em um de seus mangá. Inspirado por essa experiência, o artista estava considerando abrir seu próprio estúdio, produzindo obras para a nova e lucrativa indústria televisiva, no estilo pioneirizado pela Otogi Pro. Yokoyama disse que o entusiasmo do artista estava equivocado; que a indústria de animação jamais seria lucrativa. Aconselhou ao artista a não se envolver com a indústria, que isso só iria causar desilusões, dizendo inúmeras vezes ao artista, "até sua boca ficar seca" como um dos espectadores relatou. O nome desse jovem artista era Osamu Tezuka.

Imagem 25: Retrato de Osamu Tezuka (1953).[59]

Osamu Tezuka estava prestes a embarcar em um empreendimento que iria dobrar o número de funcionários da indústria até 1967, dobrando novamente até o final da década. Seu investimento pessoal, Mushi Pro iria roubar diversos dos principais talentos da Otogi Pro, além de outros funcionários da *Toei Douga*, que iria passar a ser conhecida como um local de treinamento para o resto da indústria de animação japonesa. O investimento de Tezuka na indústria televisiva, transformou a indústria de anime, quadruplicando-a em menos de uma década.

[59] Asahi Graph, 10 de junho de 1953.

Imagem 26: Foto do estúdio *Mushi Production*, localizado em Nerima, Tóquio.[60]

Com o surgimento da indústria televisiva, a animação japonesa sofreu uma nova revolução. O novo formato de exibição incentivou os animadores a experimentarem como novos métodos de produção. Isso levou a mudanças profundas nos níveis de posse, esse novo meio de animação veio a depender de investimentos de múltiplas fontes.

Em retrospecto, foi a produção do terceiro longa-metragem do estúdio *Toei Douga* que mudou o rumo da indústria de animação japonesa. O filme em si, *Saiyuki* (No Brasil foi adaptado como Alakazan O Mago (1960), pode ser descrito como apenas mais uma recontagem da história do Rei Macaco).

O que diferenciou Saiyuki não foi sua recepção ou produção, mas sim o fato de que providenciou a oportunidade de um dos participantes de se desvincular do estúdio e fundar seu próprio estúdio. Essa mudança viria a proporcionar saídas para os animadores recém treinados da *Toei*, criando o que seria chamado de "era de animação resumida" (*shoryaku anime no jidai*) por Otsuka Yasuo.

[60] Foto tirada pelo usuário Asanagi e postado na wikipédia em 21 de julho de 2013

Imagem 27: Frame de Alakazan - O Mago[61]

Tezuka, que já havia sido estabelecido como uma celebridade no mundo de manga, foi avisado sobre a agenda severa e caótica que a produção de anime representava, porém ignorou esses avisos. Saiyuki, filme que adaptou o mangá de Tezuka *Boku no Son Goku* (Meu Son Goku), (1952), seria a primeira das 3 produções da *Toei* a envolver o artista; as outras duas foram *Sinbad no Bouken* (Sinbad - O Marinheiro), (1962) e *Wanwan Chushingura* (Rock - O Valente), (1963).

Imagem 28: Painel do mangá *Boku no Son Goku* por Osamu Tezuka.[62]

[61] Veja o filme completo em: https://www.youtube.com/watch?v=-4ytPE0o28Q
[62] Imagem retirada de cf: https://tezukaosamu.net/en/manga/449.html consultado em 29 de agosto de 2022

Os créditos de Saiyuki dão a ideia de que Tezuka seria o diretor do filme. Porém, seu papel real foi de um artista de *storyboard*. Essa decisão foi tomada levando em consideração otimizar os talentos já existentes de Tezuka já que, fora do cargo de diretor, ele não teria que mexer diretamente com animação (algo que na época não era sua expertise).

Tezuka entregou após 1 ano, um *storyboard* composto de 500 páginas, com ilustrações detalhadas, dando um mapa visual claro do filme inteiro. Alguns animadores de início se sentiram intimidados pelo *storyboard*: era muito longo de detalhar para ser animado em um prazo pequeno. No entanto, quando começaram a trabalhar, se deram a notar que o traço simples e moderno de Tezuka, seria um forte aliado no processo de animação, permitindo animadores a concluir frames em um ritmo muito maior do que o comum.

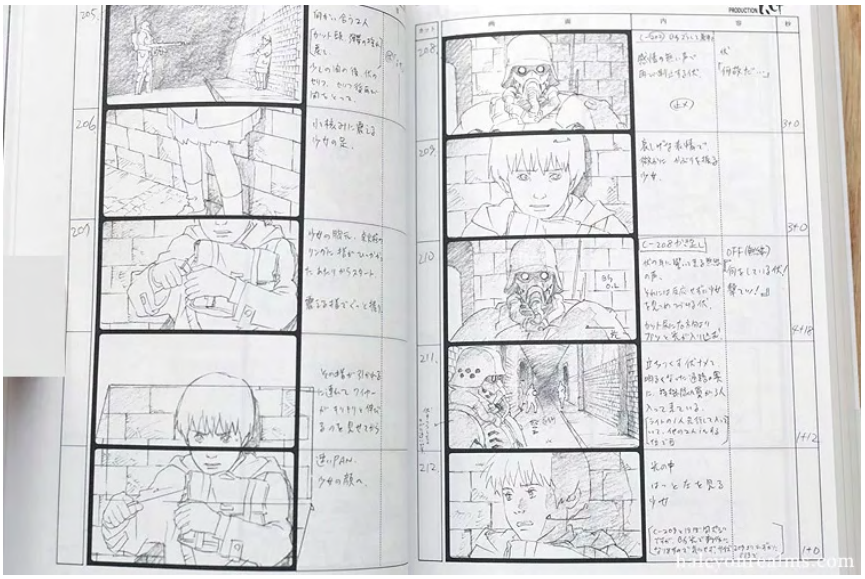


Imagem 29: Exemplo de *Storyboard*, no caso, de *Jin-Roh* (1998) por Hiroyuki Okiura.[63]

Tezuka usou seu tempo na *Toei* como um período de aprendizado, apesar de sentir que sua visão artística foi colocada em risco pela hierarquia e ritmo da produção de anime. Contudo, aquele foi o passo que precisava ser dado para aprender como a máquina da indústria funciona para, assim, poder tentar replicá-la, com os ajustes necessários.

[63] Imagem do storyboard retirada de cf: http://halcyonrealms.com/books/jin-roh-the-wolf-brigade-storyboard-art-book-review/ consultado em 23 de agosto de 2022

Tezuka começou sua empreitada na indústria de anime estabelecendo uma "divisão de animação" na sua empresa já existente (de quadrinhos), que logo foi reformulada como um estúdio de animação dedicado: o estúdio *Mushi Production* (abreviado como *Mushi Pro*). O estúdio começou com apenas cinco pessoas, mas logo se expandiu para 20 ou 30 até 1961. O equivalente a um décimo dos funcionários da *Toei*, em mais de um sentido, segundo Sugiyama, um dos animadores da *Mushi Pro*, - "As vezes parecia que parte da *Toei* simplesmente se mudou para *Mushi Pro*".[64]

Os animadores da *Toei*, incomodados com a perspectiva de seus salários, ou repelidos por pressão de sindicatos, encontram na *Mushi Pro* um chefe excêntrico, que a insistência em gerir a produção no seu próprio método se estendia a ignorar os precedentes que a *Toei* estabeleceu com problemas de salário. Existem relatos de animadores que passaram a ganhar um salário quase 3 vezes mais na *Mushi Pro* comparado aos salários da *Toei*.

Imagem 30: Tezuka em frente ao estúdio n.01 da *Mushi Productions*[65]

[64] Sugiyama, Taku, 'Terebi Anime no Zenshi: Toei Chohen Anime no Jidai', no Misono, Makoto (ed.), Zusetsu Terebi Anime Zensho ed.Tokyo: Hara Shobo, 1999.
[65] Imagem retirada de cf: https://artsandculture.google.com/asset/tezuka-osamu-tezuka-productions/dwF8xRoUIR7z4w consultado em 22 de agosto de 2022.

Em outro esforço para se mostrar melhor que seu rival - *Toei Doga* -, Tezuka garantia um benefício de 100 ienes por dia para ser gasto como comida por seus funcionários, mostrando que seus funcionários não teriam que entrar em greve pelo direito de um almoço.[66]

Aru Machikado no Monogatari (1962) foi o filme de estreia da *Mushi Pro*, descrito como um exercício de "aquecimento"; um filme experimental que trabalhava com uma estrutura sem diálogos, onde os visuais serviam como forma e função, com uma animação modernista. Esse "aquecimento" já começava a mostrar problemas que iriam impactar a *Mushi Pro* nos anos seguintes: Tezuka dirigia a produção, mas se atrasava nos prazos que ele próprio estabeleceu, forçando seus funcionários a elaborar soluções criativas às quais Tezuka iria futuramente tomar crédito.

Graças a muita hora extra, o filme foi finalizado a tempo, apesar de ter custado mais do que o esperado, além de outros problemas, como dois de seus animadores que foram realocados no meio da produção, para trabalharem no piloto de *Tetsuwan Atom* (Astro Boy) que também já estava sofrendo com a falta de envolvimento de seu suposto criador.

Imagem 31: Frame de Aru Machikado no Monogatari (1962).[67]

[66] De acordo com o site inflationtool.com, ¥ 100, em 1961, seriam equivalentes a ¥ 539,49. Convertendo esse valor (pelo site *currency converter*) teríamos um valor, em setembro de 2022, de R$ 19,67 (dezenove reais e sessenta e sete centavos).

[67] Veja a animação completa em; https://www.youtube.com/watch?v=wZ_mAc3UgZc

Um dos aspectos que marcaram a exibição do filme, por bem ou por mal, foi o uso de animação limitada: frames estáticos de animação ficavam parados na tela por vários segundos e até cenas de dança, usavam apenas uma sequência de *loop*, que alternava de trás pra frente. Animação limitada é um dos aspectos que viria a ser uma das características definitivas da mídia anime.

Tezuka teria problemas em arranjar um meio de produzir uma série animada, já que se estimava que uma série semanal de 30 minutos, com uma qualidade equivalente aos filmes da *Toei*, custaria entre 60 e 70 milhões de ienes e necessitaria de uma força de trabalho maior que os números da indústria toda na época.[68] Podia ser verdade que seria uma tarefa impossível fazer uma série com o padrão *Toei* de animação; mas produzir uma série, em si, não era impossível: já havia sido feito anteriormente, em 1960.

O anime *The New Adventures of Pinocchio* (As Novas Aventuras de Pinóquio), de Mochinaga Tadahito, foi uma série semanal com metade da duração almejada por Tezuka e que foi produzida com sucesso por uma equipe de uma dúzia de funcionários.

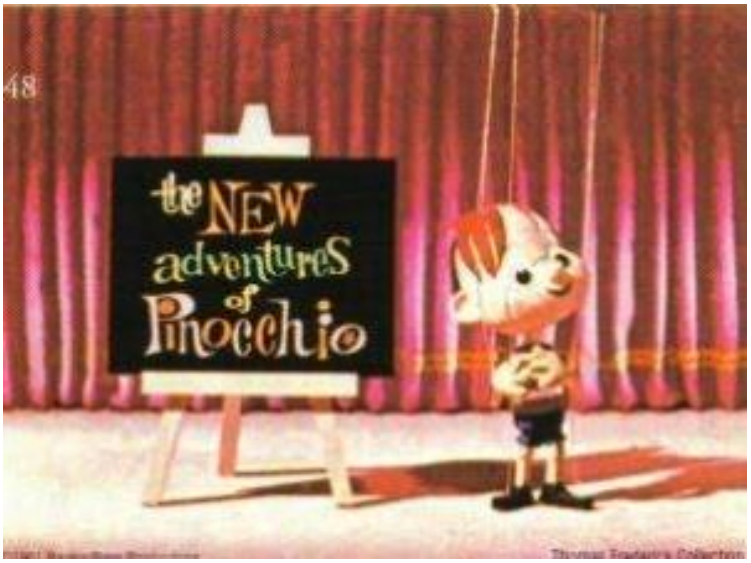


Imagem 32: *Frame* da abertura de *The New Adventures of Pinocchio.*[69]

[68] Um valor de ¥ 60 milhões, em 1961, seriam equivalentes a ¥ 323.694.212,53. Em reais de setembro de 2022 isso valeria algo em torno de R$ 11.812,117,38. Estamos, portanto, falando em valores aproximados que oscilam entre 12 e 14 milhões de reais. Evidentemente, os valores da época não se "traduzem" perfeitamente para hoje dadas as profundas transformações tecnológicas que afetaram os custos de produção do setor.
[69] Veja a abertura e encerramento da série; https://www.youtube.com/watch?v=stgiaI0yCHk

A questão de custo era o maior problema a ser resolvido, algo que Tezuka já tinha parcialmente mitigado na produção de *Aru Machikado no Monogatari*. Tezuka conseguiu reduzir os custos da produção de Astro Boy para apenas 2.5 milhões de ienes por episódio,[70] esse preço foi atingido por medidas drásticas feitas por Tezuka, dizendo aos seus funcionários que não seria animação "completa" e sim "anime limitado". Essa afirmação teve como intuito refletir a natureza restrita na forma em como é apresentada. Seus funcionários passaram a considerar esse estilo o oposto do que era considerado o estilo "realista" da *Toei* na época. Posteriormente foram listados vários elementos que definiriam esse estilo, usado por vários estudiosos, e que foram primeiramente listados em uma autobiografia semi-fictícia sobre um dos membros fundadores da *Mushi Pro*, Yamamoto Eiichi, esses elementos são:

- *San-koma tori* - "trabalhando em 3". Usando apenas oito imagens por segundo de filme, em vez dos 24 disponíveis. Animação "completa" geralmente usa 12 imagens por segundo, ou, "trabalhando em 2".
- *Tome-e* - Imagens estáticas. Usando um único frame para trechos onde animação não é necessária, como em planos de reação, planos de estabelecimento, cenas de multidão, suspiros ou close nos olhos de um personagem enquanto está falando.
- *Hiki-cel* - Celuloide arrastado. Arrastando o fundo por trás do primeiro plano para dar uma impressão de movimento. Particularmente útil em cenas de veículos ou de personagens voando.
- *Kurikaeshi* - Repetição. Usando um ciclo simples de animação, às vezes em conjunto com um fundo em movimento para cenas de personagens andando. Essa técnica, usada em conjunto com Hiki-cel, apenas uma dúzia de celuloides podem ser reutilizados para criar cenas que excedam em muito o esforço inicial necessário para desenhá-las.
- *Bubun* - Segmentação. O rosto ou o corpo ficam estáticos, enquanto apenas a parte essencial é animada, um braço levantando, uma perna chutando, etc.. Um dos exemplos mais recorrentes em anime é kuchi-paku (movimento da boca), onde a boca é animada separadamente do resto do rosto, permitindo que um conjunto limitado de 3 ou 4 posições da boca sejam usadas alternadamente, criando a ilusão de que o personagem está falando.

[70] *Astro Boy* foi produzido entre 1952 e 1968. Supondo que esse valor de 2,5 milhões de ienes tenha sido atingido em 1961, estaríamos falando de cerca de R$ 491.000,00 (quatrocentos e noventa e um mil reais) por episódio.

- Kenyo - Uso combinado. Hoje em dia é mais conhecido pelo termo banco de celuloides ou banco de imagem, ou como o Tezuka preferia, sistema de banco, isso se refere a arquivação e reutilização de celuloides de episódios passados, como paisagem urbanas, cenários e personagens em certas posições. Essas imagens não são destruídas ou descartadas, mas arquivadas para reuso. Uma imagem de, por exemplo, o Astro Boy voando pode reaparecer em todo episódio, mas só precisa ser desenhada uma vez, apenas tendo que trocar a paisagem.

- Short cut - Planos curtos. Já que planos mais longos requerem animação mais longa, um plano mais curto é mais provável de ser passável apenas com frames estáticos, repetição, arrastando celuloides e outras medidas de corte de custos.

Imagem 33: Uma cena de acidente de carro em Astro Boy (1963), usa apenas 20 imagens, mas cobre mais de 200 frames.[71]

[71] Clements, Jonathan. *Anime: A History* 01. Ed. British Film Institute, 2013. p. 119.

Apesar de todos esses métodos para facilitar a produção, na realidade era ainda mais extremo, com a afirmação do Tezuka de “trabalhar em 3” existindo mais na intenção do que na prática, com a produção reduzindo a contagem de celuloides mais ainda. Com a contagem média de celuloides por episódio de Astro Boy sendo meros 2,500, podemos dizer que a produção tinha uma média de apenas 1.89 celuloide por segundo.[72] O próprio Tezuka afirmou que reduziu a contagem de celuloides de Astro Boy para míseros 1,200 por episódio, sugerindo que a contagem de Yamamoto de 2,500 inclui celuloides repetidos ou segmentados de episódios anteriores. Segundo um rumor da indústria, um dos episódios de Astro Boy foi completado com uma contagem de 1,000 celuloides.[73]

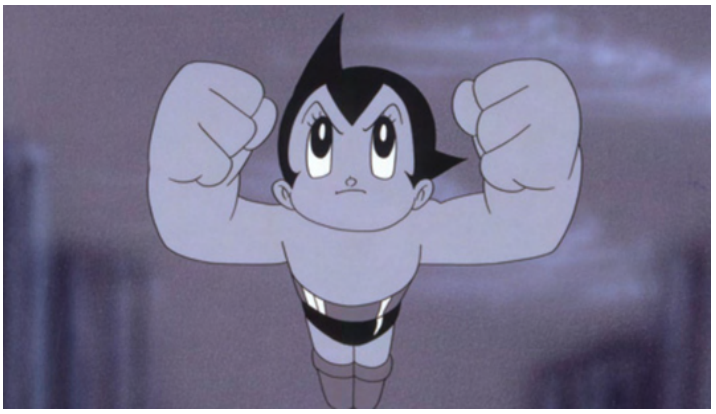


Imagem 34: Frame de um dos episódios de Astro Boy (1963)[74]

Nenhum desses métodos de corte de custos pode ser atribuído como invenção de Tezuka ou da *Mushi Pro*, e muitos estão presentes em animação desde seus primórdios. Os truques não foram desenvolvidos ou refinados por Tezuka pessoalmente, mas sim por seus funcionários, como Sugii Gisaburo (que anteriormente havia reclamado que o trabalho que estavam fazendo quase não merecia ser chamado de “animação”).[75] Apenas de olhar para *Aru Machikado no Monogatari* já é possível reparar que Tezuka já estava trabalhando com animação “limitada” mais de um ano antes de ser “forçado” pela estrutura de produção de *Astro Boy*.

