



Animê: Produção Audiovisual na Mundialização da Cultura¹

Quise Gonçalves Brito²
Yuji Gushiken³

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, MT.

Resumo

Neste artigo relata-se a emergência do animê (desenho animado) como produto midiático do audiovisual contemporâneo em meio às condições socioeconômicas e políticas em que se desenvolve a cultura pop japonesa no século XX e os processos de atualização da economia global que condicionam os fluxos do animê em escala mundial no século XXI. Metodologicamente, adota a perspectiva da comunicação como ciência da cultura, visando uma análise histórica do fenômeno e considerando categorias – instituições e formações culturais – que constituem a produção, circulação e consumo de animê como produto caracterizadamente híbrido de uma cultura mundializada.

Palavras-chave

Comunicação; audiovisual; mundialização; hibridismo; animê.

Introdução

A globalização da economia tornou difusa a idéia de fronteiras nacionais. De acordo com Renato Ortiz (1994), o Estado-nação já não mais se configura como espaço hegemônico de coesão social devido à existência de processos globais e mundiais que transcendem grupos, classes e nações. Essas são as características de uma sociedade globalizada, formada no bojo de transformações sociais, culturais e econômicas em escala planetária, vinculada a um fluxo multilateral e contínuo, apesar de assimétrico, de valores, signos e estruturas, que foi facilitado enormemente pelo avanço da informática e da eletrônica, sobretudo nas duas últimas décadas.

Assim, o contexto da formação de uma sociedade global faz emergir práticas, signos e estruturas que transitam entre as diversas partes do globo, infiltram-se no cotidiano e na história dos indivíduos, alimentam-se das diversas manifestações culturais e étnicas

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior (Jornada de Iniciação Científica em Comunicação), evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 2 a 6 de setembro de 2010 pela Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), na Universidade de Caxias do Sul (UCS), em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.

² Graduada em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). E-mail: qg.brito@gmail.com.

³ Professor do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT). Líder do Núcleo de Estudos do Contemporâneo (NEC-UFMT). Orientador do trabalho. E-mail: yug@uol.com.br.



para construir, hibridar e reconstruir, incessantemente, um conjunto mundial de referências e influências num processo denominado mundialização da cultura.

A cultura pop japonesa, dentro desse fenômeno, é a combinação da fórmula americana de produção industrial de bens relativos ao campo da cultura, às simbologias, valores e práticas japonesas. O animê – ou de maneira simplificada, a animação japonesa – é a que mais e melhor representa esta mundialidade dentro da cultura pop nipônica.

Explicitar a relação entre os fenômenos de hibridismo e mundialização da cultura com o animê – este como resultante daqueles, mas também como agente hibridizador e constituinte de um novo referencial cultural – corresponde ao objetivo deste artigo.

Cultura em movimento: mundialização e hibridismo

Para Renato Ortiz, a mundialização ocupa-se dos processos relativos ao domínio da cultura no contexto da emergência de uma sociedade global. Nesse novo cenário, o indivíduo é perpassado constantemente por experiências mundializadas em todos os lugares do planeta, ainda que de maneira desigual em cada um deles. Desse modo, as nações deixam de se constituir, segundo este autor, em espaços hegemônicos de coesão social, culminando no rearranjo das relações sociais (ORTIZ, 1994).

As mudanças nas diferentes esferas deste fenômeno não ocorrem com a mesma velocidade. Processos econômicos e tecnológicos, por exemplo, possuem uma velocidade de transformação mais próxima entre si, porém mais distante da velocidade com que ocorrem as transformações sociais ou políticas. Isso não implica em uma relação de causalidade. Seria incorreto afirmar que as mudanças no campo cultural ou político são meras extensões dos fenômenos ocorridos na economia. Existem sim correlações, mas cada esfera caminha e se modifica à sua própria velocidade e dentro das suas possibilidades reais.

De modo a evitar as armadilhas de uma análise sistêmica, Ortiz opta por distinguir, mas não separar, esses fenômenos que permeiam a emergência da sociedade global em processos globais e mundiais. Globalização e mundialização são, dessa forma, processos concomitantes, ligados mutuamente, porém distintos. A globalização refere-se aos processos econômicos e tecnológicos, enquanto que a mundialização ocupa-se do campo da cultura.

Há na idéia de globalização uma conotação que nos sugere uma certa unicidade. Quando falamos de economia global, nos referimos a uma



estrutura única, subjacente a toda e qualquer economia. [...] A esfera cultural não pode ser considerada da mesma maneira. Uma cultura mundial não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela cohabita e se alimenta delas (ORTIZ, 1994, p. 26-27).

A idéia de mundialização pressupõe um processo contínuo de produção e compartilhamento de produtos culturais e de um universo simbólico específico da civilização atual, ou a emergente sociedade globalizada, que tem como matéria-prima os universos simbólicos e as práticas sociais de caráter regional ou étnico. Neste processo, a cultura mundializada estaria presente no cotidiano, e não em uma esfera superior e externa às outras manifestações culturais.

A atual situação de mercado globalizado, onde não mais a parte determina o todo⁴ e sim o inverso, implica em um processo de desterritorialização dos produtos. Neste fenômeno muitas vezes a nacionalidade é indistinta, não somente devido ao processo de produção fragmentado – realizado em localidades diversas - ou a expansão de determinada estética pelo mundo, mas também por um esforço administrativo para desenraizar o produto, buscando adequá-lo a uma demanda global. Este consumo global não pressupõe massificação, ao contrário, a globalização trabalha com a segmentação. O mercado global, de acordo com Renato Ortiz, passou de *high volume* para *high value*⁵.

As composições de Mozart, os livros de Shakespeare, Coca-Cola, Pelé, Pokémon, Harry Potter, animês e outros produtos culturais são exemplos da mundialização que perpassam em diferentes níveis o cotidiano da sociedade civil mundial na qual estamos inseridos. Segundo Ortiz (1994), sociedade civil mundial trata-se uma metáfora que ajuda a esclarecer o fenômeno, não sendo, no entanto, apropriada como conceito.

A evolução dos meios de comunicação e a formação das indústrias culturais têm um papel central na produção e circulação dos elementos da cultura mundializada, como bem observa Ortiz:

Na verdade, é apenas durante o século XX que o processo de mundialização se realiza plenamente. Trata-se de uma progressão contínua, que na conjuntura posterior à da Segunda Guerra sofrerá saltos e redefinições. [...] cabe ressaltar o advento das indústrias culturais. O modo de produção industrial, aplicado ao domínio da cultura, tem a capacidade de

⁴ Ortiz coloca que “Os intelectuais das grandes corporações partem do princípio que o mundo vive uma fase de mudança radical [...] que exigiria a reformulação dos negócios”. O primeiro aspecto desse quadro seria a globalização do mercado, que se tornou único em toda a Terra, porém, sendo distinto de um mercado internacional, onde as empresas ofereceriam serviços individualizados. Esses intelectuais entendem que esse novo mercado, sem fronteiras, globalizado, transcende inclusive a origem das firmas que nele atuam. Enquanto que o mercado internacional é a composição de diversos mercados autônomos que exigiriam um tratamento particular, o mercado global atua com segmentos de público dispersos pelo globo, as especificidades nacionais são secundárias (ORTIZ, 1994, p. 148-150).

⁵ *High volume* refere-se a produção voltada para grandes quantidades, o que culmina na massificação dos bens de consumo como meio de se baratear os custos de produção. *High value* centra-se mais na fabricação de produtos especializados voltados para mercados exigentes e segmentados, o que exige a incorporação de novas tecnologias como forma de se baratear os custos de produção (ORTIZ, 1994, p.150-151).

impulsioná-la no circuito mundial. [...] Os meios de comunicação contém uma dimensão que transcende suas territorialidades. O circuito técnico sobre o qual se apóiam as mensagens é também responsável por um tipo de civilização que se mundializa (ORTIZ: 1994, p.56-60).

Assim, há que se observar que a formação de toda uma rede necessária à mobilidade cultural torna-se possível com a materialidade dos meios de comunicação. Sua estrutura desterritorializada proporciona o suporte técnico para uma “comunicação-mundo”. Ortiz entende que o conjunto de inovações e aparatos tecnológicos possui influência capital no fenômeno da mundialização da cultura, constituindo a estrutura material para a sua consolidação.

Todo este cenário de transformações culturais, econômicas e tecnológicas irá modificar a maneira como os indivíduos percebem a relação entre “nós” e os “outros”. As noções de Estado-nação e de identidade ficarão indistintas na realidade múltipla e não delimitada da civilização mundial com seu mercado globalizado e sua cultura mundializada. A contínua construção da cultura mundializada evidencia e favorece o intercâmbio de referências, práticas, produtos e saberes dentro do espaço desterritorializado da modernidade mundo, ocasionando re-significações, re-leituras e re-formulações diversas pelo globo, num processo que Néstor García Canclini entende por hibridação.

A hibridação, segundo ele, consiste em processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas (CANCLINI, 2003, p.XIX). A respeito da questão das identidades e das configurações sociais dentro do contexto de transformações da civilização mundial, frisando o caráter híbrido dessas novas relações que se afiguram, este autor afirma que

Em um mundo tão fluidamente interconectado, as sedimentações identitárias organizadas em conjuntos históricos mais ou menos estáveis (etnias, nações, classes) se reestruturam em meio a conjuntos interétnicos, transclassistas e transnacionais. As diversas formas em que os membros de cada grupo se apropriam dos repertórios heterogêneos de bens e mensagens disponíveis nos circuitos transnacionais geram novos modos de segmentação [...] Estudar processos culturais, por isso, mais do que levarnos a afirmar identidades auto-suficientes, serve para conhecer formas de situar-se em meio a heterogeneidade e entender como se produzem as hibridações (CANCLINI, 2003, p. XXIII-XXIV).