---

[72] Yamamoto Y. e Kato Mikiro, ‘Selective Animation to iu Gainen Giho’, no Kato Mikiro, Animation no Eiga-gaku ed.Kyoto: Rinsen Shoten, 2009.
[73] Noboru, Ishiguro e Noriko, Ohara. Terebi Anime Saizensen: Shisetsu Anime 17 Nenshi, ed.Tokyo: Yamato Shobo, 1980.
[74] Veja a abertura da série em; https://www.youtube.com/watch?v=qZrIxWjQiw0
[75] Minakawa, Yuka, Nippon Doga no Koboshi: Shosetsu Tezuka Gakko vol.2. ed.Tokyo: Kodansha, 2009.

Outro funcionário da *Mushi Pro*, Takahashi Ryousuke, vê as decisões de Tezuka com termos um pouco diferentes. Yamamoto e Takahashi relatam sobre a "revolução" de Tezuka muito depois de ter acabado, porém, suas abordagens são distintas.[76]

Ambos falam de um tempo distante (seus relatos são memorandos, não testemunhos), mas Yamamoto escreve semanticamente e narrativamente presente no caos da *Mushi Pro* de 1963, discutindo truques e atalhos de trabalhadores sob extrema pressão, sem discutir sobre as implicações desses eventos, replicando um testemunho. Já Takahashi, abraça o aspectos de memorando, escrevendo 40 anos depois,[77] com uma retórica de retrospectiva diacrônica, trabalhando de trás para frente a partir do que o anime se tornou em 2011, tentando traçar suas raízes de volta a 1963, apresentando novas características do que se definiu ali como "*anime*";

- Sistema de banco - Se refere a arquivação e reutilização de celuloides de episódios passados, como paisagem urbanas, cenários e personagens em certas posições.
- *Ekonte no Jushi* - Ênfase no storyboard. Takahashi considera o storyboard muito mais útil que um roteiro em unir partes divergentes de uma produção, já que contém direções para o departamento de arte, ajuste de cores e cenários, trabalho de câmera específico para planos e chamadas para efeitos sonoros. Ele considera esses aspectos são vitais em uma indústria onde a terceirização é a norma, já que permite comunicação com grupos que estão ausentes do estúdio principal, espalhados por ateliês terceirizados e estúdios estrangeiros.
- *Tome e no senren* - Refinamento da imagem estática. Veja acima, porém com implicações diferentes. Takahashi não vê imagens estáticas como um mero meio de cortar custos, mas sim um dos elementos que definem o estilo e ritmo de anime. Aceitando que imagens estáticas são um "mal necessário", Takahashi destaca que animadores de sucesso abraçaram esse meio como uma ferramenta estilística, assim fazendo da necessidade uma virtude.

---

[76] - Clements, Jonathan. *Anime: A History* 01. Ed. British Film Institute, 2013. p. 120.
[77] Takahashi, Ryosuke, 'Tokichiro o Kidotte', no Shibayama, Tatsuo e Kobayashi, Shuji, Mushi Pro Tenamonya: Dare mo Shiranai Tezuka Osamu. ed.Tokyo: Kuraki-sha Bijutsu, 2009.

- *Kigoka no sokushi* - Promoção da codificação. Takahashi acredita que animação “limitada” rapidamente desenvolveu uma série de detalhes visuais, atalhos e tropos, transcendendo o trabalho de um único criador, gênero ou história. Ele elabora dizendo que volume de produção no começo da televisão garantiu que o estilo particular do Tezuka prevalecesse sobre a concorrência, estabelecendo normas universais que existem até hoje, sendo codificadas na própria essência da animação japonesa. O público colabora na divulgação destes códigos, aprendendo desde crianças a ler a linguagem de anime.
- *Dokutoku no onsei enshutsu* - Produção sonora característica. Takahashi afirmou que ocupa uma proporção de trabalho maior e mais distinta do que em outras mídias visuais.
- *Manga to eiga to anime no triangle* - O triângulo de manga, filmes e anime. Takahashi nota aqui a oscilação de inspiração entre as mídias, onde *mangaká* concentra suas ambições frustradas de serem cineastas em seus manga e animadores concentram suas ambições frustradas de serem *mangaka* em seus anime. Filmes modernos por sua vez, tem o anime como sua inspiração.

As características de Yamamoto são empiricamente testáveis, e de fato foram testadas, por pesquisadores que contaram os celuloides arrastados, frames estáticos e frames reciclados em um episódio do *Astro Boy*. As afirmações de Takahashi são muito mais impressionistas e sem suporte, exceto no sentido de que são as memórias de um homem que sem dúvida estava presente quando surgiu o estilo de anime para televisão.

Imagem 35: Retrato de Yamamoto Eiichi.[78]

[78] - Imagem retirada de cf: https://mubi.com/it/cast/eiichi-yamamoto consultado em 22 de agosto de 2022

Sua ênfase na importância dos *storyboards* é uma afirmação interessante, embora esta, também, não tenha sido criada por Tezuka. Vários anos antes, o estúdio *Toei* havia tomado a decisão deliberada de criar o storyboard do *Saiyuki* antes do roteiro ser escrito.

Não há como Tezuka - que desenhou o storyboard -, não ter sabido disso; ou mesmo que o estilo da produção do *storyboard* primeiro foi referido pela equipe da *Toei* como o 'Método Disney' (Minakawa, 2009a: 25). O maior indicador de que não poderia ter sido a ideia de Tezuka.

Imagem 36: Walt Disney demonstrando o storyboard de Pinóquio (1940), servindo como um protótipo do filme.[79]

Os comentários de Takahashi sobre ' Produção sonora característica' foram confirmados por Sugii Gisaburo,[80] um dos dissidentes originais do *Mushi Pro*, que foi forçado a admitir que, apesar de ser difícil ver um único frame ser esticado por 3 segundos inteiros, a aparente qualidade ruim era muitas vezes reduzida quando o som era adicionado.

[79] WALT DISNEY, STORYBOARDS E STARTUPS. Strategy Box, 22 de agosto de 2019. Disponível em: https://strategy-box.com/blog/2019/8/22/walt-disney-storyboards-e-startups, consultado em 23 de agosto de 2022

[80] Gisaburo, Sugii, Anime Sakka toshite no Tezuka Osamu: Sono Kiseki to Honshitsu. ed.Tokyo: NTT Shuppan, 2007.

Imagem 37: Retrato de Ryousuke Takahashi.[81]

Os comentários de Takahashi sobre 'codificação' são muito mais provocativos e parecem se basear no vocabulário da semiótica como base para uma panóplia de sinais e significantes em anime - ações, reflexos, diálogo, estilos de arte e até mesmo composições de planos que espera-se criar um significado geral a todos os espectadores de anime. Takahashi sugere que quaisquer elementos visuais ou textuais que possamos isolar como clichês e tropos de anime, são replicados em parte porque servem para ajudar a contar histórias comprimidas usando animação limitada. Em uma leitura mais extrema do argumento de Takahashi, pode se dizer que *anime* possui a estética que tem, pelo menos em parte, por causa de Osamu Tezuka.[82]

Imagem 38: Osamu Tezuka junto de Mauricio de Sousa, criador da Turma da Mônica[83]

[81] Imagem retirada de cf: https://akiba-souken.com/article/38133/ consultado em 23 de agosto de 2022
[82] Clements, Jonathan. Anime: A History 01. Ed. British Film Institute, 2013. p. 120.
[83] Imagem retirada de cf: https://twitter.com/mauriciodesousa/status/1170112292161282050?lang=zh-Hant consultado em 23 de agosto de 2022

Nessa primeira parte do texto, vimos as origens da animação do Japão, que surgem como experimentos de artistas independentes. Apesar de muitos dos pioneiros não terem permanecido muito tempo na indústria, eles tiveram influência direta sobre muitos continuadores que iriam fundar estúdios e ocasionar mudanças que permanecem até o dia atual. Após um período de estagnação da indústria depois da segunda guerra mundial uma figura notável é introduzida ao mundo da animação japonesa: Osamu Tezuka. Tezuka, como vimos, revolucionou o que entendemos por anime e estabeleceu o método de produção moderno da indústria.

No próximo capítulo veremos as repercussões que as decisões de produção de Tezuka trouxeram para indústria de anime, além de uma visão de como a indústria, de fato, opera nos dias de hoje. Analisando suas vantagens e desvantagens em um contexto de globalização e massificação da cultura criada em volta do anime, poderemos ter uma visão melhor do lugar da indústria em um mundo que exige ciclos de produção cada vez mais acelerados.

Capítulo 2: A Indústria de Anime

2.1. O Legado de Tezuka

Com o advento dos avanços atribuídos a Tezuka nos meios de produção, passamos a consolidar esses métodos como padrões que seguem até os dias atuais na indústria. Apesar desses meios terem sido vistos como necessários para a *Mushi Pro* começar e poder competir com estúdios maiores, acabou criando uma série de precedentes e de “más práticas” que passaram a definir a indústria de animação japonesa.

2.1.1. Subvalorização

O impacto imediato de *Astro Boy* não se deu muito por seu visual. O aspecto mais importante para a indústria foi de como ele foi vendido. Tezuka conseguiu o interesse da *Mannensha* - empresa de propaganda, que tinha hábito de comprar horários na televisão para garantir comerciais para seus clientes. O horário dado a *Astro Boy* custaria 20 milhões de ienes por semana. O custo deveria ser recuperado pela venda de comerciais para terceiros durante o horário do programa. *Mannensha* iria investir meio bilhão de ienes por ano para garantir o horário, mas estava receosa sobre o programa em si.[84]

Imagem 39: Foto do edifício da antiga sede da *Mannensha* (após as obras da sede do Japão, agora demolido).[85]

Depois de assistir o piloto de *Astro Boy* no final de 1962, foram oferecidos apenas 300.000 ienes para cada episódio. Espalhados por "30 minutos" de tempo televisivo, isso resultava em pouco mais de 10.000 ienes por minuto, um preço extremamente baixo, fato que deixou Tezuka muito abatido. O preço baixo foi baseado no entendimento da *Mannensha* sobre o preço de desenhos americanos importados - como Os Flintstones (1960) e Popeye (1960) -, que foram vendidos para mercados de exportação, como o Japão, por preços que tornavam a competição

[84] Cerca de 98 milhões de reais de hoje.
[85] Imagem retirada de cf: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Japan_central_petit_Japan_store.JPG consultado em 05 de setembro de 2022

impossível por produtoras locais. Ainda por cima, um programa de crianças “ao vivo”, em 1962, custava em média 600,000 ienes por episódio, *Mannensha* presumiu que a animação poderia, ou deveria ser produzida com a metade do orçamento de uma produção “ao vivo”.

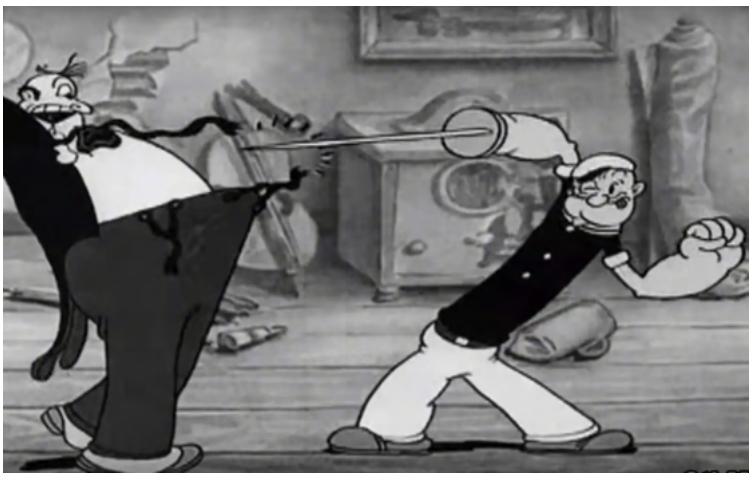


Imagem 40: Frame de um dos episódios da série de 1960 de Popeye.[86]

Porém, o diretor assistente da filial de Tóquio da *Mannensha*, Komura Ichiro, explicou a Tezuka que a avaliação de valor do *Astro Boy* não excluía a possibilidade de investimento de terceiros para aumentar sua renda. O executivo de contabilidade da *Mannensha,* Anami Kaoru, tomou a decisão de solicitar o interesse de empresas de confeitaria em patrocinar *Astro Boy.* Anami estava interessado em encontrar formatos novos e nunca antes testados para uma série de televisão, estimulado pela chegada do *Nielsen ratings*, no Japão, em 1960,[87] esperando que o choque de algo novo fosse impulsionar a série de tevê a novas alturas de popularidade, justificando os altos custos da área de propaganda. Anami contactou o líder do mercado de confeitaria da época - *Morinaga Chocolate* -, com a oferta de patrocinar *Astro Boy*, manifestando-se pronto para discutir desde simples horários publicitários, até a venda de espaço para o logotipo distintivo "estampa de anjo" da empresa no início de cada programa.

[86] Imagem retirada de cf: https://sicnoticias.pt/cultura/2019-01-17-Hoje-e-dia-de-comer-espinafres.-O-Popeye-faz-90-anos?fbclid=IwAR3gmpCmR79OUskhi8TpZSE19yIBAjNpKa0R8C89y4uTO86MHz-_3L8wZ78 consultado em 05 de setembro de 2022

[87] Sistema de medição de audiência desenvolvido pelo Nielsen Media Research para determinar o tamanho da audiência e composição de programas televisivos. saiba mais em cf: https://pt.wikipedia.org/wiki/Nielsen_Ratings

Imagem 41: Logomarca da empresa Morinaga, com a estampa de anjo.[88]

Morinaga Chocolate, porém, estava com receios de correr esse risco. Entre os motivos citados afirmaram que, apesar de o piloto ser de boa qualidade, se questionaram se essa mesma qualidade seria mantida em todos os episódios, acreditando ser uma tarefa quase impossível. E que, além disso, se fosse perdido apenas um prazo, esta falta geraria resultados catastróficos para a empresa.

O projeto era um grande desafio em um território inexplorado. O risco era tão grande que ninguém queria se comprometer no mundo da televisão. Inabalado, Anami levou a ideia aos maiores rivais de *Morinaga*: *Meiji Seika*. Executivos da *Meiji Seika* ficaram intrigados com a idéia de participar da primeira série animada de meia hora do Japão, além de antes mesmo da proposta de Anami, já estarem considerando comprar um horário terça-feira à noite no canal *Fuji TV,* com intuito de promover a marca de tempero *curry Kinkei*.

Imagem 42: Quiosque da *Meiji Seika* na movimentada estação de trem de Tóquio.[89]

[88] Imagem retirada de de cf: https://www.morinaga.co.jp/company/english/ consultado em 05 de setembro de 2022

[89] Imagem retirada de cf: https://shibuya246.com/2010/02/19/meiji-chocosk/ consultado em 05 de setembro de 2022

Um dos colegas de Tezuka, Shirakawa Daisaku, tinha um irmão que trabalhava na *Fuji TV*. Essa conexão foi essencial para facilitar a passagem de muitas das primeiras produções de anime na *Fuji TV* e também criou o comitê composto por *Meiji Seika, Fuji TV, Mannensha e Mushi Pro.* Foi nesse momento, que Tezuka - com o ímpeto de adentrar na indústria de anime a qualquer custo -, tomou uma decisão que mudaria para sempre o rumo da indústria. Tezuka aceitou a oferta da *Mannensha* de uma verba de 550,000 ienes por episódio; decisão tomada para *Astro Boy* ter um custo mais vantajoso se comparado a séries "ao vivo" e também para sabotar qualquer futuro rival, botando um preço tão baixo, que nenhum competidor conseguiria igualar.

Imagem 43: Sede da *Fuji TV* em Odaiba, conhecida por sua arquitetura única por Kenzo Tange.[90]

A decisão foi um momento de virada na história da animação japonesa e criou para Tezuka muitos inimigos na indústria. Logo foi publicada uma história na imprensa afirmando que *Mushi Pro* já havia gasto toda sua verba no piloto e que não restou dinheiro para fazer mais episódios. Essa afirmação não foi muito fora da realidade.

Tezuka se esforçava o máximo possível para esconder os custos, chegando até a não cobrar por sua própria participação intelectual: os custos de produção eram inevitáveis, mas Tezuka não recebia nenhum adicional por sua autoria.[91]

---

[90] Imagem retirada de cf: https://en.wikipedia.org/wiki/Fuji_TV consultada em 05 de setembro de 2022

[91] Tezuka, Osamu. *Boku wa Mangaka* Ed.Tokyo:Nihon Tosho Centre, 1999. p.242-243.

A decisão de vender barato a produção de anime pode ter sido uma maneira de competir em uma indústria emergente, mas na prática ao em vez de afastar os competidores, eles bateram de frente com Tezuka, baixando seus preços em níveis similares, criando uma desvalorização na indústria que persiste até hoje, com muitas das posições ocupadas na produção de anime tendo salários que não cobrem nem os custos de vida no país.[92]

Imagem 44: Tetsuya Akutsu, um animador *freelancer*, trabalhando no seu apartamento em Tóquio no dia 14 de Janeiro. Akutsu quer começar uma família mas, com o seu salário, ele diz, "é impossível casar e criar um filho".[93]

2.1.2. Escassez de pessoal e Terceirização

Escassez de pessoal também foi um dos problemas enfrentados por Tezuka, que contornou essa situação terceirizando muito do trabalho para outros estúdios. Esta ação não foi bem uma “solução” porém mais uma medida para jogar o problema na mão de outros, geralmente empresas pequenas no início de sua operação como *P Pro* e *Onishi Pro*, que pegavam a parte de *layouts, inbetweening*[94] e criação de cenários.

---

[92] Dooley, Ben e Hida, Hikari. *Anime Is Booming. So Why Are Animators Living in Poverty?. The New York Times,* 24 de fevereiro de 2021. Disponível em: https://www.nytimes.com/2021/02/24/business/japan-anime.html, consultado em 23 de agosto de 2022

[93] *Op. cit.*

[94] Processo que envolve em criar frames intermediários entre dois frames chave, para dar a ilusão de uma transição suave entre um frame e outro. cf: https://blog.sakugabooru.com/glossary/in-betweens/ consultado em 12 de setembro de 2022

Porém, esses estúdios superestimaram suas capacidades de entregar esse trabalho no prazo, terceirizando e quarteirizando ainda mais a produção. Ishiguro Noboru, que evitava trabalhar para Tezuka, acabou se vendo trabalhando, em *Astro Boy*, como subcontratado na *Onishi Pro*.

Noboru relatou promessas imprudentes de entregar um episódio em um mês, quando na realidade, era uma carga que a equipe de 6 pessoas da *Onishi* demoraria meses para completar, levando a *Onishi Pro* a também terceirizar o trabalho. Logo, animadores internamente começaram a se referir a *Astro Boy* como *Tetsuya (*Virar a noite) *Atom*.[95]

Imagem 45: Retrato de Noboru Ishiguro circa 1984.[96]

A terceirização não resolveu o problema central de falta de animadores. Em vez disso, o comum era animadores que já tinham trabalhos durante o dia terem que trabalhar horas extras para completar trabalhos *freelance* para outras empresas. Muitos animadores voltavam para suas casas no final de tarde, apenas para continuar trabalhando como *freelancers* em *storyboards,* arte principal e *layouts* para outras empresas.