A fusão do jazz ou do rock'n roll com música clássica, o tango eletrônico, a combinação de elementos religiosos distintos em novas práticas, clássicos da literatura lançados em quadrinhos, grafites cobrindo as paredes das galerias de arte são exemplos da grande multiplicação de hibridismos produtivos. Canclini destaca que:



Os processos globalizadores acentuam a interculturalidade moderna quando criam mercados mundiais de bens materiais e dinheiro, mensagens e migrantes. Os fluxos e as interações que ocorrem nesses processos diminuíram as fronteiras e alfândegas, assim como a autonomia das tradições locais; propiciam mais formas de hibridação produtiva, comunicacional e nos estilos de consumo do que no passado. Às modalidades clássicas de fusão, derivadas de migrações, intercâmbios comerciais e das políticas de integração educacional impulsionadas por Estados nacionais, acrescentam-se as misturas geradas pelas indústrias culturais (CANCLINI, 2003, p. XXXI).

Neste ponto, pode-se notar a relevância da indústria cultural na disseminação de elementos culturais mundializados. Sua importância atual não mais reside na função de homogeneizar os bens de consumo culturais, mas sim na capacidade de suprir uma demanda de produtos especializados ao redor do globo.

É importante destacar que apesar da facilidade de contato com elementos de diversas manifestações culturais devido à fluidez das comunicações, a hibridação não é um processo indiscriminado. Há que se considerar os movimentos de rejeição e resistência à hibridação, além dos processos em que apenas parte das estruturas discretas aceita modificações. De acordo com Canclini, as chamadas políticas de hibridação serviriam para um trabalho democrático com as divergências, evitando que a história se resuma a um estado de guerra entre culturas, e prossegue: “Uma teoria não ingênua da hibridação é inseparável de uma consciência crítica de seus limites, do que não se deixa, ou não quer ou não pode ser hibridado” (CANCLINI: 2003, p. XXVI).

Neste contexto de acelerado intercâmbio de mensagens, referências e produtos culturais, observado sobretudo no século XXI, os animês vem desempenhando um importante papel, encontrando público em diversas partes do planeta, incorporando-se ao cotidiano de brasileiros, americanos, franceses, coreanos entre tantos outros, dialogando com as particularidades, contaminando-se das diferenças e propiciando a reflexão sobre novas maneiras de se pensar a cultura na nova realidade configurada.

Animê: Híbrido de referências mundializadas

Animê é como nós, ocidentais, conhecemos a animação japonesa. No Japão, animê é qualquer desenho animado, não importando a origem. Para este artigo consideraremos animê como animação japonesa ou a que apresente o mesmo estilo técnico e conceitual, quando explicitado.

Inserido numa vasta gama de produtos culturais, o animê faz parte da cultura pop japonesa. De acordo com Cristiane Sato (2007, p.12), cultura pop é um fenômeno



relativo à produção industrial de ícones e referências que se tornam comuns a um povo através da mídia. Não se trata apenas de veiculação. A mídia é utilizada na criação desses produtos culturais que divulga, diferenciados principalmente pelo caráter temporal ou de modismo que possuem. O pop se distingue desse modo do folclore – ou cultura popular – que tem caráter atemporal e é transmitida pelo próprio povo. Neste sentido, a cultura pop é um fenômeno relacionado diretamente ao consumo.

O pop japonês surge no contexto do pós-Segunda Guerra Mundial. Juntamente com a presença dos americanos em terras nipônicas chegaram os produtos e as produções culturais dos EUA e logo Coca-Cola, filmes de Hollywood, gomas de mascar e os comics⁶ passaram a fazer parte do cotidiano da população japonesa. O Japão, todavia, ainda que tenha um histórico de receptividade a influências estrangeiras, sempre adapta essas influências com o intuito de aperfeiçoar a própria cultura ao invés de meramente copiar o exemplo alheio, como elucida a antropóloga Ruth Benedict (2002).

Assim, o American Way⁷ e a indústria de entretenimento americana (o star system) foram assimilados e adaptados aos moldes japoneses. Dessa mistura entre a fórmula industrial de entretenimento americana e o conteúdo japonês, nasce a cultura pop japonesa. Mangás, games, animês, karaokê, todos fazem parte do pop japonês na atualidade e estão presentes em nosso cotidiano com a mesma intensidade com que os heróis da Marvel⁸ e o rock'n roll tem estado há algum tempo.