[95] Minakawa, Yuka, Nippon Doga no Koboshi: Shosetsu Tezuka Gakko vol.2. ed.Tokyo: Kodansha, 2009. p. 50
[96] Imagem retirada de um artigo incluído na edição de maio de 1984 da revista *The Anime*

Ishiguro Noboru afirmou que passou a segunda metade dos anos 1960 na vida de “trabalho de animador” e que não só deu a impressão enganosa de como a indústria de anime estava lidando com a carga de trabalho, mas também pressionou alguns animadores a fazerem seu trabalho do dia de qualquer jeito, para conseguirem lidar com o trabalho da noite.[97]

2.1.2. Exportação

Em um momento crucial, Tezuka recebeu o investimento estrangeiro que estava esperando, com um contrato dos EUA pedindo 52 episódios de *Astro Boy.* A *NBC Enterprises* - uma subsidiária da *NBC Network*, uma das três grandes redes televisivas dos EUA na época -, foi a empresa que comprou esses direitos. A *NBC Enterprises* era focada em importações menores, para mercados locais em sindicação.[98] A empresa prometeu criar um colchão financeiro vital para o processo de produção. Quando estreou o primeiro episódio, *Astro Boy* só tinha apenas mais outros quatro episódios completos e apenas dinheiro o suficiente para produzir mais um episódio.

Imagem 46: Créditos da versão americana de Astro Boy, com o logo da NBC Enterprises.[99]

---

[97]Noboru, Ishiguro e Noriko, Ohara. Terebi Anime Saizensen: Shisetsu Anime 17 Nenshi, ed.Tokyo: Yamato Shobo, 1980. p.84.

[98] Ladd, Fred e Deneroff, Harvey, Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider’s View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon ed.Jefferson, NC: McFarland, 2009. p.6.

[99] Imagem retirada de cf: https://thiswastv.com/2013/01/01/review-astro-boy-the-birth-of-astro-boy-and-adventure-on-mars/ consultado em 05 de setembro de 2022.

Sindicação (ou redifusão) é um modelo de negócios que se baseia em vendas de programas e séries para diferentes canais, seja para exibição ao vivo ou gravada. É um sistema comum e essencial em países onde a televisão é composta por filiais locais de emissoras maiores, como é o caso dos EUA.[100]

Porém, o envolvimento americano também gerou pedidos que diluíram a visão original de Tezuka, com os animadores encorajados a evitar temas adultos, nudez e histórias contínuas. Essas exigências chegaram em um momento desconfortável, quando *Mushi Pro* enviou os primeiros doze episódios para a NBC *Enterprises,* apenas para descobrir que seis deles tinham sido rejeitados pelo setor de normas e práticas da empresa.

O localizador americano, Fredd Ladd, com muita edição, conseguiu salvar três dos episódios. Os outros três tiveram que ser cortados. Nesses episódios foram relatadas cenas de vivissecção animal; um dos cenários continha imagens de uma mulher nua; e uma das histórias envolvia uma mensagem arranhada no olho de uma estátua de Cristo.[101]

Imagem 47: Fredd Ladd, roteirista responsável pela localização de *Astro Boy* para públicos americanos.[102]

---

[100] cf: https://web.archive.org/web/20120310111521/http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=syndication arquivado em 10 de março de 2012.

[101] Ladd, Fred e Deneroff, Harvey, Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider's View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon ed.Jefferson, NC: McFarland, 2009. p.35.

[102] Imagem retirada de cf: https://cartoonresearch.com/index.php/fred-ladd-the-godfather-of-astro-boy-1927-2021/ consultado em 05 de setembro de 2022

A *NBC Enterprises* nunca forneceu o *Astro Boy* para sua empresa matriz. Em vez disso, vendeu-o em sindicação para canais independentes espalhados pelos EUA. Vendendo com prejuízo para gerar altas audiências, os primeiros episódios de *Astro Boy* foram vendidos por um preço baixíssimo a uma emissora independente de Nova Iorque, a *WNEW-TV,* a fim de gerar índices de audiência impressionantes no prestigioso mercado nova-iorquino.[103]

Ocorreu um mal entendido sobre a natureza do acordo com a *NBC Enterprises*. O investimento garantiu 10,000 dólares extras por episódio a *Astro Boy*, adicionando aproximadamente 300,000 ienes por semana ao faturamento de Tezuka.

Os 52 episódios (produção de um ano) garantiram um faturamento de 54.6 milhões de ienes de direitos oriundos das TVs japonesas e americanas; mas isso só pagaria aproximadamente 6 meses de episódios completos.

Tezuka imaginou que o pedido de 52 episódios seria apenas a primeira leva de um pedido em andamento, enquanto a *NBC Enterprises* não viu motivos para estender o pedido além do combinado original, acreditando que 52 episódios seriam mais que o suficiente para reprisá-los indefinidamente. Como resultado, o agente de vendas da *Mushi Pro* chegou aos EUA para negociar a próxima leva de episódios, apenas para descobrir que a *NBC Enterprises* não tinha interesse nenhum em comprá-los.

Fredd Ladd afirmou que a *Mushi Pro* estava tão dependente do investimento americano, que ameaçou vender os próximos 52 episódios de *Astro Boy* para um rival da *NBC Enterprises*, forçando um compromisso onde a concordaram em produzir mais 52 episódios. Em negócios futuros estaria específico que o contrato

[103] Ladd, Fred e Deneroff, Harvey, Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider's View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon ed.Jefferson, NC: McFarland, 2009. p.22.

seria para apenas 52 episódios, limitando o comprometimento da *NBC Enterprises* para um único ano.[104]

Imagem 48: Um frame de um dos episódios da segunda leva contratada pela *NBC Enterprises.*[105]

Nenhum desses problemas chegou à indústria japonesa, que só escutava sobre o sucesso de *Astro Boy* nos EUA, com a implicação que a animação japonesa estava prestes a dominar o mundo.[106]

2.1.3. Reação e Rivalidade

Outras empresas japonesas logo correram para tentar imitar o sucesso de Tezuka. Em setembro de 1963, a *Fuji TV* havia expandido sua remessa de animação com *Sennin Buraku,* uma série "adulta" exibida tarde da noite. Tanto *Sennin Buraku* quanto *Tetsujin 28* - que também era exibido pela Fuji TV -, foram feitos pela *TCJ*, uma empresa que, anteriormente, trabalhava produzindo comerciais. Já na Toei, meia dúzia de animadores foram retirados da produção do filme *Gulliver no Uchuu Ryoko* e colocados na produção de um projeto de animação para TV, *Ookami Shounen Ken* (1963).

---

[104] Ladd, Fred e Deneroff, Harvey, Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider's View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon ed.Jefferson, NC: McFarland, 2009. p.39.
[105] Cena retirada do episódio 74 de *Astro Boy.*
[106] Clements, Jonathan. Anime: A History 01. Ed. British Film Institute, 2013. p. 139.

Esta série foi colocada sob o comando de Tsukioka Sadao - um animador de 24 anos e antigo colega de Tezuka -, que, ironicamente, aparenta ter conseguido o emprego justamente por não ter experiência com o padrão de produção da Toei. O cargo tinha sido oferecido a vários animadores veteranos da Toei, mas todos afirmaram ser uma tarefa impossível.

Imagem 49: *Sennin Buraku* se passa em Taoyuan, uma pequena vila do período Edo (1603-1868), povoada exclusivamente por ascetas taoístas. O ancião, Lao Shi, conduz pesquisas sobre magia e alquimia, enquanto o seu discípulo, Zhi Huang tem mais interessado nos prazeres carnais. Ele se apaixonou por três lindas irmãs que viviam nas proximidades, muito para o aborrecimento de Lao Shi.[107]

A soberania de *Astro Boy* foi desafiada na temporada televisiva do verão de 1963, com *Tetsujin 28 (Fuji TV)* que começou a ser exibido em 20 de outubro. *Ookami Shounen Ken* (NET/Asahi) – outra série -, em 5 de novembro e *Eightman* (TBS) – ainda outra -, no dia 7 de novembro.

No outono seguinte, as séries rivais rapidamente dominaram um novo mercado nos cinemas, onde episódios selecionados de *Ookami Shounen Ken* foram compilados em um filme intitulado *Ookami Shounen Ken Manga Daikoshin* (1964). Antes disso já que *Ookami Shounen Ken* foi produzido pela *Toei,* um de seus episódios chegou aos cinemas em dezembro de 1963, servindo de entrada para o novo longa animado da Toei, *Wanwan Chushingura* (1963), que ironicamente, tinha Tezuka em sua produção, parte do terceiro e último filme do acordo original com a *Toei*.

[107] Assista o primeiro episódio em cf: https://www.youtube.com/watch?v=BwVihTc52ns

Imagem 50: *Tetsujin 28*, a história de um robô gigante controlado por controle remoto por Shotaro, o filho de seu criador e utilizado para combater o mal e outras ameaças.[108]

Tezuka já tinha um plano para superar a competição: avisou aos animadores que o episódio 56 de *Astro Boy* seria um piloto experimental feito em cores. Essa ideia surgiu com pedidos de seus clientes, tanto japoneses quanto americanos, que deixaram claro que queriam animação em cores no futuro.

O episódio mostrava o *Astro Boy* viajando até a lua e ajudando um esquadrão de defensores da terra a protegê-la de *aliens*. Os coadjuvantes eram todos personagens de outra história de Tezuka - *Number 7* -, que era um dos candidatos a receber uma série em cores no futuro. O episódio foi exibido no dia 25 de janeiro de 1964, atingindo o maior índice de audiência que receberia em toda sua exibição para TV, 40.3 por cento, como resultado desse experimento em cores.

O episódio em cores também serviu a outro propósito no inverno, onde foi juntado com outros dois episódios anteriormente monocromáticos, o 46 e 71, que foram editados e coloridos para formar o primeiro "longa-metragem" de *Astro Boy*, T*etsuwan Atom: Uchuu no Yuusha* (Astro Boy: Herói do Espaço) (1964). Isso superaria a competição, não apenas por ser um "longa-metragem" verdadeiro, mas também por ser feito em cores, estabelecendo Tezuka novamente como um inovador no mercado.[109]

---

[108] Veja a abertura de *Tetsujin 28* em https://www.youtube.com/watch?v=c2zYuQqzEJQ
[109] Animage Pocket Data Notes, ed.1989, Tokyo: Tokuma Shoten. p.43-44.

Imagem 51: Frame do episódio 56 de Astro Boy, também utilizado no filme Astro Boy: Herói do Espaço.

Porém, alguns problemas ainda persistiam. Algumas distribuidoras estavam receosas em exibir *Herói do Espaço* como um longa-metragem animado legítimo. Sendo em cor ou não, ainda era um pouco mais que três episódios de TV editados juntos. Tirando o problema de administrar as expectativas do público para algo que não iria igualar ao padrão *Toei* de longas-metragens animados, *Herói do Espaço* foi exibido na rede *Nikkatsu* de cinemas no inverno, discretamente desviando-se da competição, com *Gulliver no Uchuu Ryoko* da *Toei* estreando no outono. Ao em vez disso, competiu competindo mais apropriadamente com o segundo *Ookami Shounen Ken Manga Daikoshin,* um filme compilação.

Imagem 52: Ookami Shounen Ken, história sobre um jovem garoto chamado Ken que foi criado por lobos.[110]

[110] Veja a abertura de *Ookami Shounen Ken* em cf: https://www.youtube.com/watch?v=AUXlX4eo3cc

O experimento em cores foi um sucesso. Em 1964 Tezuka revelou aos seus empregados que conseguiu um acordo da NBC Enterprises para investir em uma série completamente em cores, baseado em seu mangá *Jungle Taitei*, que foi lançado entre 1950 a 1952 na revista *Manga Shonen.* Assim, todos os outros protótipos em cores para TV foram suspensos: até mesmo *Astro Boy* teria perdido prioridade comparado a essa nova série. A história de um filhote de leão que passa por provações para se tornar o imperador da floresta tinha todos os elementos de jornada, paixão e aventura que Tezuka via como necessários para um sucesso contínuo, combinado com um cenário africano exótico.[111]

Imagem 53: Frame da série de 1965, Jungle Taitei.[112]

Porém surgiu uma dificuldade. Determinados a evitar os problemas de localização e continuidade que assombravam a produção de *Astro Boy, a NBC Enterprises*, enviou uma lista preventiva de diretrizes para Tezuka seguir. Essas diretrizes incluíam um pedido de não haver uma história contínua. Ao em vez disso, cada episódio deveria ter um fim autocontido, com nenhum episódio tendo *cliffhangers*[113] ou história em desenvolvimento. Como "apoio" a movimentos de direitos civis e dos animais, Tezuka também foi instruído a evitar retratar negros em seus desenhos, além de qualquer cena de humanos sendo crueis com animais; isso em uma série que envolvia caçadores de animais selvagens na África.[114]

---

[111] Eiichi, Yamamoto, Mushi Pro no Koboki: Ani Meita no Seishun. ed. Tokyo: Shinchosha, 1989. p.151.
[112] Veja o encerramento de *Jungle Taitei* em https://www.youtube.com/watch?v=Qw_-mA0AtdE
[113] Um final de episódio ou seguimento de história que termina em suspense, deixando o público ansioso pela próxima parte. Em português, significa literalmente "à beira do precipício". cf: https://pt.wikipedia.org/wiki/Cliffhanger_(roteiro)
[114] Eiichi, Yamamoto, Mushi Pro no Koboki: Ani Meita no Seishun. ed. Tokyo: Shinchosha, 1989. p.153-154.

Algumas, mas não todas essas diretrizes foram mudadas posteriormente pelos escritores da série, que forçaram concessões do produtor Yamamoto Eiichi: animais passaram a ser permitidos estarem “nus” em seus habitats naturais e retratos de pessoas negras foram permitidos, desde que fossem apresentados como "civilizados”; vilões só poderiam ser brancos. Diante das preocupações de seus funcionários da história já ter uma década e possivelmente estar desconexa para um público moderno, Tezuka concordou que o primeiro ano deveria ser focado no leão Leo como um filhote, para evitar problemas de continuidade. A série seguinte, com um nome diferente, iria retratar a vida adulta de Leo.[115]

Imagem 54: Frame de Shin Jungle Taitei: Susume Leo, sequência de Jungle Taitei que mostra a vida adulta de Leo.[116]

2.1.4. Crise e Gestão

Em 1964, apenas um ano depois da estreia de *Astro Boy,* Tezuka já teria admitido internamente que a *Mushi Pro* estava seguindo um modelo de negócios perigoso. A firma era forçada a investir grandes quantias de dinheiro em avanço, apenas para ser vendido em partes. A emissora geralmente só pagava por cada episódio completo e não pela dúzia de episódios que já estavam em vários estágios de produção sendo finalizados.

Tezuka já tinha investido o próprio dinheiro na *Mushi Pro,* já que os bancos estavam receosos em investir em um produto com valor variável e imprevisível.

[115] Masaki, Tsuji. TV Anime no Seishunki. ed.Tokyo: Jitsugyo no Nipponsha. 1996. p.78-80.
[116] Veja a abertura de hin Jungle Taitei: Susume Leo em https://www.youtube.com/watch?v=ahU5uFJJDi4

Ainda por cima, já que o dinheiro não era disponibilizado na concepção do projeto, Tezuka era forçado a gastar o dinheiro feito no projeto anterior para manter o estúdio funcionando. Então Tezuka tentou algum nível de controle financeiro, fazendo um orçamento de 130 milhões de ienes para *Jungle Taitei,* com um custo estimado de 2.5 milhões de ienes por episódio.[117]

A perspectiva pessimista sob tal atitude é uma de declínio inevitável, com Tezuka desvalorizando sua própria propriedade, instigando um ciclo vicioso de retornos decrescentes e cortes de verbas, fortalecidos apenas por injeções aleatórias de renda, vindas de *merchandising* e vendas estrangeiras. Essa falha passou despercebida no começo da ascensão extraordinária das séries de TV no começo até o meio dos anos 1960.

O choque do novo impulsionou o monocromático *Astro Boy* e depois o colorido *Jungle Taitei* ao sucesso nos índices de audiência, porém a competição logo diluiu essas conquistas. Existe apenas um número finito de crianças, o que reflete em um número finito de lancheiras, bonecas e brinquedos para vender a cada ano. Enquanto mais séries competiam pela atenção do público, diminuía a participação do mercado de Tezuka, que se via obrigado a financiar a produção do déficit de uma série com o dinheiro do investimento da próxima série.

Enquanto isso, desde o início, suas séries não conseguiam lucrar apenas com patrocínios e o valor de exibição. Elas necessitavam do dinheiro de *merchandising* e vendas estrangeiras para sobreviver e só levou um único resultado decepcionante para expor o perigoso modelo financeiro seguido na *Mushi Pro.*

[117] Eiichi, Yamamoto, Mushi Pro no Koboki: Ani Meita no Seishun. ed. Tokyo: Shinchosha, 1989. p.156.

Imagem 55: Brinquedo do Astro Boy da linha Osaka Tin Age Collection.[118]

No final dos anos 1960, Tezuka estava abandonando a televisão, investindo suas esperanças no mundo de filmes para adultos, com seu entendimento de que o mercado geral do cinema ainda era maior para adultos do que era para crianças.

Quando *Senya Ichiya Monogatari* (1001 Noites) (1969) não conseguiu recuperar o seu custo de produção, a *Mushi Pro* teve prejuízos e ficou tão frágil financeiramente que a crise econômica do começo dos anos 1970 a destruiu completamente. Porém, não foi só a *Mushi Pro* que foi afetada por esses problemas: até a *Toei Doga* estava despedindo funcionários no começo dos anos 1970. Publicidade e patrocínio também estavam sendo diluídos entre múltiplos canais e propriedades, o rápido aumento de renda dos anos de 1958 a 1963 nunca iria se repetir de novo.[119]

[118] Imagem retirada de https://www.carters.com.au/index.cfm/item/1334199-an-osaka-tin-age-collection-astro-boy-in-box/ consultado em 05 de setembro de 2022

[119] Funamoto, Susumu. *Anime no Mirai o Shiru: Post-Japanimation Keyword wa Sekaishi + Digital.* Ed. Ten Books, 1998. p.32.

Imagem 56: Frame de Senya Ichiya Monogatari (1969). O primeiro filme da trilogia de filmes orientados para o público adulto produzido pela Mushi Pro. É uma recontagem erótica do conto 1001 noites.

Quando *Senya Ichiya Monogatari* não conseguiu o sucesso internacional esperado, o déficit líquido nas receitas de orçamento do Tezuka foi de 9,1 milhões de ienes. Ele foi, então, forçado a amortecer suas perdas em seu próximo filme - *Cleopatra* (1970), espremendo um orçamento (que já estava apertado), desiludindo os seus funcionários (que já estavam sobrecarregados) e criando uma meta de vendas ainda menos realista para a produção se pagar.