Akira Tochigi (2008)⁹, curador do acervo de filmes do Centro Nacional de Cinema Japonês, explica que tanto o cinema tradicional quanto a animação foram levados ao Japão como culturas importadas. Aparelhos como o cinematógrafo dos irmãos Lumière e o quinetoscópio e o vitascópio de Edison realizaram exposições no Japão por volta de 1896. Quatorze anos mais tarde as primeiras animações – francesas e americanas – chegaram às telas japonesas e tornaram-se rapidamente preferência nacional em consumo midiático.

Em relação à terminologia, duas correntes tentam explicar o surgimento da expressão animê. A primeira defende que a palavra animê seja uma derivação da expressão

⁶ História em quadrinhos americana.

⁷ Expressão cunhada no século XVII, nos EUA, referente ao estilo de vida praticado pelos cidadãos americanos. É a expressão de um *ethos* nacionalista calcado nos ideais de vida, liberdade e busca pela felicidade, assegurados pela Declaração da Independência. O American Way constitui a base da sociedade de consumo e da política expansionista norte-americanas.

⁸ Uma das maiores editoras dos Estados Unidos, especializada em quadrinhos de super-heróis.

⁹ Em seu texto sobre o cinema silencioso japonês elaborado para a II Jornada Brasileira de Cinema Silencioso, projeto desenvolvido pela cinemateca brasileira. Disponível em: http://www.cinemateca.gov.br/jornada/filmes_japones_texto2.html. Acesso em 14 de março de 2009.



francesa *dessin animé*¹⁰ (desenho animado), a segunda acredita que animê seja uma corruptela de *animation* (animação), do inglês, falada pelos japoneses como *animeeshon* (SATO, 2007, p.31).

Em 1917, vinte anos após a chegada do cinema ao Japão, os primeiros artistas japoneses começaram a produzir animações no país. No início, as produções comerciais de animação sofreram uma grande carência de recursos, a maioria dos pioneiros nessa área trabalhava em seus próprios estúdios e com pequeno capital. Akira Tochigi explica que

Tentativas de trabalhar com grandes produtoras [...] alcançavam apenas sucesso relativo, porque muitos executivos dos estúdios não se dispunham a financiar essas pequenas produções, preferindo importar e distribuir para os ávidos expectadores japoneses animações estrangeiras mais sofisticadas. Em decorrência disso a maior parte dos cineastas de animação era obrigada a fazer animações para audiências jovens, e ficava na dependência do circuito de filmes educativos financiados pelo poder público (TOCHIGI, 2008).

A partir de 1910, um debate tornou-se crescente no Japão em torno da influência do cinema nas platéias jovens. Devido à polêmica, que se estendeu por mais de uma década, o governo japonês formulou, por volta de 1920, políticas cinematográficas que atrelavam ainda mais a produção de animação ao Estado. Neste contexto político, a animação, chamada à época de *manga eiga* (filme de desenho), passou a ser considerada um ramo do cinema educativo voltado para crianças, e as produções versavam, sobretudo, sobre contos populares e lendas.

A animação japonesa entra numa nova fase a partir do governo militar, em 1933, que perduraria até o final da segunda Guerra Mundial. Neste período a produção cinematográfica tradicional passa a funcionar como propaganda pró-guerra e assim também ocorre com as poucas animações produzidas no país. Essas animações de cunho militarista receberam a denominação de *puropaganda anime* (SATO, 2007, p.33).

A década de 1950 trouxe novo fôlego à economia e animação japonesas. Foram criadas diversas companhias dedicadas à produção comercial de animação nesse período, assim como surgiram muitas produções independentes. *Hakuja Den*, o primeiro animê longa-metragem colorido, foi lançado em 1958, pelo estúdio Toei Dōga, e alcançou muito sucesso entre os nipônicos. Aquele período marcou o desvencilhamento da produção de animação em relação ao Estado e ao Ministério da Educação no Japão.

¹⁰ Esta versão é defendida por pesquisadores como Frederik L. Schodt (1986) e Alfóns Moliné (2004).



Neste processo de transformações socioeconômicas e políticas, um artista em especial é considerado o divisor de águas na produção de mangás (quadrinhos japoneses) e animês por suas contribuições que revolucionaram ambas as atividades: seu nome é Ozamu Tezuka.

Tezuka era, na década de 1960, um cartunista de sucesso no Japão. Sua ambição, no entanto, era realizar animações. Ainda enquanto se dedicava aos mangás, Tezuka convencionou através de seus trabalhos as características mais latentes do que chamamos atualmente por mangá e animê: uso da linguagem narrativa cinematográfica como estética, criando cenas de ângulos inusitados, muitos closes e jogos de planos (num modelo similar a um storyboard¹¹); os olhos aumentados, expressivos e brilhantes, inspirados na maquiagem das atrizes da Ópera Takarazuka¹²; personagens estilizados ou ainda antropomorfizados; introdução de questões éticas envolvendo o homem e a tecnologia (que veio a se tornar a base de todo um movimento ciberpunk¹³ na animação, o qual deu origem aos famosos animês de ficção científica como *Akira* e *Ghost in the Shell*); utilização de temáticas densas, dramáticas ou filosóficas e mesmo a adaptação aos quadrinhos, para o público infantil, de obras como *Fausto*, de Goethe, e *Metropolis*, filme do diretor alemão Fritz Lang.