Imagem 57: Frame de Cleopatra (1970), segundo filme da trilogia de filmes orientados ao público adulto feitos pela Mushi Pro. Nele vemos Três pessoas do futuro embarcando em uma máquina do tempo para a época de Cleópatra e do Antigo Egito.

Porém, segundo contadores da indústria, o déficit no orçamento de *Senya Ichiya Monogatari* é mínimo sob os padrões do começo do século 21, de modo que um longa-metragem de renome moderno pode facilmente recuperar essa quantia vendendo os direitos de vídeo para um território estrangeiro pelo valor mínimo garantido.

2.1.5. A frente de seu tempo?

Dez anos depois do colapso da *Mushi Pro*, com dívidas de 220 milhões de ienes, a indústria de filmes iria mudar para sempre. Novos mercados de vídeo e TV-a-cabo, transformam uma propriedade como *Senya Ichiya Monogatari* em um bem ativo, ao invés de um bem passivo.[120]

Não é surpresa que Tezuka seja frequentemente citado como o criador do "anime", diferenciando-se da "animação japonesa", como dito por Tsugata Nobuyuki.[121] A chegada de Tezuka na indústria criou estruturas, premissas e expectativas que a animação para TV japonesa não conseguiu se livrar até os dias de hoje.

Os depoimentos de outros animadores de que as medidas de corte de custo de Tezuka foram apenas senso comum e que diversos outros produtores como Tsukioka Sadao, da *Toei*, e Ushio Soji, da *P Pro*, poderiam - e de fato teriam chegado a conclusões similares -, são hipóteses plausíveis. Porém, eles fizeram isso em reação à invasão de Tezuka no mercado e em reação à decisão mais revolucionária de Tezuka, estabelecendo o valor teórico de anime como apenas uma fração do seu real custo de produção. Essa decisão radical, condenou anime para televisão, ao mesmo tempo que o tornou viável, marcando uma revolução permanente na

[120] Vogel, Harold, Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis, 7th ed.Cambridge: Cambridge University Press, 2007. p.92.
[121] Nobuyuki, Tsugata. *Anime-gaku*, ed.Tokyo: NTT Shuppan, 2011. p.30.

indústria de animação japonesa que pode ser notada até hoje.

Imagem 58: Tezuka em um escritório vazio em 1988, onde logo fundaria o estúdio de Niiza da Tezuka Productions.[122]

Com essas mudanças, se estabeleceu um padrão de produção que prevalece até hoje na indústria. Claro, entre os anos 1970 e hoje houve diversas mudanças na indústria, com surgimento do VHS e venda de mídias gravadas, proliferação de distribuição pela TV a cabo e mais recentemente os serviços de streaming. Porém, essas mudanças afetaram mais a origem da receita do que a forma de produção em si. As mudanças mais significativas sobre os meios de produção em si, ocorreram durante o começo e final da bolha financeira e imobiliária do Japão.

2.2. A Bolha Econômica Japonesa e OVA

Na última metade dos anos 1980, o Japão vivenciou uma bolha econômica, gerada por uma grande inflação no setor imobiliário.[123] Com esse período de influxo

[122] Imagem retirada de: https://tezukaosamu.net/en/about/album02.html, consultado em 12 de setembro de 2022.
[123] Watkins, Thayer. The Bubble Economy of Japan. San José State University Department of Economics. Disponível em: https://web.archive.org/web/20211018135424/https://www.sjsu.edu/faculty/watkins/bubble.htm, arquivado em 18 de outubro de 2021, consultado em 12 de setembro de 2022.

na economia japonesa, junto do surgimento do VHS, criou-se uma nova forma de produzir e vender anime, provocando um *boom* na indústria.

OVA (Original Video Animation) são anime lançados diretamente para mídia doméstica, sem antes ter sido exibidos na TV ou no cinema.[124] Geralmente esses anime são compostos por poucos episódios (alguns até só lançando um único episódio). Existem, no entanto, exceções: *Ginga Eiyuu Densetsu* (1988) teve 110 episódios lançados durante um período de 9 anos). Esse novo formato, aliado com empresas novas e antigas que receberam um grande influxo de dinheiro e estavam a procurar novos investimentos, criou um novo tipo de meio de produção na Indústria.

Imagem 59: *Poster* de Ginga Eiyuu Densetsu (1988)

Era comum empresas de brinquedo dentre outras a comissionar sozinha alguns episódios para um estúdio de anime, a fim de usar como patrocínio de seus produtos ou forma de capitalizar em adaptações rápidas de obras de moderado sucesso. O gênero mecha teve uma ascensão astronômica nesse período, onde os investidores davam total liberdade ao estúdio de animação, desde que os robôs que iriam ser vendidos como brinquedos estivessem proeminentes como atração principal.

---

[124] *Lexicon: Original Animation Video (OAV/OVA)*. Anime News Network. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?&id=35, consultado em 07 de setembro de 2022.

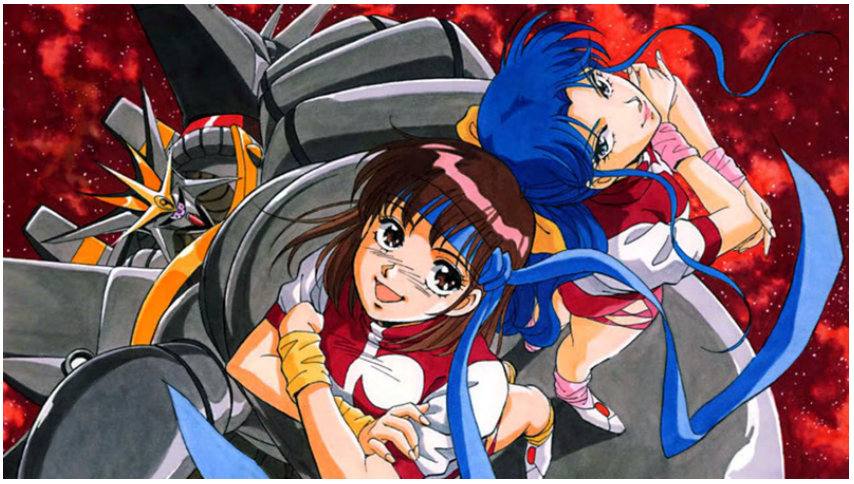


Imagem 60: Pôster de Top wo Nerae! (1988), OVA que estreou a carreira de diretor de Hideaki Anno.

Foi um período de investimento desenfreado, onde muitas vezes os custos não chegaram a ser recuperados. O foco em séries originais ou adaptações de nicho, apesar de ter um certo apelo, falharam em atingir o nível de popularidade desejado. Muito se deve às equipes de produção inexperientes, que tiveram que assumir a responsabilidade, já que os integrantes mais experientes estavam ocupados com projetos de maior importância. A liberdade dada a esses novos integrantes acabou gerando obras excêntricas, que apesar de em retrospecto serem interessantes, foram o que levou à falha comercial desses projetos.[125]

Imagem 61: Alguns OVAs em sua distribuição via VHS.

[125] Sevakis, Justin. Why Were Anime Budgets So Big In The 80s? Anime News Network, 16 de janeiro de 2019. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/answerman/2019-01-16/.142132, consultado em 13 de setembro de 2022.

2.3. Comitê de Produção

O estouro da bolha econômica no início dos anos 1990, gerou uma das maiores recessões da história do Japão, com a década de 1990 sendo descrita como a "Década Perdida". Isso afetou gravemente a indústria de anime, já que as empresas não mais poderiam se dar ao risco de ser a única financiadora de um projeto, uma ocorrência que tinha se tornado comum nos anos de bolha econômica.[126]

Anime não é um investimento seguro, é dito que 70% dos anime vão gerar lucro eventualmente, mas nenhuma empresa queria o fardo de financiar sozinhas um projeto que talvez não gere lucro e que mesmo se gerar, poderia demorar anos. Uma das formas de solucionar esse problema foi o sistema de comitês de produção, onde múltiplas empresas se juntam para financiar um projeto.[127]

Esse é o modelo mais popularmente seguido até os dias de hoje. Graças a isso podemos apresentar um exemplo teórico de como um anime é produzido atualmente. Um produtor de uma editora de mangá decide produzir um anime para divulgar um de seus mangás populares. Ele vai procurar empresas que estão dispostas a investir e que se beneficiaram do projeto. Como uma empresa que vende DVDs, que além do investimento, se encarrega da distribuição doméstica do projeto; uma gravadora que deseja divulgar seus artistas populares, pode produzir as músicas as aberturas e encerramentos do anime e uma empresa publicitária pode vender espaços para marketing indireto dentro da série. A quantidade investida não é dividida igualmente entre as empresas, embora dados da percentagem de investimento não sejam divulgados, é entendido que a colocação na lista de produção determina quem investiu mais, com os nomes no topo sendo os que mais investiram.

---

[126] Saiba mais em: Hayashi, Fumio. The 1990s in Japan: A Lost Decade, Universidade de Tóquio, 2001.
[127] Sevakis, Justin. The Anime Economy - Part 1: Let's Make An Anime! Anime News Network, 05 de março de 2012. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/feature/2012-03-05 consultado em 13 de setembro de 2022.

Imagem 62: Sequência de créditos de Musekinin Kanchou Tylor (1993), contendo seu comitê de produção.

Nem todo membro do comitê precisa de uma função tangível: vão existir empresas que “apenas” investem dinheiro no projeto. Esse sistema facilita a produção de anime, já que mesmo que se um anime não der lucro imediato, o prejuízo não vai ser tão grave quando dividido por múltiplas empresas. Esse modelo foi popularizado pelo anime *Neon Genesis Evangelion* (1995) e seu comitê, intitulado *Project Eva*, que - com seu sucesso estrondoso -, fez com que até séries “ao-vivo” e programas de variedade adotassem esse modelo.[128]

Imagem 63: Exemplo de comitê de produção.

[128] Cirugeda,Kevin. What Is An Anime’s Production Committee? Sakuga Blog, 02 de maio de 2017. Disponível em: https://blog.sakugabooru.com/2017/05/02/what-is-an-anime-production-committee/, Consultado em 13 de setembro de 2022.

2.4. Media Mix

Anime se tornou, a partir daí, um fenômeno global; uma indústria de bilhões de dólares que cresce e expande seu alcance a cada ano. Públicos do mundo todo ficam encantados com os charmes de histórias intrinsecamente criadas em um contexto japonês. Um dos fatores que ajudou a sua popularização, assim como sua cultura duradoura, foi o *Media mix*.

Media mix é o termo usado no Japão para projetos transmídia, ou seja, dispersar conteúdo de uma franquia entre diversas mídias. Um exemplo: a franquia Pokémon, que coincide o lançamento de um jogo com o anime, nova linha de brinquedos e de cartas colecionáveis. Poucas indústrias atualmente tomam tanto proveito da transmídia quanto a indústria do anime; um único anime pode ser usado para promover um mangá, brinquedos, múltiplos grupos musicais, videogames e até adaptações teatrais, tudo simultaneamente. Ao longo desse trecho irei comentar sobre os exemplos mais notáveis de *media mix* e como anime ajuda a criar e impulsionar indústrias. [129]

Imagem 64: Anime de Pokémon, que completou 25 anos em 2022, continua ganhando novas iterações para coincidir com lançamentos de seus videogames principais.

[129] Jenkins, Henry, Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, ed.NYU Press, 2006. p. 110

2.4.1. Mecha, Robôs Gigantes e Gunpla

Mobile Suit Gundam, lançado em 1979, foi um dos diversos anime resultados de um acordo de produtores de anime e fabricantes de brinquedo, colaboração criada com intuito do anime lançar junto de uma linha de brinquedos, resultando em propaganda direta para eles. Robôs gigantes eram um tópico popular para essas colaborações, desde que Tetsujin 28 deu luz ao gênero *mecha* 19 anos antes da estreia de *Gundam*. Até então, a indústria estava familiarizada com o que seria denominado anos depois como *Super Robot*, robôs humanoides, que usavam super poderes assim como os super-heróis americanos, algumas séries de sucesso da década de 1970 incluem *Mazinger Z* (1972) e *Getter Robo* (1974).

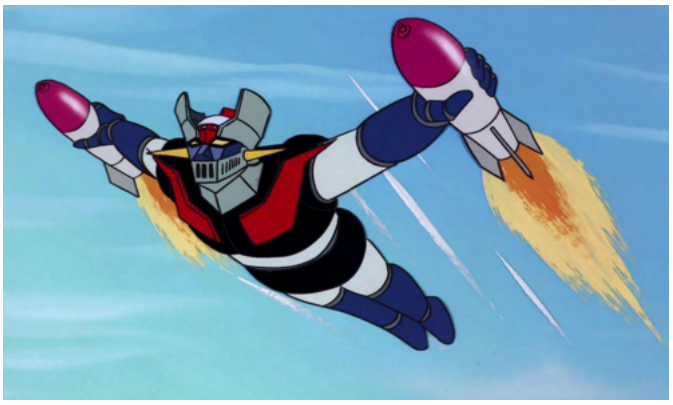


Imagem 65:Frame de Mazinger Z (1972)

Em 1979 Gundam tentou apresentar algo novo, robôs com designs que tentam refletir mais como eles seriam se fossem feitos em uma guerra “real”, possuindo uma lógica interna da série em como eles operam, fazendo mais se assemelha a uma máquina real. Essa abordagem veio a ser chamada com tempo de Real Robot.

Imagem 66: Frame da abertura de Mobile Suit Gundam (1979), com o titular modelo RX-78-2.

Porém, Gundam não chegou a popularidade na época, sendo cancelado após a fabricante de brinquedos *Clover*, que patrocinava o anime, rescindir seu patrocínio após baixas vendas de brinquedos, deixando *Gunda*m com um total de 43 episódios, que anteriormente seriam 50. Apesar disso, uma fabricante de brinquedos estreante, Bandai, fez um novo acordo com a *Sunrise* (responsável pela produção do anime), introduzindo um novo tipo de brinquedo, um kit mecha fácil de montar, conhecido como *Gundam Plastic Model*, ou para encurtar, *Gunpla*.

Imagem 67: O primeiro *Gunpla*, lançado em julho de 1980, é baseado no RX-78-2.

Em julho de 1980, foi lançado o primeiro modelo de *Gunpla*, baseado no RX-78-2, modelo usado pelo protagonista Amuro Ray. Um sucesso imediato de vendas, o brinquedo performou bem o suficiente para uma nova série animada ser aprovada, *Mobile Suit Zeta Gundam* (1985). Dessa vez não só o titular *Zeta Gundam*, mas também diversos robôs usados por antagonistas e aliados tiveram Gunplas produzidos, sendo um sucesso de vendas desde o início, *Zeta Gundam* sedimentou a franquia como um monolito na indústria, com novas iterações até hoje. Uma indústria foi criada ao redor de Gunpla, em 2015, foi anunciado que 450 milhões de unidades de Gunplas haviam sido vendidos, também criando o hobby de montar Gunplas, que são lançados com diferentes complexidades, existindo até competições para a montagem dos modelos. [130]

[130] Orsini, Lauren. *How Gundam Became an EMPIRE | The Rise of Gunpla - Anime Explained.* Crunchyroll, 19 de abril de 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=wJg1gfsA2kY&t, consultado em 14 de setembro de 2022.

Imagem 68: Construção de Gunpla vencedora da Gunpla Builders World Cup 2018.

Gunpla se tornou sinônimo para kits montáveis de robôs, a ponto de fãs usarem o termo até para franquias fora do escopo de Gundam, que imitaram seu sucesso. Gundam se tornou uma indústria complementar a de anime, tendo um sucesso imenso e influenciando centenas de séries no processo, criando uma sub-cultura viva e ativa até os tempos atuais.

2.4.2. Canções e *Idols*

Outra forma de media mix foi inaugurada em em 1 de julho de 1983, com a estreia do anime *Maho no Tenshi Creamy Mami,* onde o papel da protagonista Yu Morisawa, lançou a carreira musical de sua voz original, Takako Ohta, correlacionando pra sempre o papel atriz de voz (e futuramente, atores também) com a função de cantar.

Imagem 69: CDs lançados com canções do anime Maho no Tenshi Creamy Mami, cantados por Takako Ohta

Alguns anos depois, em 2006, estreou o anime *Kirarin Revolution,* onde a protagonista Tsukishima Kirari foi interpretada pela *idol* do grupo *Mourning Musume*, Kasumi Koharu. Idols são um tipo de artista comercializado pela imagem, beleza e personalidade dentro da cultura pop japonesa.

As *idols* são principalmente cantoras com treinamento em atuação, dança e modelagem. São comercializadas por meio de mercadorias e de recomendações de agências de talento, mantendo uma relação parassocial com seus consumidores leais.[131]

Imagem 70: CD com canções do anime Kirarin Revolution, sua capa mostra tanto a protagonista Tsukishima Kiara quanto sua intérprete, Kasumi Koharu.

Na atualidade, existem diversos anime focados exclusivamente em *idols*, como *Love Live* e *Idolm@ster*. Onde são a atração principal e lançam em grandes quantidades de músicas, demonstrando a variedade de talentos e personalidades dentro desses grupos idol. Esses anime impulsionam a relação de seus fãs com a *idols*, com representações no mundo animado que idealizam ainda mais suas *idols* favoritas, e criando novas formas de *merchandising* para serem consumidas incessantemente por sua base de fãs leais.

---

[131] Clewis, Mercedez e Jing, Jacki. *What Is Idol Anime?* Anime News Network, 24 de dezembro de 2021. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/watch/2021-12-24/what-is-idol-anime/.180947, Consultado em 13 de setembro de 2022.
180947

Imagem 71: A franquia *Idolm@ster* possui dezenas de personagens, onde todos são interpretados por uma Idol real e tem músicas exclusivas lançadas.

2.5. *Doujinshi* e Cultura *Otaku*

Um dos aspectos mais importantes da cultura otaku é as produções por fãs. *Doujinshi* (encurtado, *doujin)* é um termo designado para qualquer criação feita e distribuídas de forma independente, muitas vezes associado com *fanfiction*, ou seja, criações de fãs sobre obras já existentes.[132]

Imagem 72: Venda de diversos doujins feitos por fãs baseados em franquias populares

Fãs produzem uma quantidade enorme de arte, mangá, música e jogos relacionados a franquias pré-existentes, podendo-as distribuídas de forma gratuita ou até paga em dezenas de eventos dedicados a doujinshi no Japão.

---

[132] *Lexicon: Dojinshi*. Anime News Network. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?id=16, Consultado em 13 de setembro de 2022.

Foi criado uma cultura enorme em volta aos *Doujin*, com eventos como a *Comic Market (Comiket)*, que mesmo com as restrições de covid-19, a centésima edição do evento, que ocorreu entre os dias 13 e 14 de agosto de 2022, lotou o evento com um público de 170.000.[133] O evento físico anterior, a edição 97 (a 98 e 99 foram online, pelas restrições da covid-19) atraiu cerca de 560.000 visitantes em 3 dias.[134]

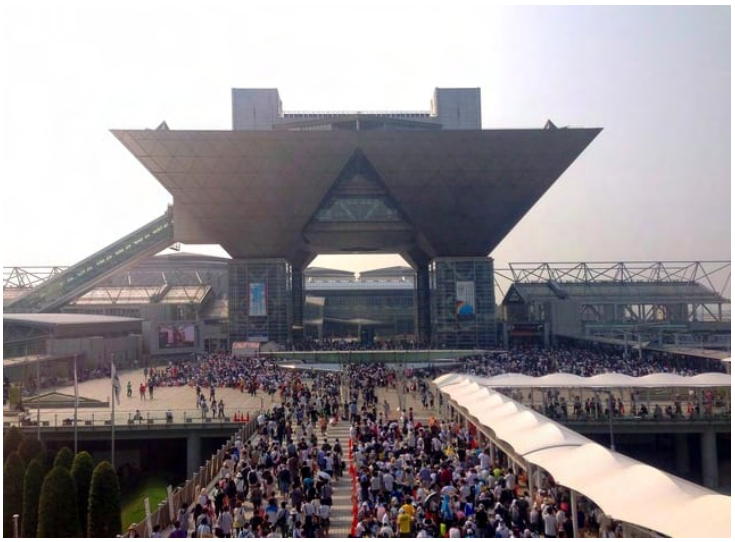


Imagem 73: Comic Market, maior feira de doujinshi do mundo, realizada normalmente em Tokyo Big Sight.

As criações de fãs acabaram por criar uma disseminação da obra original, com *doujins* populares criando uma espécie de propaganda gratuita para o conteúdo o qual foi derivado. A criação de doujin se tornou uma parte íntegra da cultura *otaku*, com criação de arte sendo tão natural como uma discussão sobre a obra, além de servir para criativos testarem suas ideias, com diversos autores que vieram a trabalhar na indústria, tendo criado *doujin* anteriormente.

---

[133] Pineda, R. Antonio. *Comic Market 100 Drew 170,000 Attendees Across 2 Days.* Anime News Network, 14 de agosto de 2022. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-08-14/comic-market-100-drew-170000-attendees-across-2-days/.188661, consultado em 12 de setembro de 2022.

[134] Hodgkins, Crystalyn. Comic Market 97 Attracts 190,000 Attendees on 3rd Day. Anime News Network, 30 de dezembro de 2019. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/daily-briefs/2019-12-30/comic-market-97-attracts-190000-attendees-on-3rd-day/.154893, consultado em 12 de setembro de 2022

Assim, muitos criadores visam proteger essa identidade, como Ken Akamatsu, um mangaka que recentemente se elegeu como senador no Japão, tem como uma das pautas principais a proteção de *doujins,* de forma que criações por fãs não sejam afetas ou proibidas por leis de direitos autorais.

2.6. Ascensão do *Streaming*

Outro fenômeno que mudou a logística da indústria de anime foi o surgimento de serviços de *Streaming.* Uma forma de distribuição digital, que oferece filmes e seriados que podem ser assistidos em uma plataforma online, sem a necessidade de baixar os dados em seu dispositivo. São disponibilizados em sites e/ou aplicativos e geralmente estão ligados a pagamentos recorrentes para a manutenção do serviço.[135]

O Anime se tornou crucial para serviços de *streaming*. Durante a última década, anime se tornou um dos principais focos em torno da competição por telespectadores; do *Netflix* ao *Amazon Prime Video* ao *Crunchyroll* e *Funimation*. A oferta de anime se tornou um importante ponto de venda para plataformas de streaming.[136]

Imagem 74: Logo do Crunchyroll, maior serviço de streaming de anime do mundo, junto de sua mascote, Hime.

---

[135] *Streaming*. Maxcast. Disponível em: https://maxcast.com.br/streaming/ consultado em 12 de setembro de 2022

[136] Petit, Aurélie. *Anime Streaming Platform Wars*. The Platform Lab. 2021. Disponível em: https://www.theplatformlab.com/reports consultado em 12 de setembro de 2022

De serviços como o *Crunchyroll*, que são focados exclusivamente em conteúdo relacionado a anime, até grandes plataformas que focam em conteúdo geral como *Netflix*. A competição por licenciamento e produção de anime por essas plataformas vem se tornando cada vez mais acirrada.

Com cada vez mais serviços de streaming de grandes empresas chegando ao mercado (tal como o *Disney+*), a tendência é intensificar cada vez mais esse conflito. Porém, o investimento de grandes empresas, como a aquisição da Sony sobre a *Funimation* e *Crunchyroll* (considerados o segundo e primeiro maiores serviços de *streaming* de anime do mundo respectivamente), consolidando o catálogo dos dois serviços em um único (*Crunchyroll*) cria um desnível na indústria.

A solução para essas empresas para combater o desnível tem sido financiar projetos originais, garantindo exclusividade de conteúdo, assim atraindo possíveis consumidores a assinarem seus serviços.

2.7. Análise da Indústria de Anime

A seguir, tentarei destrinchar o relatório feito pela Associação de Animações Japonesas, explicando o estado da indústria atual, referente ao ano de 2021. Destacam-se, aqui, as tendências na indústria, além das mudanças que ocorreram, principalmente em relação à pandemia de Covid-19.[137]

[137] Anime Industry Report 2021. The Association of Japanese Animations. 2022. Disponível em: https://aja.gr.jp/english/japan-anime-data, consultado em 14 de setembro de 2022.

2.7.1. Tendências na indústria de anime em virtude da COVID-19

A indústria de anime em 2020 teve um desempenho de apenas 96,5% do ano anterior. Ou seja, 88,4 bilhões de ienes a menos, para um total de 2,426 trilhões de ienes. Dos nove setores que compõem a indústria de anime,[138] sete (excluindo *Streaming* e Vendas Internacionais). relataram lucros mais baixos do que no ano anterior e em geral sofreram um prejuízo de 3,5%. Pode-se dizer que a indústria de anime não foi afetada pela pandemia de forma muito significativa.

Acreditava-se que a indústria do cinema de anime seria muito afetada pelo fechamento de salas de cinema e das restrições à admissão mas, devido ao sucesso sem precedentes do filme *Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-hen*, a indústria do cinema de anime conseguiu manter as perdas em 10,8% do ano anterior.

Merchandising, que toma até 1/4 de toda a participação de mercado, manteve-se estável em 99,2% em relação ao ano anterior, enquanto a Vendas Internacionais, que compõem 1/2 da participação de mercado, cresceu ligeiramente para 103,2% em relação ao ano anterior. Isto significa que o mercado geral da indústria do anime se manteve em 96,5% em relação ao ano anterior.

[138] Os setores são TV, Filme, Vídeo, Distribuição via *Internet*, *Merchandising,* Música, Mercado exterior, Pachinko e Entretenimento ao vivo.

Esses dados podem ser acompanhados de acordo com os gráficos e tabelas abaixo:

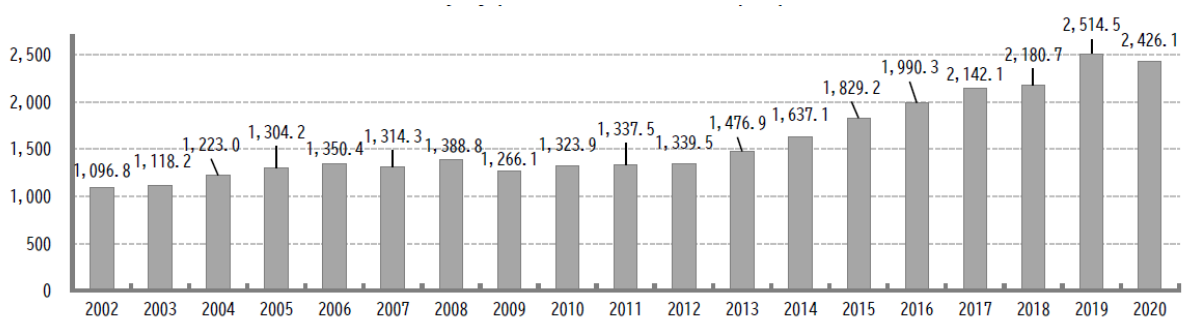


Imagem 75: O mercado de animação japonesa em um sentido amplo (por bilhões de ienes)

item	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
①TV	124.1	116.5	110.0	104.1	100.3	92.4	94.6	95.5	89.5	90.0
②Filme	21.8	19.1	40.2	18.8	28.9	21.6	34.8	31.1	33.7	28.5
③Video	129.4	117.6	103.1	138.8	135.8	127.8	111.3	105.2	108.5	106.7
④Destribuição na Internet	0.2	1.0	1.8	4.1	8.4	9.8	10.2	12.3	14.9	16.0
⑤Merchandising	435.0	433.7	461.7	504.9	530.5	597.4	536.4	559.7	627.4	594.3
⑥Música	13.8	9.1	23.5	12.0	26.1	26.3	35.0	41.4	40.6	32.5
⑦Mercado Exterior	372.5	421.2	482.7	521.5	520.4	439.0	413.7	254.4	286.7	266.9
⑧Pachinko e similares	–	–	–	–	–	–	152.8	166.5	122.6	202.6
⑨Entretenimento ao vivo	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	1,096.8	1,118.2	1,223.0	1,304.2	1,350.4	1,314.3	1,388.8	1,266.1	1,323.9	1,337.5

item	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	YoY
①TV	96.0	102.7	111.6	107.3	105.6	106.1	113.7	94.8	83.9	88.5%
②Filme	40.9	47.0	41.7	47.7	66.3	41.0	42.6	69.2	61.7	89.2%
③Video	105.9	115.3	102.1	92.8	78.8	76.5	58.7	56.3	46.6	82.8%
④Destribuição na Internet	27.2	34.0	40.8	43.7	47.8	54.0	59.5	68.5	93.0	135.8%
⑤Merchandising	573.2	598.5	655.2	579.4	552.2	503.7	500.3	586.8	581.9	99.2%
⑥Música	28.3	29.6	29.2	32.4	36.9	34.4	35.8	33.7	27.6	81.9%
⑦Mercado Exterior	240.8	282.3	326.6	583.4	767.7	994.8	1009.2	1200.9	1239.4	103.2%
⑧Pachinko e similares	227.2	242.7	298.1	294.1	281.8	268.7	283.5	319.9	263.0	82.2%
⑨Entretenimento ao vivo	-	24.8	31.8	48.4	53.2	62.9	77.4	84.4	29.0	34.4%
Total	1,339.5	1,476.9	1,637.1	1,829.2	1,990.3	2,142.1	2,180.7	2,514.5	2,426.1	1,339.5

Imagem 76: Tendências no mercado de animação japonesa em um sentido amplo (por bilhões de ienes

2.7.2. Tópicos na Indústria de Animação Japonesa em 2020 a 2021

De acordo com pesquisas feitas em estúdios de anime, a demanda por produção de anime está aumentando. Embora os efeitos da pandemia de COVID-19 tenham sem dúvida tido uma influência, não há registro de que isso seja a razão conclusiva para o declínio ocorrido no ano anterior.

Pode-se destacar alguns relatos do *Anime Industry Report 2021,* como: "À medida que os padrões de *streaming* melhoram, há uma expectativa contínua de novos projetos"; "Mais projetos estão sendo produzidos por toda a indústria de anime"; "Tanto os projetos como as empresas de produção estão aumentando"; "Pedidos para projetos a serem produzidos continuam a aumentar, de modo que podemos esperar uma situação favorável"; "Não mudou muito de como era antes, mas temos ofertas para produzir projetos por um bom tempo, por isso somos gratos por este trabalho".[139]

As pesquisas receberam comentários como estes sobre os números de produção. Outros comentários referiam-se ao aumento dos custos de produção, com algumas respostas afirmando que os lucros estão subindo devido ao aumento dos projetos em andamento e dos custos de produção.

Algumas respostas sobre o assunto no *Anime Industry Report 2021* são: "Nós podemos esperar que os custos de produção subam à medida que os serviços de *streaming* e operações relacionadas continuem a se expandir"; "Os lucros estão subindo à medida que os orçamentos de produção estão aumentando"; "Porque o número de projetos que chegam à produção está aumentando, também está aumentando os custos de produção"; "Os orçamentos de produção aumentaram este ano, assim como aumentaram no ano passado". Entretanto, na realidade, os lucros são decrescentes.[140]

---

[139] *Anime Industry Report 2021.* The Association of Japanese Animations. 2022. Disponível em: https://aja.gr.jp/english/japan-anime-data, consultado em 14 de setembro de 2022.

[140] *Op. cit.*

2.7.3. A Relação entre os Atrasos no Cronograma e os Lucros

Quanto a atrasos nos cronogramas e lucros, podemos destacar algumas respostas do *Anime Industry Report 2021*, como: "Por causa da COVID-19, era difícil prever quando os projetos seriam finalizados, e sofremos atrasos além do nosso cronograma original"; "Tivemos que criar um ambiente de trabalho em casa e houve atrasos no cronograma da produção"; "A maioria dos projetos tiveram seus cronogramas atrasados. Não conseguimos nos organizar para os projetos do ano seguinte, portanto, esses cronogramas também sofreram atrasos".[141]

Observando estas respostas, podemos ver que apesar da grande demanda por conteúdo e do aumento das verbas de produção", lucros foram reduzidos devido aos atrasos nos cronogramas causados pela pandemia de COVID-19, o que significa que também houve atrasos nos pagamentos.

Quando o anime para TV e cinema é atrasado, ele afeta não apenas os campos de televisão e cinema, mas também o mercado de mídia física e *streaming*. De acordo com a pesquisa, "Como não houve novos projetos desde o ano passado, podemos esperar que os lucros nacionais, especialmente para o *streaming*, diminuirão. Se apenas obras antigas estiverem disponíveis, os lucros diminuirão, não importa o que aconteça".

Apesar do fato de que o mercado de *streaming* (lucros totais) aumentou muito para 135,8% do ano passado, incluindo os títulos mais antigos, a renda dos estúdios de anime derivados de streaming diminuiu precisamente porque havia menos títulos novos. Embora o clima da indústria fosse o mesmo dos anos anteriores, os números diminuíram, pois, atrasos no cronograma levaram a atrasos no pagamento.[142]

---

[141] *Op. cit.*
[142] *Op. cit.*

2.7.4. O mercado externo ultrapassou o interno

Em 2020, o mercado externo finalmente ultrapassou o mercado interno. O mercado interno apresentou lucros de 1.186 trilhões de ienes, que foi 90,3% do ano anterior, enquanto o mercado externo registrou lucro de 1,239 trilhões de ienes, 103,2% do ano anterior. O mercado externo tem crescido rapidamente desde 2015, e acreditava-se que iria ultrapassar o mercado interno em 2019, mas como o mercado interno também estava em crescimento, essas previsões se concretizaram um ano depois do esperado. Entretanto, a diferença entre os mercados interno e externo foi de apenas 52,7 bilhões de ienes, eles também foram afetados pela pandemia de COVID-19, por isso vale a pena observar o futuro do mercado.

Jogos *mobile* influenciaram o crescimento do mercado internacional, mesmo durante a pandemia de COVID-19. Essa pesquisa não estudou o mercado externo diretamente, mas sim as demonstrações financeiras da *Toei Animation* de março de 2021 sobre seus direitos autorais internacionais, que incluíram referências a como os jogos mobile baseados em títulos como a série *Dragon Ball* nos EUA e *Slam Dunk* na Ásia têm aumentado seus lucros devido a um resultado favorável. Estima-se que os lucros das vendas externas do mercado de jogos online baseados em anime ou mangá continuarão a crescer.

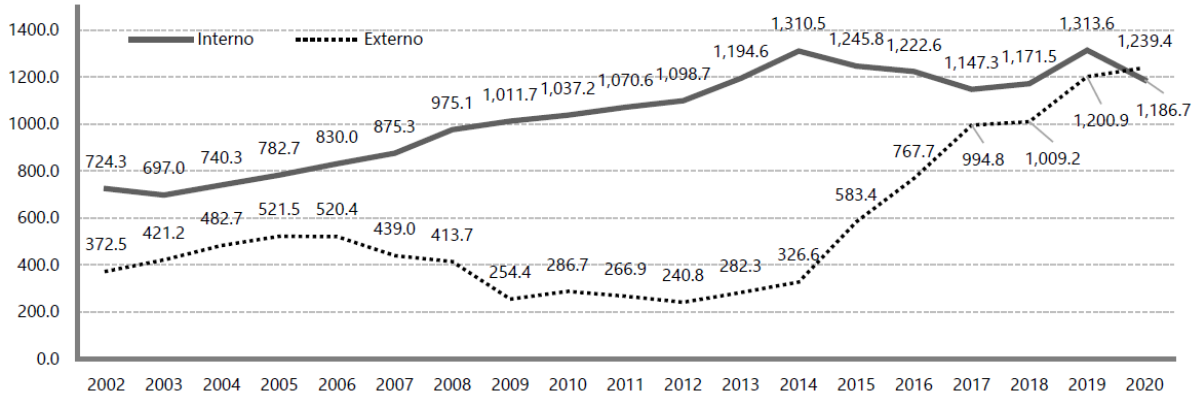


Imagem 77: Comparação entre o mercado interno e externo de anime (Mercado de anime amplo/por cem milhões de ienes)

2.7.5. O tempo total produzido das séries de anime para TV continua a cair, chegando a 100.845 minutos, 94,3% do ano anterior

O "principal alimento" da indústria de anime é o anime de televisão. Em 2020, o tempo total produzido em séries de anime para TV foi de 100.845 minutos, 94,3% do ano anterior.

O número de anime para TV produzidos vem crescendo desde a expansão do anime no final dos anos 90 e atingiu um pico de 136.407 minutos em 2006. Entretanto, depois disso, o mercado de vídeo encolheu drasticamente e após uma tendência decrescente, foram produzidos apenas 90.445 minutos em 2010, 3/4 dos minutos produzidos em seu auge.

Mais tarde, o crescimento dos setores de Mercado Externo, *Streaming* e Entretenimento ao Vivo compensaram o declínio do setor de mídia física, e o número de minutos produzidos mais uma vez aumentou, atingindo o segundo maior número registrado, de 130.347 minutos em 2018.

Porém, em 2019, os números caíram drasticamente para 106.966, 82,1% do ano anterior. Com a influência da pandemia de COVID-19 em 2020, o número de minutos produzidos caiu mais uma vez. No entanto, acredita-se que o tempo total produzido vai aumentar quando a pandemia de COVID-19 terminar.