A respeito de Tezuka, Gravett afirma que

Ele foi o principal agente da transformação do mangá, graças à abrangência de gêneros e temas que abordou, às nuances de suas caracterizações, aos seus planos ricos em movimento e, acima de tudo, à sua ênfase na necessidade de uma história envolvente, sem medo de confrontar as questões humanas mais básicas: identidade, perda, morte e injustiça (GRAVETT, 2006, p.28 apud FARIA, 2008, p.5).

Quase todas as características lingüísticas, temáticas e estéticas desenvolvidas para o mangá foram posteriormente incorporadas ao animê, sobretudo o seriado. A proximidade entre essas duas produções deve-se ao fato de que, além de ambas terem sido fortemente impactadas pelas contribuições de Tezuka, mesmo hoje os custos de produção de uma animação são vultosos e a forma menos arriscada financeiramente de

¹¹ *Storyboard* é uma ferramenta de construção e visualização de roteiros utilizada na produção de filmes em geral e consiste no seqüenciamento de imagens, acompanhadas ou não de uma descrição textual, que irão compor uma cena ou conjunto de cenas.

¹² Estilo teatral desenvolvido no Japão durante o século XX e encenado exclusivamente por mulheres.

¹³ O movimento *cyberpunk* apesar de ser trabalhado com notoriedade nos animês é na verdade um fenômeno maior que atingiu toda a produção de ficção científica mundial – sobretudo nas décadas imediatamente posteriores ao fim da Segunda Guerra Mundial – e também a juventude. Relaciona-se com as tecnologias digitais, ciberespaço, tecno-marginais, poderes midiático, político e econômico dos conglomerados multinacionais e caracteriza-se por uma visão pessimista ou distópica do futuro. Disponível em: <http://www.rizoma.net/interna.php?id=129&secao=espaço>. Acesso em 07 de abril de 2009.



se produzir uma série de anime, é adaptar a história de um mangá que já desfrute de popularidade.

A respeito disso, foi convencionado um sistema de financiamento privado onde a emissora de televisão, a produtora da série de animê e fabricantes licenciados, após um longo planejamento, investem conjuntamente na produção e “geram receita através de uma cadeia de vendas de produtos e serviços correlatos” (SATO, 2007. p. 35). Essa forma de organizar calculadamente a produção dos animês seriados contribuiu para criar os contornos de um mercado nessa área.

Os animês estrearam na televisão japonesa em 1963, no formato de séries. A primeira foi *Tetsuwan Atomu* (*Astro Boy*, no mercado internacional), de Ozamu Tezuka. A partir dos anos 1970, os animês se consolidaram como ramo da indústria de entretenimento japonesa, obtendo índices de crescimento admiráveis, muitas vezes superiores aos de outros setores da indústria como a automobilística.¹⁴ A explosão no consumo de animês fez com que os produtores buscassem novas e mais rápidas formas de suprir a demanda crescente, o que acarretou num processo de descentralização e deslocalização da produção (ORTIZ, 1994. p 108 e 109).

Nesse sistema, as funções consideradas centrais na produção do anime – planejamento, direção, dublagem e demais processos que requerem especialidades mais avançadas – continuaram no Japão, enquanto a animação e a colorização, por exemplo, entre outras operações mais simples, foram deslocadas para outros países como Taiwan e Coréia do Sul, onde a mão de obra é mais barata (SATO, 2007. p.37). Desse modo, o animê, enquanto produção japonesa, não ficou restrito às suas próprias influências e trouxe também em seu bojo uma série de referências e técnicas de outros países e portanto de outras culturas, constituindo-se como híbrido de referências mundializadas.

Nesse sentido, o animê é constituído de práticas sociais, elementos culturais e referências gerais de vários países envolvidos na sua execução, tanto de maneira direta, atuando nas etapas de produção em si, quanto indiretamente, através dos recursos utilizados - softwares e técnicas de procedências diversas (TEODORO, 2008. p. 12). É, nessa caracterização mundializada, portanto, um híbrido.

O conceito de híbrido, nos contextos de globalização econômica e mundialização cultural, passa a re-significar as noções de cultura, identidade e também a visão dos

¹⁴ Estima-se que, em 2004, as exportações de produtos culturais japoneses tenham ultrapassado os 13 bilhões de dólares, o que representa um aumento de 300% em relação à década anterior, enquanto que nenhum outro setor da economia japonesa, incluindo a automobilística, apresentou índices semelhantes. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/>. Acesso em 03 de abril de 2009.



conflitos entre local-global, tradição-modernidade. As migrações culturais, tecnológicas e humanas que se configuram no cenário globalizado intensificam a interculturalidade, favorecendo as hibridações produtivas e, conseqüentemente, transformando as noções de nacionalidade, cultura e identidade, que passam a ser constituídas de referências mundiais (CANCLINI, 2003. p. XXXI). A cultura enquanto indústria, na atualidade, proporciona novos meios de confrontar saberes e referências, propiciando o debate e a produção de hibridações.

O anime, enquanto elemento da indústria cultural japonesa, é não só fruto de processos de hibridação, mas também agente hibridador, na medida em que entra em contato com outras culturas e práticas sociais influenciando-as e transformando-as de alguma maneira. A partir desse raciocínio, as adaptações e versões que são feitas dos animês ao redor do mundo com o intuito de adequá-los a diferentes públicos também constituem processos de hibridação.

A exportação de animês teve início no Japão ainda na década de 1960. Contudo, as animações japonesas só alcançaram popularidade significativa no Ocidente a partir da década de 1980, ápice da produção de animação para TV no Japão, através das obras que exploravam a temática da ficção científica.

Dos anos 1990 até os dias atuais, o animê se consolidou na economia japonesa como um dos mais fortes segmentos de sua indústria cultural, com alto potencial para exportação. Para os ocidentais, o animê tornou-se símbolo de uma série de produtos, tendências e influências que cruzaram os oceanos e aos poucos, não sem antes hibridar-se, passaram a fazer parte do cotidiano.

O animê buscou em várias fontes as características que hoje são consideradas típicas ao seu estilo. Fazem parte desse processo, tanto as influências diretas da própria cultura japonesa, oriundas do teatro, da pintura ou da forma de conceber a narrativa, quanto as influências ocidentais. A *limited animation*, técnica que permitiu que os animês fossem produzidos para televisão por baratear os custos, foi, na verdade, criada nos EUA – inspirada nos movimentos artísticos *avant-garde* e expressionismo abstrato – como alternativa ao estilo de animação ultra-realista dos estúdios Disney.¹⁵

¹⁵ Durante o desenvolvimento da indústria da animação nos anos de 1930 e 1940, os pioneiros dos Estúdios Disney evoluíram para um estilo estético altamente naturalista, lutando para transmitir com seus desenhos um olhar tão real quanto possível dentro das limitações da arte dos desenhos à mão [...] Então, inspirados tardiamente pelos movimentos de arte de 1940, tais como expressionismo abstrato que rejeitou esta abordagem naturalista, princípios *avant-garde* começaram a infiltrar-se nos desenhos animados. Em particular, a United Productions of America (UPA), um estúdio que empregava muitos animadores que haviam deixado a Disney em 1941, durante a greve da indústria trabalhista de animação, defendeu uma estética que enfatizasse a linha, a forma e um padrão mais abstrato sobre o



A técnica do *limited animation* buscava criar um novo conceito e uma nova estética para a animação, provando que era possível contar histórias, transmitindo ação e dramaticidade, mesmo sem criar simulações do real. Desse modo, as animações realizadas nessa perspectiva continham imagens e fundos abstratos; economia de movimentos; uso de simbolismo e a simplificação visual.

A *limited animation*, como toda influência externa, foi adaptada pelos japoneses, recebendo contribuições que diferenciam os animês das produções americanas que também se utilizam da técnica, como *Scooby Doo* ou *Johnny Bravo*. À receita japonesa foram acrescentados: os personagens estilizados de olhos enormes; temáticas densas sejam as animações cômicas ou trágicas, infantis ou adultas; construção extremamente rica do aspecto humano do personagem, traçando suas forças, fraqueza e defeitos; foco nas relações mais do que nos acontecimentos; a temporalidade das histórias, que têm um final, e dos personagens, que crescem e envelhecem; a não-ausência de temas como a morte, a violência ou os desejos humanos; a presença de temas universais, como o medo, a dor, a solidão e a esperança.

Todas essas características mencionadas constituem pistas de como funciona a linguagem dos animês e o que ela busca transmitir. As questões da mundialização das referências e da utilização de temas universais, citadas anteriormente, são elementos que ajudam a compreender por que os animês conseguem se fazer entender em distintos pontos do globo, mas não clareiam toda a questão. As referências típicas japonesas¹⁶ permanecem como uma membrana envolvendo as demais, que só podem ser vistas sob a luz daquelas. Nesse sentido convém pontuar algumas das influências da cultura japonesa que contribuíram na construção da linguagem dos animês.

Renata Almeida traça um paralelo de linguagem entre os tradicionais teatros Kabuki e Bunraku e os animês, colocando que

O animê parece ter absorvido muitas características do teatro Kabuki e Bunraku: a ênfase nos personagens e na sua visualidade; enredos ilógicos e cheios de fantasia; ação fragmentada; o clímax da história centralizado no conflito corporal dos personagens (ALMEIDA, 2008, p.2).