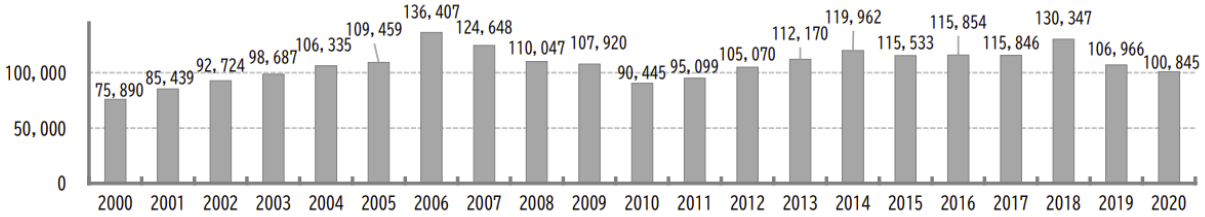


Imagem 78: Tempo total produzido por séries de tv em anime (por minutos)

2.7.6. Os Efeitos da COVID-19 Vista no Japão, EUA e China

Comparem-se os números precisos da receita de bilheteria em 2020 no Japão, EUA e China. O gráfico abaixo apresenta a receita de bilheteria para os três países de todos os filmes, bem como a animação produzida em seus próprios países. Pode-se observar que o mercado norte-americano caiu significativamente em relação a 2019. A receita de bilheteria de todos os filmes foi de 210,3 bilhões de ienes, 18,6% do ano anterior, enquanto a receita de bilheteria dos filmes de animação americanos atingiu 31,6 bilhões de ienes, 12,8% do ano anterior. Em seguida, observa-se a China. A receita geral de bilheteria foi de 321,9 bilhões de ienes, 31,4% em relação ao ano anterior, enquanto os filmes de animação chineses faturaram 29,1 bilhões de ienes, 26,1% do ano anterior.

Apesar de a receita geral de bilheteria do Japão ser de 143,3 bilhões de ienes, 54,9% em relação ao ano anterior, a receita de bilheteria de anime japonês atingiu 61,7 bilhões de ienes, 89,1% em relação ao ano anterior, tornando-se o ano com a terceira maior receita na história dos anime. No entanto, isso foi (como sugerido anteriormente) por causa do lançamento do filme *Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-hen*, que conseguiu destronar A Viagem de Chihiro como o filme de anime de maior bilheteria de todos os tempos.

Observem-se, nesse sentido, as tabelas abaixo:

Receita Total da Bilheteria	2019	2020	Previous Year
Japão	261.2	143.3	54.9%
EUA	1132.1	210.3	18.6%
China	1,024.3	321.9	31.4%

Imagem 79: Receita da bilheteria de todos os filmes no Japão, EUA e China em 2020 (por bilhões de ienes)

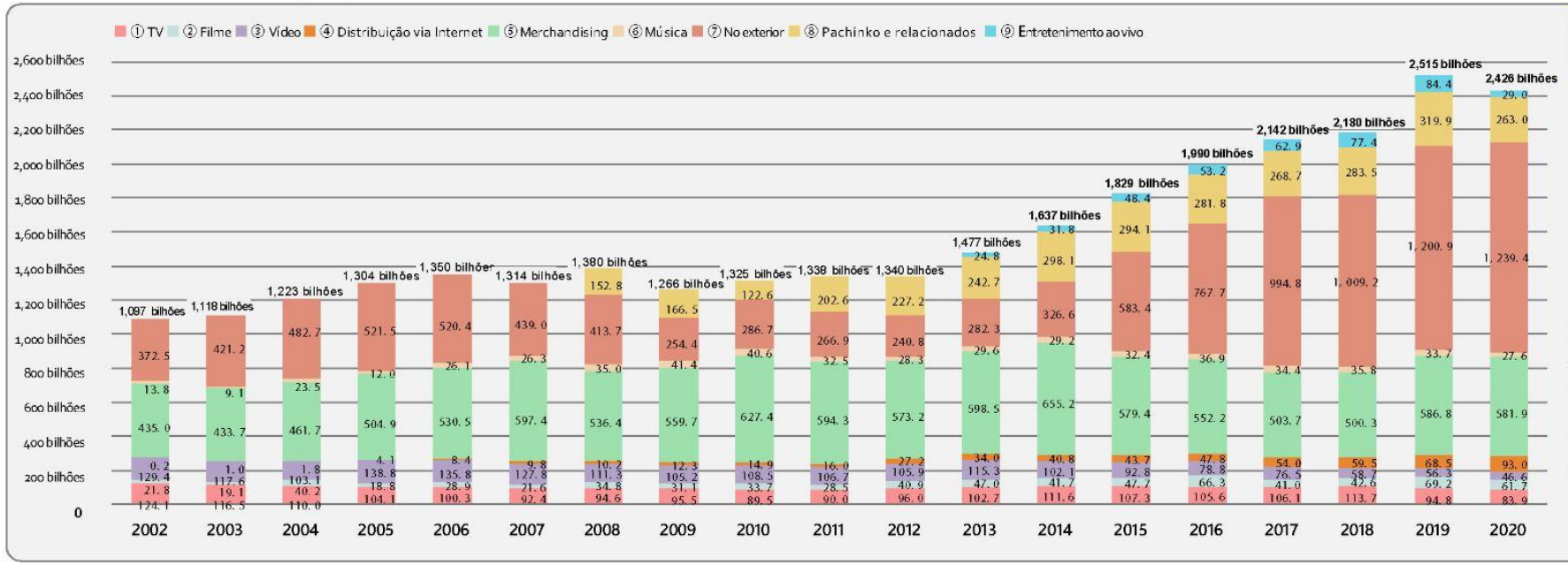
Receita da bilheteria de filmes de animação produzidos em seus próprios países	2019	2020	Previous Year
Japão	69.2	61.7	89.1%
EUA	246.3	31.6	12.8%
China	111.6	29.1	26.1%

Imagem 80: Receita de bilheteria de filmes de animação produzidos em seus próprios países no Japão, EUA e China em 2020 (por bilhões de ienes)

Tendências no Mercado de Animação Japonesa (versão 2021)

O gráfico superior mostra as tendências do mercado de animação japonês em um sentido amplo (ou seja, o tamanho do mercado baseado na estimativa de receitas nos mercados de animação e produtos relacionados à animação). Já o gráfico inferior mostra as tendências do mercado japonês de animação em um sentido mais limitado (ou seja, tamanho do mercado com base nas receitas estimadas de todos os estúdios de animação comercial nacionais). É evidente que o mercado de animação em um sentido amplo é predominantemente maior do que em um sentido limitado. Isto porque os negócios relacionados à animação, incluindo o merchandising de personagens, têm efeitos de estímulo significativos na indústria.

Tendências no mercado de animação japonês em um sentido amplo (ou seja, tamanho do mercado baseado nas receitas estimadas nos mercados de animação e relacionados à animação) 〈2002 - 2020〉



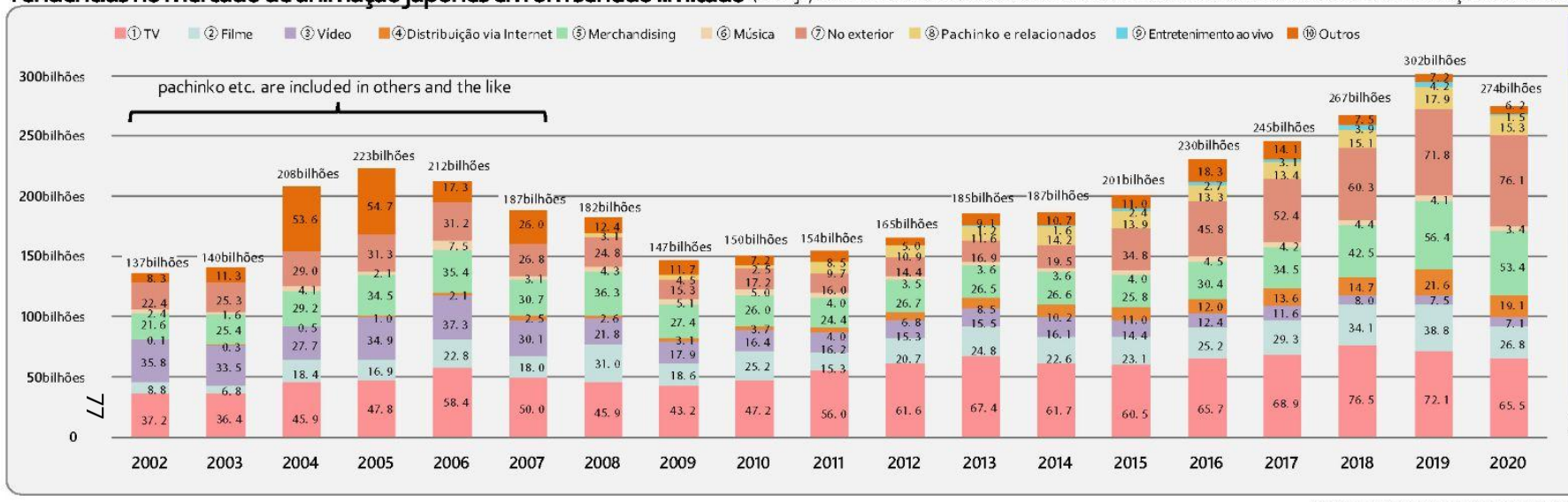
Definição de cada item (base do usuário final)

1) TV: receita interna de animação para TV
2) Filme: receita interna de bilheteria de animação
3) Vídeo: receita interna de animação de videogramas (DVD, etc.)
4) Distribuição via Internet: receita interna de animação online
5) Merchandising: receita interna de mercadorias relacionadas a animação
6) Música: receitas interna de música relacionadas à animação
7) No exterior: receitas de animação japonesas no exterior (filme, TV, videograma, MD, etc.)
8) : valor estimado de remessa de máquinas de caça-níqueis Pachinko temáticos de personagens de animação.
9) Entretenimento ao vivo: receitas de apresentações ao vivo, eventos, exposições e cafés relacionadas à animação

Nota 1: As receitas internas de animação para TV foram calculadas com base na seguinte fórmula: (a soma das receitas das emissoras de TV comerciais e as receitas de transmissão da NHK) x (a proporção entre programas de animação e os minutos gerais de transmissão de programas) + (receita dos canais de animação)
Nota 2: Os valores das máquinas caça-níqueis Pachinko com personagens de animação foram estimados com base em sua porcentagem do total de remessas de máquinas caça-níqueis Pachinko.
Nota 3: A pesquisa de Pachinko começou a partir de 2008.
Nota 4: A pesquisa para Entretenimento ao vivo começou a partir de 2013. O valor é a soma das receitas dos seguintes: aparições de dubladores/canções de anime, eventos, musicais 2.5D, museus, exposições, cafés.
Nota 5: As receitas de Merchandising de 2007 a 2013 foram recalculadas em 2014.
Nota 6: Valores em ienes

Com base em questionários conduzidos pela Associação de Animações Japonesas e outras estatísticas disponíveis ao público

Tendências no mercado de animação japonês em um sentido limitado (ou seja, tamanho do mercado com base nas receitas estimadas de todos os estúdios de animação comercial internos) 〈2002 – 2020〉



Definição de cada item (base de estúdio de animação)

1) TV: Total das receitas de produção de animação para TV e receitas sobre distribuições de transmissão recebidas pelos estúdios
2) Filme: Total das receitas de produção de animação teatral e distribuições de bilheteria recebidas pelos estúdios
3) Vídeo: Total das receitas de produção e distribuições de OVA e vendas de videogramas recebidas pelos estúdios
4) Distribuição via Internet: Total de receitas de produção e distribuição de animação original recebidas pelos estúdios em relação à distribuição via Internet
5) Merchandising: um total de distribuições recebidas pelos estúdios em relação com direitos licenciados para merchandising, promoções e eventos
6) Música: Total das distribuições recebidas pelos estúdios relacionadas a CDs de música e distribuição pela Internet (incluído desde 2008)
7) No exterior: total de vendas no exterior relacionadas com direitos licenciados para TV, Filme, Videograma, Internet e Merchandising
8) Pachinko: um total de receitas da produção de animação para Pachinko e distribuições recebidas pelos estúdios em relação a direitos de licenciamento para Pachinko
9) Entretenimento ao vivo: Total de distribuições recebidas pelos estúdios relacionados com os direitos licenciados para Entretenimento ao Vivo
10) Outros: receitas de serviços/negócios que não sejam os acima

Nota 7: A pesquisa específica para Pachinko e similares começou a partir de 2008. Os números para esta indústria foram incluídos em "Outros" até 2007

Com base em questionários conduzidos pela Associação de Animações Japonesas e outras estatísticas disponíveis ao público

2.7.7. Tendências no Mercado de Animação Japonesa

2.7.7.1. Uma pergunta se impõe: A redução de títulos devido ao atraso na transmissão durante a pandemia de COVID-19 foi temporária?

Sigamos o gráfico abaixo:

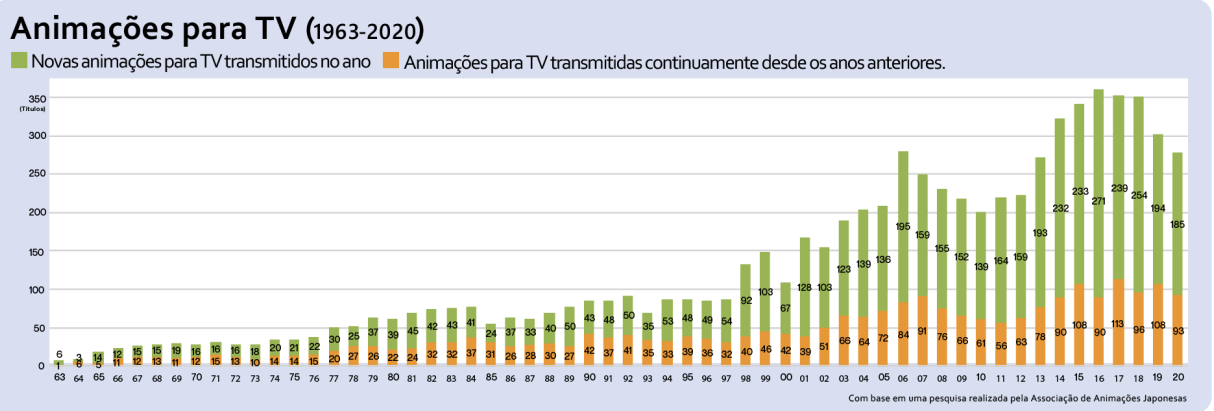


Imagem 81: Número de animações produzidas (1963 - 2020)

Em 2020, o número de títulos de anime de TV foi de 278; 92% em comparação ao ano anterior, sendo o quarto ano consecutivo de declínio. Entre eles, 93 títulos eram continuações, e 185 eram novos. O motivo dos atrasos no calendário de produção em 2020, ocorrido devido à pandemia de COVID-19, levou a atrasos nas produções de títulos, tanto em anime infantil/familiar, como em anime exibidos tarde da noite, o que causou sua redução. Dos 65 títulos disponíveis em Abril de 2020, tanto na TV como nas plataformas de streaming, 29 deles (~45%) foram adiados.

Por conta disso, muitos títulos foram transmitidos no final de 2020 e início de 2021. Em comparação entre os minutos adicionais e os minutos reduzidos, nota-se que o número de títulos produzidos foi, em média, a de um ano regular. A lista de anime transmitidos primeiramente online está aumentando, mas o anime de TV continua a ser o foco principal da indústria de anime, o que torna difícil acreditar que continuará a decair em ritmo constante. Alguns títulos atrasados foram adiados para 2022 e anos seguintes, por conta disso, poderemos ver a situação do anime de TV, incluindo os efeitos da pandemia.

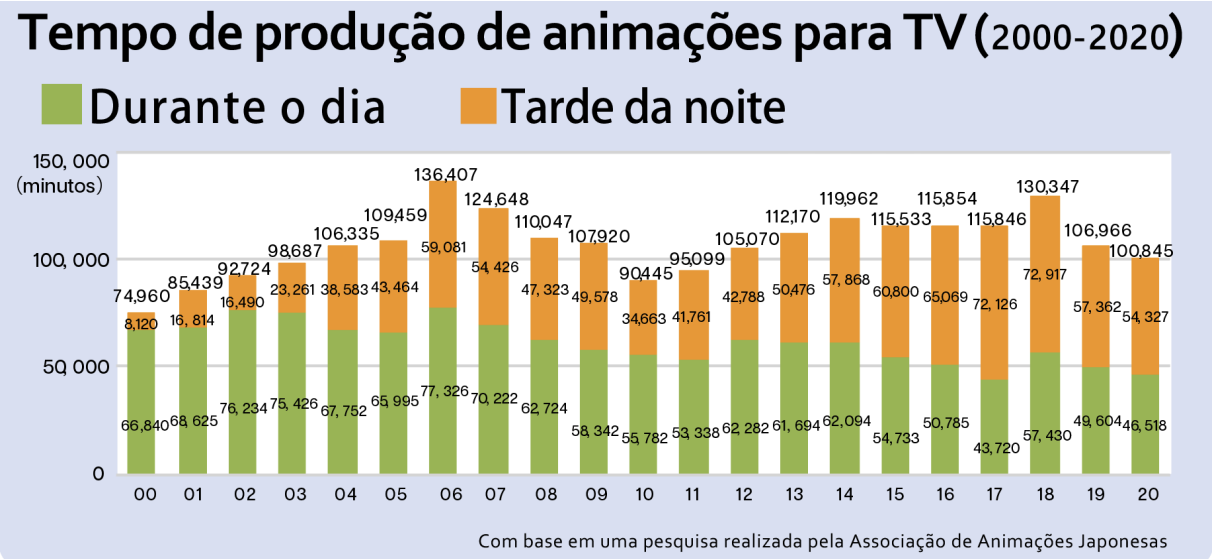


Imagem 82: Tempo total produzido para anime (em minutos) (2000 - 2020)

2.7.7.2. O tempo de produção de Anime para TV foi reduzido junto ao número de títulos

O tempo de produção de Anime para TV em 2020 foi de 100.845 minutos, 94,3% em comparação ao ano anterior. O número de títulos diminuiu devido aos atrasos no calendário de produção causados pela pandemia de COVID-19.

O número de minutos de anime para TV produzidos em 2018 atingiu 130.347, o segundo recorde mais alto da história do anime. No entanto, possivelmente como reação à 2019, o mercado regrediu para 82,1% e continuou a diminuir ainda mais em 2020, devido à pandemia. O anime para TV é produzido alguns anos antes de sua emissão, e por conta disso, muitos títulos programados para irem ao ar em 2020 foram adiados para 2021. Sendo assim, pode-se assumir que o número de minutos produzidos irá melhorar uma vez terminado os impactos da pandemia.