Os teatros Bunraku e Kabuki têm seu foco, de acordo com Darci Kusano (1993, p. 345 apud ALMEIDA, 2008. p. 2), na imaginação fantasiosa e nas emoções dos

estilo naturalista [tradução nossa]. Disponível em : http://www.connectedconcepts.net/blog/2005/06/less-limited-expressive-possibilities_01.html. Acesso em 20 de maio de 2009.

¹⁶ Segundo Néstor García Canclini não se deve considerar a existência de fontes ou referências puras, independente de cultura ou grupo. Mesmo as fontes-base dos processos de hibridação na atualidade, segundo ele, são fruto também de hibridações, mestiçagens e intercâmbios (CANCLINI, 2003, p. XIX e XX). Desse modo, neste trabalho, a expressão *referências típicas* está relacionada a essas fontes mais arcaicas e convencionadas dentro da cultura japonesa, não desconsiderando o seu caráter mestiço.

personagens, em oposição ao teatro ocidental clássico que enfatiza os diálogos e centra-se na lógica. O animê, de forma muito semelhante àqueles, traz o foco dramático para os personagens de modo que a trama ocupe o lugar de um cenário, ou pano de fundo, e não de uma força maior que traga os envolvidos.

A violência, ponto extremamente conflituoso no Ocidente, é um traço característico de muitos animês, o que não é tido como algo ruim pelos japoneses. Faria (2008) explica que os “autores [de animê e mangás] querem seus leitores e espectadores ‘psicologicamente fortes para o mundo real’, outros dizem que é uma maneira de libertar frustrações, imunizando a violência”. (FARIA, 2008, p.10)

A violência está presente com muita intensidade na história japonesa, marcada por guerras e conflitos até a metade do século XX, e está ligada à tradicional concepção nipônica de obrigação ou dever.¹⁷ Contudo, não se pode desconsiderar que a presença da violência nos animês, assim como de qualquer outro assunto, está sujeita antes de tudo aos critérios de segmentação do mercado japonês, que divide as produções entre sexo, gênero e idade. Ainda que a violência seja encarada com certa naturalidade nas produções japonesas, há normas e categorias certas para empregá-la. Esta é a característica básica do mercado de animês e mangás, e dentro dos seus segmentos existe lugar para todas as temáticas possíveis.

Outra característica marcante nessas produções é a utilização de metáforas visuais. Sua origem advém da maneira como os japoneses concebem a comunicação:

[...] um peixe num lago, uma folha caída na floresta, um enfeite em uma casa [...] na verdade, são metáforas visuais que se relacionam com o drama em destaque [...]. Esses detalhes servem para traçar e aprofundar a emoção e os sentimentos dos personagens na história através de imagens. Esse interesse pelo figurativo na cultura oriental é uma característica que advém de sua forma de se comunicar, isto é, a escrita japonesa tem como objetivo principal a visualização, ao contrário da ocidental, que se associa essencialmente ao som representado. (ALMEIDA, 2008, p.5)

Esses são apenas alguns dos fios que constituem a trama intrincada da linguagem dos animês, mas são exemplos bastante fortes para a visualização das diferenças entre essas produções e as animações ocidentais, concebidas tradicionalmente como forma de entretenimento infantil e despretensiosa.

¹⁷ Simplificadamente, a honra e o nome, que são o que confere aos japoneses uma posição concreta e aceita dentro da sociedade, têm de ser prezados e respeitados pelos demais, e constitui um dos deveres de um homem zelar por sua honra e pelo nome de sua família, pagando, matematicamente, o favor ou a ofensa recebidos. Em caso de uma ofensa, um dos modos legítimos de se saldar a dívida, no passado, era castigando ou executando o ofensor. Nesses casos de *vendetta*, o ajuste de contas não era tido como agressão. A violência gratuita, no entanto nunca foi vista com bons olhos pela sociedade japonesa, explica Ruth Benedict (BENEDICT, 2002, p.100).



Não se pode afirmar se por trazer referências mundializadas em seu conteúdo, ou se por apresentar justamente o diferente em termos de linguagem e proposta de entretenimento¹⁸, os animês se tornaram um fenômeno de consumo ao redor do globo a partir da década de 1980. Penetrando na cultura mundializada através da televisão, as animações japonesas sofreram um *boom* com a difusão da internet banda larga iniciada nos anos 1990.