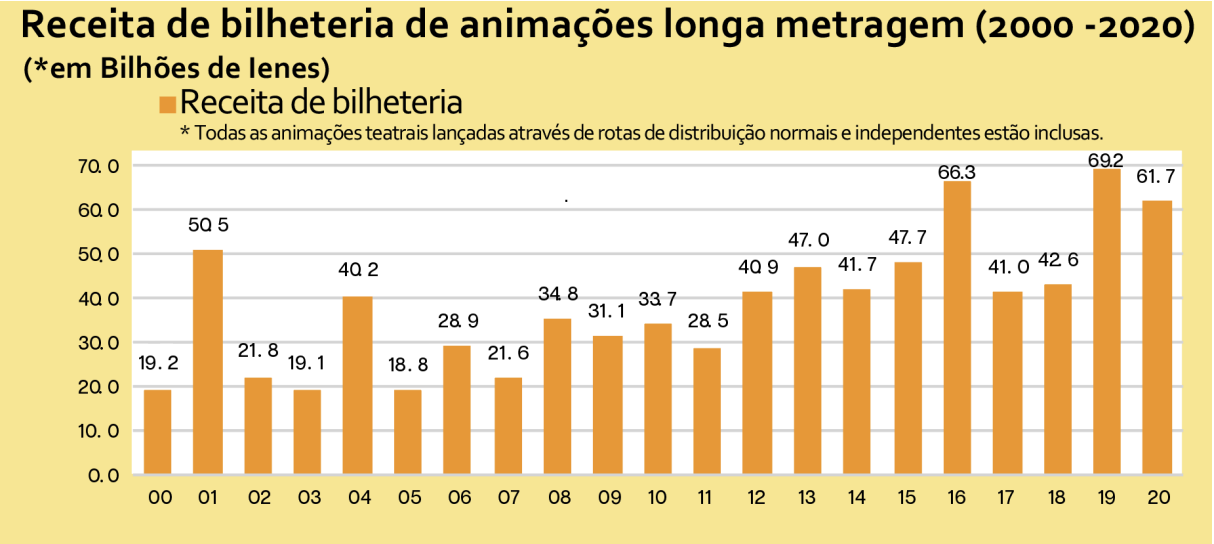


Imagem 83: Receita de bilheteria de animação longa metragem (em bilhões de ienes) (2000 - 2020)

2.7.7.3. Apesar das dificuldades da pandemia, *Demon Slayer* conseguiu tornar 2020 o ano com a terceira maior bilheteria da história.

A receita de filmes de anime em 2020 foi de 61,7 bilhões de ienes. Foi um ano difícil em virtude de atrasos nos lançamentos, fechamentos de cinemas, mudança de horário de funcionamento e limites de público, todos causados pela pandemia do COVID-19 . No entanto, ainda acabou se tornando o terceiro ano de maior bilheteria da história. A força motriz por trás disso foi o filme *Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-hen*, que arrecadou 38,7 bilhões de ienes até o final de dezembro de 2020, e mais de 40 bilhões de ienes em 2021, e quebrou o recorde de filme de maior bilheteria pela primeira vez em 19 anos. A receita do filme de *Demon Slayer* é mais da metade da receita total do mercado de filmes de anime e mais de um quarto do mercado de filmes no geral. Apenas 8 filmes quebraram 1 bilhão de ienes, menos que os 16 do ano anterior, tornando 2020 um ano apoiado pelo filme Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-hen, ao longo das dificuldades da pandemia de COVID-19.

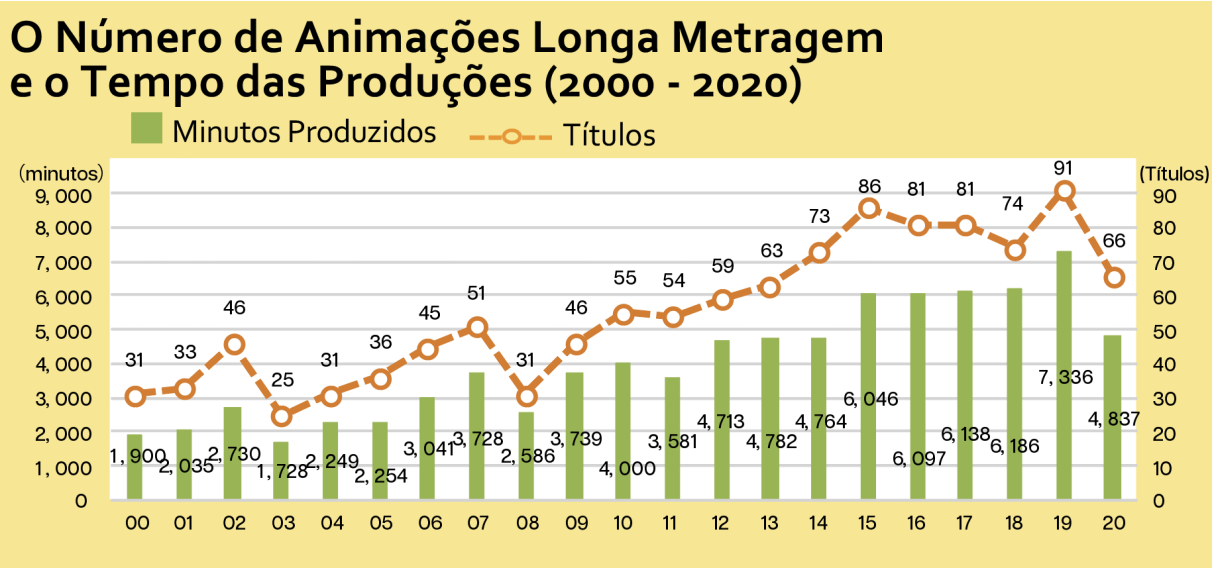


Imagem 84: Minutos em animação longa metragem produzidos (2000 - 2020)

2.7.7.4. Atrasos de Lançamento Reduziram o Tempo de Produção e Números de Títulos.

Em 2020, o número de filmes de anime produzidos foi de 66, o menor desde 2013, e o número de minutos produzidos diminuiu drasticamente para 4.837 minutos, 66% do ano anterior. Parte do motivo é que vários títulos tiveram seu lançamento adiado devido à pandemia do COVID-19. Muitos títulos tiveram sua data de lançamento adiada para além de 2020 devido a atrasos na produção, fechamentos e redução no horário comercial dos cinemas, limites no números de visitantes e redução do tráfego de pedestres devido ao estado de emergência induzido pelo governo.

Enquanto alguns títulos que foram adiados para 2021, como *Detective Conan*: *The Scarlet Bullet* e *Evangelion* 3.0+1.0 *Thrice Upon a Time*, tornaram-se sucessos, alguns títulos sofreram um declínio de receita em comparação com um ano comum. Parte disso porque era difícil ter expansões, como transmissões na TV de filmes de anime, que é um de seus pontos fortes em marketing, ou outras campanhas de colaboração semelhantes.

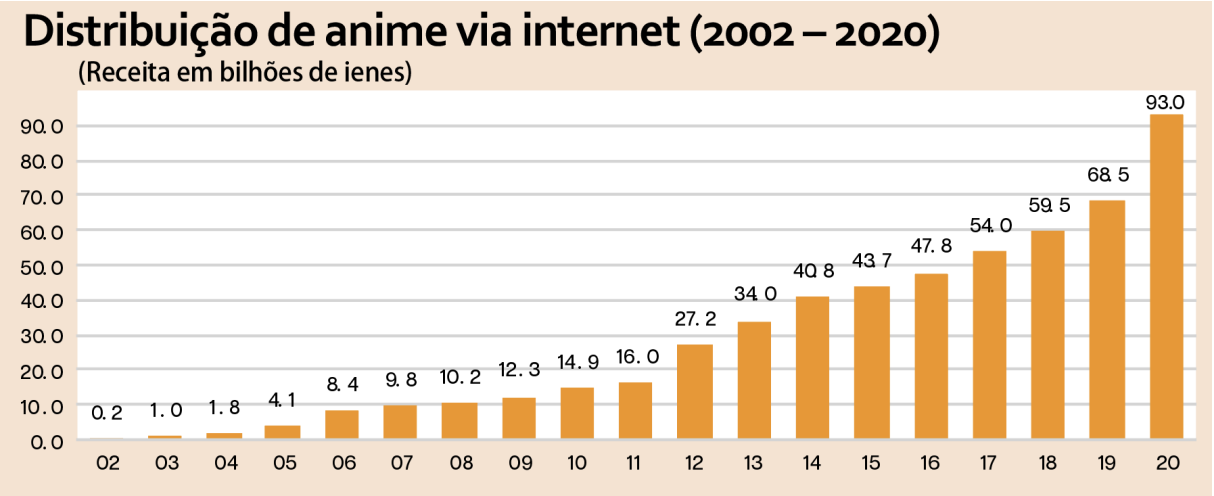


Imagem 85: Distribuição de anime via internet (2002 - 2020)

2.7.7.5. A maneira como a mudança para o serviço de *streaming* em relação ao anime televisivo é sobrepujante.

Em 2020, houve um aumento súbito de 93 bilhões de ienes nas receitas envolvendo *streaming* de anime, 135,8% do ano anterior

A diferença entre *streaming* e mídia física aumentou ainda mais após o streaming ter ultrapassado a mídia física em 2018; também ultrapassou o mercado de anime televisivo em 2020 depois de este último ter diminuído devido à pandemia da COVID-19. A exigência de que as pessoas ficassem em casa fez com que os espectadores migrassem para o *streaming* e espera-se que essa tendência continue a aumentar rapidamente. Por outro lado, as receitas das empresas de produção de anime relacionadas a Streaming que vinham crescendo desde 2010, tiveram uma diminuição em 2020, arrecadando um total 19,100 bilhões de ienes (88,4% do total do ano anterior).

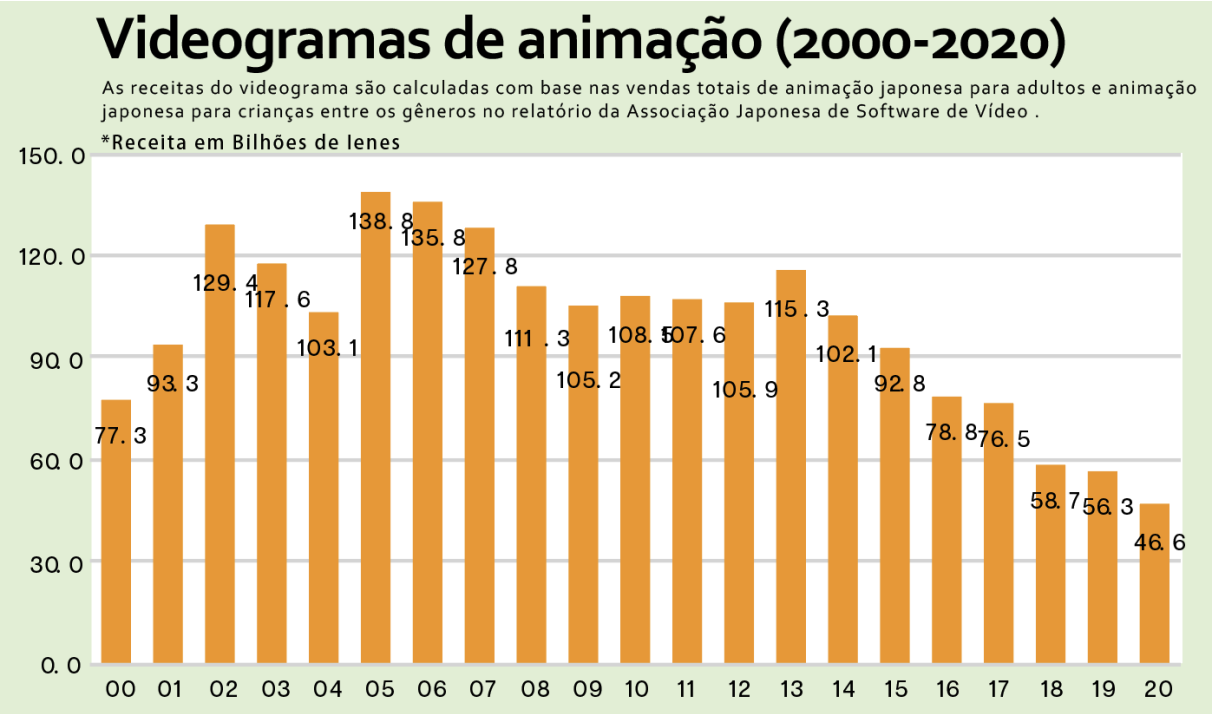


Imagem 86: Receitas de videogramas de animação (em bilhões de ienes) (2000 - 2020)

2.7.7.6. Um declínio pelo sétimo ano consecutivo; a demanda por serviços de streaming enquanto as pessoas ficam em casa é um fator importante?

Em 2020, a receita de vendas de videogames de anime japonês foi de 46,6 bilhões de ienes, 82,7% do ano anterior. A mudança do telespectador para Streaming em serviços online devido às pessoas que ficaram em casa foi um fator importante.

Além disso, os videogramas muitas vezes tinham vantagens como campanhas de colaboração com eventos ou outros planos, mas esses planos não puderam se desenvolver facilmente devido à pandemia da COVID-19. Anime sobre *idols* tinha ocupado os primeiros lugares nas vendas videogramas em 2019, mas devido à falta de eventos, o número de títulos no ranking em 2020 diminuiu. Em vez disso, os títulos que atingiram grandes audiências como *Demon Slayer* e *Tenki no Ko*, assim como os títulos ligados a jogos de smartphone, preencheram os primeiros lugares.

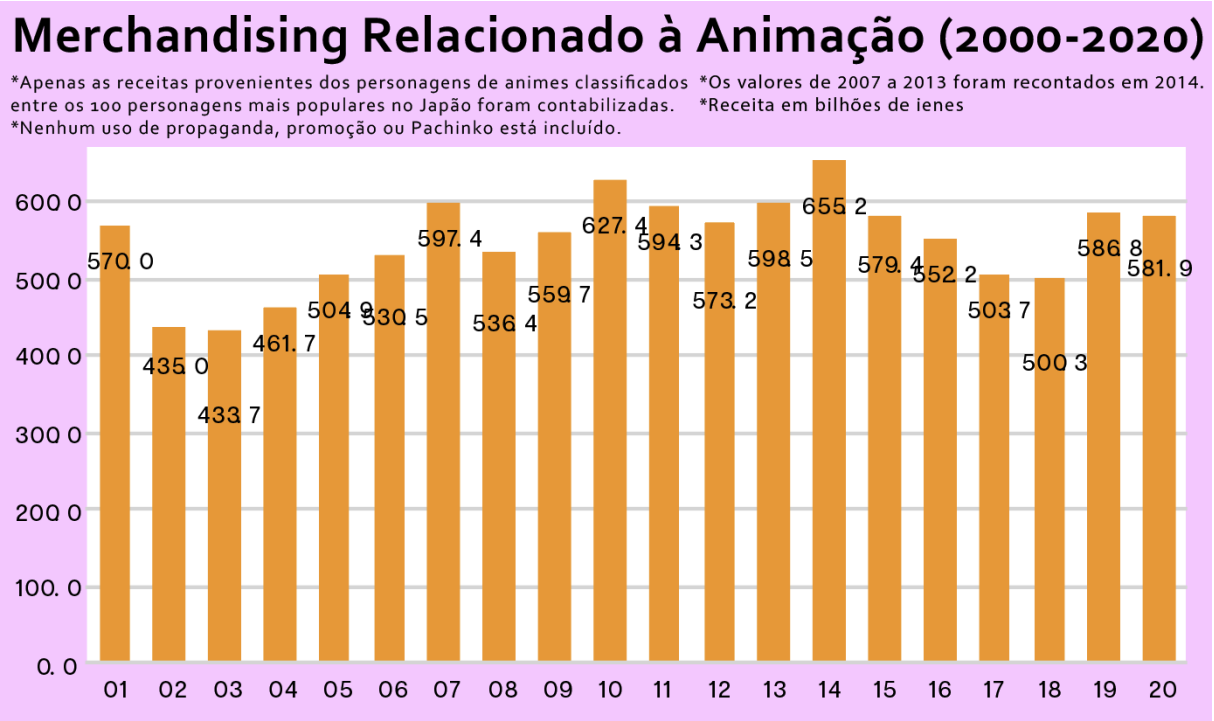


Imagem 87: Receita de merchandising relacionado à animação (2002 - 2020)

2.7.7.7. *Demon Slayer* mantém a média de mercado do ano anterior.

O estado de emergência exigido durante a pandemia de COVID-19 afetou muito o mercado de *merchandising* de personagens. Isso se deve ao fechamento de lojas especializadas em itens que não sejam de uso diário e ao cancelamento de eventos. No entanto, apesar da situação difícil, o mercado de *merchandising* de personagens de anime em 2020 arrecadou 581,9 bilhões de ienes, 99,2% da receita do ano anterior, assim mantendo a média do ano anterior.

A expansão do mercado de *e-commerce*, devido ao fato das pessoas ficarem em casa, junto com o sucesso explosivo de *Demon Slayer* são duas grandes influências. *Demon Slayer* é apoiado por uma grande variedade de pessoas, de crianças muito pequenas a adultos, e maximizou o mercado em de outubro de 2020 com o lançamento do filme *Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-hen*. Como um anime da tarde da noite, apoiado por um público tão grande, o mercado de itens de personagens de anime também está perdendo a demarcação entre os fãs principais e o público infantil/familiar.

2.8. O Futuro

Anime como uma indústria nunca esteve tão popular, mesmo com a queda causada pela pandemia de Covid-19. Nunca houve tanta demanda para novos projetos de anime, fazendo com que cada vez mais grandes empresas invistam nesse meio, tentando replicar o sucesso de franquias e filmes como *Kimetsu no Yaiba* e *Kimi no na wa*.[143]

Porém, conforme aumenta a demanda de produção, aumenta-se também a demanda de mão de obra. No entanto, com as condições de trabalho de um animador japonês, cada vez menos cidadãos se veem incentivados a entrar nessa indústria. Além disso, com horários extensos e pagamento baixo, é comum animadores japoneses desistirem da carreira de animação para procurar empregos mais estáveis. [144]

Imagem 88: Anime Shirobako (2014) retratando uma ocorrência frequente nos estúdios: animadores dormindo no estúdio para conseguir cumprir os prazos.

Com o aumento de produção e falta de mão de obra nacional, as empresas visam por terceirizar muita da produção para o exterior, ao invés de tentar melhorar as condições de trabalho de animadores e outros cargos na indústria de animação. A

---

[143] *Op. cit.*

[144] *89.7% Of Anime Revenues Generated Through Licensing, Here Are The Key Players*. Kenkyo Investing, 10 de abril de 2018. Disponível em: https://www.kenkyoinvesting.com/2018/04/10/anime-licensing-key-players/, consultado em 12 de setembro de 2022.

curto prazo pode parecer uma solução fácil para resolver o imediatismo do sistema de produção. Porém, isso enfraquece a força de trabalho nacional, dividindo ainda mais o grupo de produção, dificultando o gerenciamento e tornando atrasos entre as partes mais comuns.