O consumo do animê pelo mundo e o seu contato com as particularidades regionais gera novas hibridações, sendo elas: as versões realizadas por canais de televisão (que buscam, em geral, adequar essas produções a concepções particulares do que seria recomendável ao público infantil) – com todas as alterações de conteúdo que possam implicar; as legendagens dos animês originais produzidas por fãs para distribuição gratuita pela internet, das quais não se dissociam a influência do meio, as referências pessoais e os conhecimentos técnicos dos envolvidos neste processo; e por último, mas não menos importante, os animês produzidos por outros países, a exemplo de *Avatar – the last airbender*, dos EUA. ‘Animê’, neste caso, entende-se pela animação que possui a mesma estética e conceitual que as animações japonesas.

Considerações Finais

Ante ao exposto se pode propor os animês como ícones da cultura pop japonesa na contemporaneidade, híbridos desde a sua origem. Relacionados aos movimentos de mundialização da cultura em face do consumo globalizado, os animês são concomitantemente resultado e resultante, produtos de um processo de interação cultural e produtores de novas práticas culturais.

O animê como produto de uma cultura mundializada nos permite aqui descrever e analisar a dinâmica de criação e ou produção de elementos e práticas culturais no contexto de formação de uma sociedade global.

A mundialização, fenômeno cultural e industrial de criação e compartilhamento de um universo simbólico específico a emergente sociedade globalizada, alimenta-se das regionalidades e singularidades neste processo, difundindo e combinando estruturas e práticas discretas, propiciando constantes e novas hibridações.

¹⁸ Os animês, no ocidente, vieram preencher a grande lacuna que existia em relação às produções de animação para adolescentes e jovens. Com títulos concebidos especialmente para este segmento de público, os animês conquistaram um lugar praticamente vago na indústria de entretenimento ocidental, que tradicionalmente, como afirmado, concebe a animação como pertencente ao território da infância.



A explosão no consumo de animês a partir da década de 1970, primeiramente no Japão e na década posterior ao redor do globo, acentua ainda mais o caráter híbrido destas animações, que a partir de então perdem o seu território fixo tanto no que concerne à produção quanto ao consumo.

O contato dos animês com as particularidades regionais, decorrente da dimensão global do consumo dessas produções, gera releituras, confrontos, debates e acomodações, sendo estas novas hibridações.

Observa-se, deste modo, o fluxo constante e acelerado dos produtos midiáticos audiovisuais na contemporaneidade - visualizado neste trabalho através dos animês - fluxo este gerador de uma cadeia de intercâmbios culturais e de hibridações que compõem uma teia significativa partilhada globalmente e que nos convida a refletir sobre novas formas de se pensar a cultura neste início de século XXI.

Referências

- ALMEIDA, Roberta Regalce de. **Bunkaru e Kabuki: a linguagem das animações japonesas**. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2008. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/almeida-roberta-bunraku-kabuki.pdf>> . Acesso em 03 de maio de 2009.
- BENEDICT, Ruth. **O crisântemo e a espada**. Tradução Cézár Tozzi. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2002. Título original: The chrysanthemum and the sword.
- BETWEEN THE FRAMES. **The less limited expressive possibilities of limited animation – part 1**. Disponível em: <http://www.connectedconcepts.net/blog/2005/06/less-limited-expressive-possibilities_01.html>. Acesso em 20 de maio de 2009.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza cintrão. São Paulo: Edusp, 2003.
- CLARKE, James. **Animated films**. London: Virgin Books, 2004.
- FARIA, Mônica Lima de. **História e narrativa das animações nipônicas: algumas características dos animês**. In: Actas de diseño, Buenos Aires, v. 5, p. 150-157, jul/agosto. 2008. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_ auspicios_publicaciones/actas_disen_o/articulos_pdf/A4003.pdf> Acesso em 22 de abril de 2009.
- GRAIEB, Carlos. O Japão é pop. In: **VEJA**, São Paulo, edição 1835, nº1, ano 37, p. 80-86, janeiro, 2004. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/>>. Acesso em 07 de maio de 2009.
- LEMOS, André. **Cyberpunk: apropriação, desvio e despesa na cibercultura**. Rizoma.net – e-espço. Disponível em: <<http://www.rizoma.net/interna.php?id=129&secao=espaco>>. Acesso em 07 de abril de 2009.



LIMA, Venício Artur de. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa – mangá e animê**. São Paulo: Hedra, 2005.

_____. **Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses**. São Paulo: Hedra, 2000.

MOLINÉ, Alfons. **O grande livro dos mangás**. Editora JBC. São Paulo: 2004.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Braziliense, 1994.

SCHODT, Frederik L. **Manga!Manga! - The world of japanese comics**. Tokyo: Kodansha International, 1986.

TEODORO, Laís Martins. **Cena cosplay mundializada: A difusão da rizomática da cultura pop japonesa**. 2008. 60 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2008.

TOCHIGI, Akira. **As fontes do anime**. 2008. Cinemateca brasileira – II jornada brasileira de cinema silencioso. Disponível em:
<http://www.cinemateca.gov.br/jornada/filmes_japones_texto2.html>. Acesso em 14 de março de 2009.