Esses problemas acabam gerando furos perceptíveis no resultado final, com diversos relatos de “implosões” da produção de anime, gerando quedas na qualidade de animação muito perceptíveis, além de problemas como o adiamento forçado desses projetos para tentar salvar o que restou da produção.

Apesar desse crescimento da indústria, ainda há um conflito em relação à distribuição desse novo valor agregado da mídia, com os trabalhadores de base, como animadores ainda sofrendo sob condições precárias de trabalho. Isso reflete um problema não exclusivo do Japão ou da indústria de anime, onde essas grandes produções de mídias emergentes e relevantes são apoiadas por uma infraestrutura falha, que depende de muletas para seu funcionamento.

Conclusão

Observando a indústria de anime e seu crescimento, conseguimos perceber um crescimento exponencial com o avanço dos meios de comunicação e a popularização da produção cultural nipônica através da globalização.

É uma indústria exímia em vender cultura como nenhuma outra, criando franquias transmídias que duram gerações, como no caso de Pokémon, que se tornou a maior franquia do mundo. Gerando milhares de produtos populares e colaborando com indústrias adjacentes para obter um melhor resultado.[145]

[145] Batchelor, James. *Gotta cash 'em all: How Pokémon became the world's biggest games franchise. Games Industry.biz,* 2 de março de 2021. Disponível em: https://www.gamesindustry.biz/gotta-cash-em-all-how-pok-mon-became-the-worlds-biggest-games-franchise, consultado em 12 de setembro de 2022.

Apesar do sucesso da indústria, podemos observar um problema de precarização do trabalho, criando-se uma rachadura, onde apesar da demanda por produção aumentar, a qualidade e quantidade dos produtores internos não acompanha o ritmo por falta de incentivo. A história do anime, apesar de ser intrinsecamente japonesa em sua criação e ascensão, tanto nos acertos como nos erros, ainda consegue ser familiar a história de muitas outras mídias, onde o consumismo desenfreado no contexto de indústria cultural nos traz mais perto de um colapso.

Podemos identificar muitos pontos semelhantes a produções próximas de nós como designers. Apesar do anime estar mais popular do que nunca, devemos ter cautela em analisarmos tanto os acertos, quanto os erros feitos durante o caminho. Assim tentando tirar proveito do que foi feito, ao mesmo tempo que tentamos encontrar modos de anular os aspectos negativos, de tal forma que possamos transformar e desenvolver indústrias, produtos e culturas de forma mais saudável e sustentável.

Bibliografia

Clements, Jonathan. The Anime Encyclopedia, 3rd Revised Edition: A Century of Japanese Animation. 03. Ed. Stone Bridge Press, 2015.

Standish, Isolde. A New History of Japanese Cinema, London: Continuum, 2005.

Richard, Abel, The Ciné Goes to Town: French Cinema, 1896–1914, University of California Press, 1994.

Clements, Jonathan. Anime: A History 01. Ed. British Film Institute, 2013.

Sugiyama, Taku, 'Terebi Anime no Zenshi: Toei Chohen Anime no Jidai', no Misono, Makoto (ed.), Zusetsu Terebi Anime Zensho ed.Tokyo: Hara Shobo, 1999

Yamamoto Y. e Kato Mikiro, 'Selective Animation to iu Gainen Giho', no Kato Mikiro, Animation no Eiga-gaku ed.Kyoto: Rinsen Shoten, 2009.

Noboru, Ishiguro e Noriko, Ohara. Terebi Anime Saizensen: Shisetsu Anime 17 Nenshi, ed.Tokyo: Yamato Shobo, 1980.

Takahashi, Ryosuke, 'Tokichiro o Kidotte', no Shibayama, Tatsuo e Kobayashi, Shuji, Mushi Pro Tenamonya: Dare mo Shiranai Tezuka Osamu. ed.Tokyo: Kuraki-sha Bijutsu, 2009.

Gisaburo, Sugii, Anime Sakka toshite no Tezuka Osamu: Sono Kiseki to Honshitsu. ed.Tokyo: NTT Shuppan, 2007.

Tezuka, Osamu. *Boku wa Mangaka* Ed.Tokyo:Nihon Tosho Centre, 1999.

Minakawa, Yuka, Nippon Doga no Koboshi: Shosetsu Tezuka Gakko vol.2. ed.Tokyo: Kodansha, 2009.

Ladd, Fred e Deneroff, Harvey, Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider's View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon ed.Jefferson, NC: McFarland, 2009.

Eiichi, Yamamoto, Mushi Pro no Koboki: Ani Meita no Seishun. ed. Tokyo: Shinchosha, 1989

Animage Pocket Data Notes, ed.1989, Tokyo: Tokuma Shoten.

Eiichi, Yamamoto, Mushi Pro no Koboki: Ani Meita no Seishun. ed. Tokyo: Shinchosha, 1989.

Masaki, Tsuji. TV Anime no Seishunki. ed.Tokyo: Jitsugyo no Nipponsha. 1996.

Vogel, Harold, Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis, 7th ed.Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

Nobuyuki, Tsugata. *Anime-gaku*, ed.Tokyo: NTT Shuppan, 2011.

Hayashi, Fumio. The 1990s in Japan: A Lost Decade, Universidade de Tóquio, 2001

Jenkins, Henry, Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, ed.NYU Press, 2006.

McDonald, Keiko I. *From Book to Screen: Modern Japanese Literature in Films*. ed. Routledge, 2016.

Funamoto, Susumu. Anime no Mirai o Shiru: Post-Japanimation Keyword wa Sekaishi + Digital. Ed. Ten Books, 1998. p.32.

Webgrafia

Macdonald, Christopher. Oldest Anime Found. Anime News Network, 07 de agosto de 2009. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/news/2005-08-07/oldest-anime-found, consultado em 13 de setembro de 2022.

What is Stop Motion Animation?, DRAGONFRAME. Disponível em: https://www.dragonframe.com/introduction-stop-motion-animation/, consultado em 22 de agosto de 2022.

Animation: Cut-Out. Into Filme Disponível em:

https://www.intofilm.org/films/filmlist/92#:~:text=A%20brilliant%20pioneer%20of%20cut,out%20called%20%27silhouette%20animation%27,. consultado em 22 de agosto de 2022.

Gerow, Aaron. One print in the age of mechanical reproduction: film industry and culture in 1910s Japan. Screening The Past, 01 de novembro de 2000. Disponível em: https://web.archive.org/web/20120330162239/http://www.latrobe.edu.au/screeningthepast/firstrelease/fr1100/agfr11e.htm, arquivado em 30 de março de 2012, consultado em 22 de agosto de 2022.

História do Cinema de Animação – Importantes Invenções Técnicas (10ª Parte). Animação S.A., 24 de maio de 2015. Disponível em: http://animacaosa.blogspot.com/2015/05/historia-do-cinema-de-animacao.html, consultado em 22 de agosto de 2022

List of Authors: Junichi Kouchi. Japanese Animated Film Classics. Disponível em: https://animation.filmarchives.jp/en/writer09.html, consultado em 23 de agosto de 2022

List of Authors: Seitaro Kitayama. Japanese Animated Film Classics. Disponível em: https://animation.filmarchives.jp/en/writer06.html, consultado em 23 de agosto de 2022

List of Authors: Sanae Yamamoto. Japanese Animated Film Classics. Disponível em: https://animation.filmarchives.jp/en/writer24.html, consultado em 22 de agosto de 2022

Self, Douglas. The Auxetophone & Other Compressed-Air Gramophones. The Self Site, 16 de julho de 2008. Disponível em: http://www.aqpl43.dsl.pipex.com/MUSEUM/COMMS/auxetophone/auxetoph.htm, arquivado em 16 de fevereiro de 2015, consultado em 22 de agosto de 2022.

The first talkie – “The Jazz Singer”. Jolson Ville, 10 de setembro de 2013. Disponível em: https://jolsonville.net/2013/09/10/the-first-talkie/#more-1016, consultado em 22 de agosto de 2022.

White, Chris. Tanuki the Tipsy Trickster: Why a Well-Endowed Raccoon Dog Is Big in Japan. Atlas Obscura, 06 de março de 2014. Disponível em: https://www.atlasobscura.com/articles/the-tanuki-japan-s-trickster-god, consultado em 22 de agosto de 2022.

WALT DISNEY, STORYBOARDS E STARTUPS. Strategy Box, 22 de agosto de 2019. Disponível em: https://strategy-box.com/blog/2019/8/22/walt-disney-storyboards-e-startups, consultado em 23 de agosto de 2022

Sobre *Nielsen Ratins* na Wikipedia:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Nielsen_Ratings

Sobre *Cliffhanger* na Wikipedia:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Cliffhanger_(roteiro), consultado em 10 de setembro de 2022

Dooley, Ben e Hida, Hikari. Anime Is Booming. So Why Are Animators Living in Poverty?. The New York Times, 24 de fevereiro de 2021. Disponível em:
https://www.nytimes.com/2021/02/24/business/japan-anime.html, consultado em 23 de agosto de 2022

Glossary: In-Betweens. Sakuga Blog. Disponível em:
https://blog.sakugabooru.com/glossary/in-betweens/ consultado em 12 de setembro de 2022

Fletcher, James. Syndication. The Museum of Broadcast Communications. Disponível em: https://web.archive.org/web/20120310111521/http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=syndication, arquivado em 10 de março de 2012, consultado em 12 de setembro de 2022.

Watkins, Thayer. The Bubble Economy of Japan. San José State University Department of Economics. Disponível em: https://web.archive.org/web/20211018135424/https://www.sjsu.edu/faculty/watkins/bubble.htm, arquivado em 18 de outubro de 2021, consultado em 12 de setembro de 2022.

Lexicon: Original Animation Video (OAV/OVA). Anime News Network. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?&id=35, consultado em 07 de setembro de 2022.

Sevakis, Justin. Why Were Anime Budgets So Big In The 80s? Anime News Network, 16 de janeiro de 2019. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/answerman/2019-01-16/.142132, consultado em 13 de setembro de 2022.

Sevakis, Justin. The Anime Economy - Part 1: Let's Make An Anime! Anime News Network, 05 de março de 2012. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/feature/2012-03-05 consultado em 13 de setembro de 2022.

Cirugeda,Kevin. What Is An Anime's Production Committee? Sakuga Blog, 02 de maio de 2017. Disponível em: https://blog.sakugabooru.com/2017/05/02/what-is-an-anime-production-committee/, Consultado em 13 de setembro de 2022.

Clewis, Mercedez e Jing, Jacki. What Is Idol Anime? Anime News Network, 24 de dezembro de 2021. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/watch/2021-12-24/what-is-idol-anime/.180947 , Consultado em 13 de setembro de 2022.

Lexicon: Dojinshi. Anime News Network. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?id=16, Consultado em 13 de setembro de 2022.

Pineda, R. Antonio. Comic Market 100 Drew 170,000 Attendees Across 2 Days. Anime News Network, 14 de agosto de 2022. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-08-14/comic-market-100-drew-170000-attendees-across-2-days/.188661 consultado em 12 de setembro de 2022.

Streaming. Maxcast. Disponível em: https://maxcast.com.br/streaming/ consultado em 12 de setembro de 2022

Petit, Aurélie. Anime Streaming Platform Wars. The Platform Lab. 2021. Disponível em: https://www.theplatformlab.com/reports, consultado em 12 de setembro de 2022

89.7% Of Anime Revenues Generated Through Licensing, Here Are The Key Players. Kenkyo Investing, 10 de abril de 2018. Disponível em: https://www.kenkyoinvesting.com/2018/04/10/anime-licensing-key-players/, consultado em 12 de setembro de 2022.

Anime Industry Report 2021. The Association of Japanese Animations. 2022. Disponível em: https://aja.gr.jp/english/japan-anime-data, consultado em 14 de setembro de 2022.

Hodgkins, Crystalyn. Comic Market 97 Attracts 190,000 Attendees on 3rd Day. Anime News Network, 30 de dezembro de 2019. Disponível em: https://www.animenewsnetwork.com/daily-briefs/2019-12-30/comic-market-97-attracts-190000-attendees-on-3rd-day/.154893, consultado em 12 de setembro de 2022

Batchelor, James. Gotta cash 'em all: How Pokémon became the world's biggest games franchise. Games Industry.biz, 2 de março de 2021. Disponível em: https://www.gamesindustry.biz/gotta-cash-em-all-how-pok-mon-became-the-worlds-biggest-games-franchise, consultado em 12 de setembro de 2022.

Videografia

Katsudo Shashin. circa 1907-1912. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rv0CpmOhPY0, upload feito em 2 de janeiro de 2018, por SCI FI TV. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Blackton, J. Stuart. *Humorous Phases of Funny Faces*. Vitagraph Company of America, 06 de abril de 1906. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_Tn5sgHYQSc, upload feito em 1 de março de 2012, por silentfilmhouse. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Orsini, Lauren. *How Gundam Became an EMPIRE | The Rise of Gunpla - Anime Explained*. Crunchyroll, 19 de abril de 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=wJg1gfsA2kY&t, consultado em 14 de setembro de 2022.

Kouchi, Junichi. *Nakamura Gatana*. 1917. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=PTkcRxXWHkI., upload feito em 16 de abril de 2017, por sumerias1. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Kitayama, Seitaro. *Urashima Taro*. Fevereiro de 1918. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9IU0PtX9YXQ., upload feito em 17 de outubro de 2018, por Manfred Lang. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Yamamoto, Sanae. Ubasuteyama. 1925. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=8qvfCW28Dxc, upload feito em 15 de agosto de 2017, por sumerias1. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Oofuji, Noburo. *Kujira*. Sakura Color Film, dezembro de 1952. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-nUx44z_lgA, upload feito em 24 de julho de 2016, por Sinkadus. Consultado em 14 de setembro de 2022.
Oofuji, Noburo. *Kuro Nyago*. Chiyogami Eigasha, julho de 1929. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=DWVLwA-ynWE, upload feito em 2 de fevereiro de 2017, por Mantis. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Murata, Yasuji. Dobutsu Orimupikku Taikai. Yokohama Cinema Shokai, setembro de 1928. Disponível em: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/transcoded/3/36/The_Animal_Olympics_%281928%29.webm/The_Animal_Olympics_%281928%29.webm.480p.vp9.webm, consultado em 14 de setembro de 2022.

Murata, Yasuji. *Tarou-san no Kisha*. Yokohama Cinema Shoukai, 18 de junho de 1926. Disponível em: https://www.dailymotion.com/video/x3yica5, upload feito em 18 de março de 2016, por That Lazy Moe Girl. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Masaoka, Kenzou. Nonsense Monogatari Vol.1: Sarugashima. The National Film Center Japan, 10 de fevereiro de 1931. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=RkRNmPv1qng, upload feito em 16 de outubro de 2019, por ccm111. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Masaoka, Kenzou. *Chagama Ondo*. Shouchiku Kinema, 19 de março de 1935. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=UYbpvtDvd34, upload feito em 19 de abril de 2016, por Doga30s. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Murata, Yasuji. *Sora no Momotaro*. Yokohama Cinema Shoukai, 1 de outubro de 1931. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=KEVMIUrt9u0, upload feito em 16 de outubro de 2019, por ccm111. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Tezuka, Osamu. *Aru Machi Kado Monogatari*. Mushi Production, 5 de novembro de 1962. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=wZ_mAc3UgZc, upload feito em 4 de julho de 2015, por Lorraine L. Guzman. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Tezuka, Osamu. *Saiyuki*. Toei Animation, 14 de agosto de 1960. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-4ytPE0o28Q, upload feito em 9 de outubro de 2020, por CursedAnime. Consultado em 14 de setembro de 2022.

Glossário

Anime:

Palavra japonesa para cartoon e animação. No Japão, "*anime*" se refere a toda e qualquer animação ou desenho animado, independentemente do gênero, estilo ou nação de origem. Fora do Japão, a palavra "*anime*" passou a se referir especificamente à animação de origem japonesa, ou animação inspirada por outras animações japonesas. A palavra “*anime*” não possui plural.

Mangá:

Mangá são histórias em quadrinhos ou romances gráficos originários do Japão. O termo mangá é usado no Japão para se referir a qualquer história em quadrinho, seja ela do Japão ou não. São em sua grande maioria feitos em preto-e-branco e criados geralmente ou por uma equipe de escritor e artista, ou por uma única pessoa encarregada das duas funções.

Mangaká:

Mangaká é o termo usado para definir uma pessoa que faz, desenha ou cria histórias para *mangá*. No ocidente o correto é defini-los como desenhista, ilustrador e roteirista, mas com o crescimento da cultura otaku, o termo passou a ser usado frequentemente. O trabalho é caracterizado por longas horas de trabalho.

Storyboards:

Storyboards (ou *ekonte*) são uma série de desenhos, geralmente simples, que servem como roteiro visual do anime, desenhados em folhas especiais com campos para o número de cortes da animação, notas para a equipe e as linhas de diálogo correspondentes.

Otaku:

Palavra usada para se referir a fãs e entusiastas de *anime, mangá e videogames*. A palavra, assim como nerd, tem uma conotação negativa, usada geralmente de forma derrogatória ao se referir a indivíduos reclusos e antissociais. A cultura Otaku é essencial para cultura *pop* japonesa, com o *hobby* tendo um padrão de consumismo, transformando diversos aspectos de *animes*, como personagens, armas, veículos e utensílios em possíveis produtos para consumo. Também criaram

uma alto padrão de produção de fãs, que criou uma cultura de celebração e divulgação de *anime* por meio de fãs (veja *Doujinshi)*.

Mecha:

Abreviação para "*mechanical*" (mecânico), mecha tem dois significados diferentes. O primeiro é para definir qualquer objeto mecânico em um anime, seja uma torradeira ou um robô gigante. O segundo significado e o mais comumente usado no ocidente, se refere a um gênero de anime que dão destaque a robôs gigantes em suas histórias.

Doujinshi:

Doujinshi (encurtado, *doujin)* é um termo designado para qualquer criação feita e distribuídas de forma independente, muitas vezes associado com *fanfiction*, ou seja, criações de fãs sobre obras já existentes. No ocidente, são muito associados a pornografia.

Original Video Animation (OVA):

Original Video Animation (OVA) é um termo usado no Japão para se referir à animações que são lançadas diretamente no mercado de vídeo sem passar primeiro por um lançamento teatral ou transmissão televisiva. No início, OAV (Original Animation Video) era usado no Japão. Entretanto, devido à confusão com com o mercado de vídeos adultos *(Adult Video/AV)*, esta sigla foi gradualmente abandonada em favor da OVA.

Idol:

Idols são um tipo de artista musical comercializado pela imagem, beleza e personalidade dentro da cultura pop japonesa. *Idols* são principalmente cantoras e cantores com treinamento em atuação, dança e modelagem. São comercializados por meio de mercadorias e de recomendações de agências de talento, mantendo uma relação parassocial com seus consumidores leais.