

## **Consumo e animê: Estúdio Ghibli e penetração no mercado ocidental.<sup>1</sup>**

Miriam Souto Maior Barros<sup>2</sup>

Rodrigo Duguay da Hora<sup>3</sup>

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

Tendo como ponto inicial um estudo monográfico de conclusão de curso em Publicidade e Propaganda, este artigo trata de forma geral da influência estética e narrativa das produções dos longas-metragens desenvolvidos pelo Studio Ghibli de animação. Para dimensionar sua repercussão no mundo ocidental, traçamos uma contextualização histórica da animação no mundo, chegando ao Animê como produto contemporâneo. A partir daí, o artigo faz uma análise comercial dos filmes deste estúdio, como referência principal do papel da animação japonesa mundial deste gênero de narrativa audiovisual, desenvolvendo uma lógica de mercado própria.

### **Palavras-chave**

Animê; Cultura pop; Studio Ghibli; Hayao Miyazaki; Isao Takahata

### **Corpo do trabalho**

Há muito o animê deixou de ser um produto cultural restrito ao oriente e passou a ser uma referência no cinema de animação do mundo global. Com narrativa e estética muito particulares, este tipo de animação se tornou um produto cultural diferenciado e relevante também no ocidente, não apenas em seu discurso, mas como uma investida comercial de sucesso no mercado mundial de entretenimento. A partir dos dados de público/bilheteria, já é possível ter uma percepção ampliada sobre a penetração desse produto fora de seus mercados de origem e, assim, entender como se tornou uma forma de entretenimento tão adorada por todos os públicos de todas as idades.

Admirado no ocidente, o Studio Ghibli tem influenciado trabalhos fora de sua dimensão cultural e ajudado a construir uma estrutura estética particular, influenciando cada vez mais desenhos produzidos em outros países. Com a globalização e a ampliação da chegada de

---

<sup>1</sup>Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, do Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 7 de setembro de 2013.

<sup>2</sup>Bacharela em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela UNICAP - PE, email: miriamsmb@gmail.com

<sup>3</sup>Orientador do Trabalho. Mestre em Comunicação pela UFPE e coordenador da graduação de Publicidade e Propaganda UNICAP – PE, email: duguay@unicap.br.

produtos culturais de outros mercados, o ocidente tem mostrado uma crescente ampliação do culto à cultura japonesa, que começa a se consolidar como uma linha estética importante no universo da animação. Com isso, os jovens e adultos estão se adaptando aos elementos visuais presentes na cultura tradicional do mangá (olhos grandes, cabelos espetados, nariz normalmente pequeno), apesar de existir um certo preconceito de um público mais ocidentalizado quando se deparam com esse tipo de arte. Mesmo neste cenário, a Ghibli conseguiu obter um reconhecimento bastante notável no ocidente devido a grandes sucessos de bilheteria, como *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (*Spirited Away* – A Viagem de Chihiro), *Howl's Moving Castle* (O castelo animado) e *Mononoke Hime* (*Princess Mononoke* – Princesa Mononoke), tendo este último ganho tamanho reconhecimento a ponto de estar sendo produzida uma peça de teatro que será exibida em abril de 2013, em Londres.

A televisão brasileira já teve muitos horários dedicados a exibição de animações nipônicas, até mesmo em TV aberta com as emissoras Globo, Bandeirantes, TV Gazeta, Rede Manchete, entre outras. Animês mundialmente conhecidos foram exibidos como Cavaleiros do Zodíaco, Astroboy, Dragon Ball, Samurai X, e outros de produção mais “independente” e com roteiros mais complexos, como Genocyber. Hoje em dia o canal Cartoon Network ainda exhibe animê em sua grade, mas com um horário dedicado bastante reduzido, tendo apenas Pokémon como exemplo de produção japonesa na emissora.

Escolhido com base em autores e estudiosos que analisam o objeto de pesquisa utilizado neste trabalho, em particular descrevendo e analisando seu corpus textual, o referencial teórico foi parte importante da construção de uma contextualização mais abrangente para a produção do Anime Contemporâneo. Além de produtos acadêmicos, também foram utilizados livros como o de Cristiane Sato, que é bastante rico ao se tratar de cultura pop japonesa, sendo a fonte mais explorada neste projeto. Desta forma, a pesquisa bibliográfica realizada tem como objetivo facilitar a compreensão do assunto, sendo utilizadas, além dos artigos científicos e livros estudados, citações de diretores de cinema renomados, como John Lasseter (Pixar Animation) e Chris Sanders (um dos diretores de Lilo & Stitch, filme da Walt Disney).

## Contextualização Histórica do Cinema de Animação

O marco inicial para a primeira animação cinematográfica é o desenho animado “Pobre Pierrot” (*Pauvre Pierrot*, 1892), do francês *Émile Reynaud*, criador do praxinoscópio<sup>4</sup>, projetado no *Musée Grevin*, em Paris. (ANIMAÇÃO, 2012).

Duas décadas após as primeiras evoluções de produções animadas, já havia se tornado possível criar uma animação em um projetor moderno. Em 1908 surgiu “*Fantasmagorie*”, criado por *Émile Cohl*. O primeiro longa-metragem de animação foi feito em 1917 pelo argentino *Quirino Cristiani*, chamado de “*El Apóstol*”. (ÉL APOSTOL, 2012)

Em seguida, o primeiro filme de animação sonorizado da história foi *Steamboat Willie*, estrelado pelo ratinho mais famoso do mundo: Mickey Mouse. O filme teve sua trilha sonora tocada por uma orquestra regida pelo próprio Disney, que também fez a voz do camundongo. Criado por Walt Disney, Mickey e Minnie se tornaram famosos no mundo inteiro, ganhando mais de 15 desenhos em apenas um ano. (STEAMBOAT, 2012)

Em 1932, interessado em criar uma animação em cores, Disney procurou a *Technicolor*, empresa que havia criado um sistema para usar cores em filmes. Através dessa união, foi criado o primeiro curta-metragem em cores, que recebeu o primeiro oscar para filmes de animação da história: “*Flowers and trees*” (Flores e árvores), resultando na criação de uma estética própria de Disney. O primeiro longa-metragem sonoro e em cores do estúdio Disney foi *Branca de Neve e os Sete Anões*, baseado no conto de fadas “*Branca de Neve*”, dos irmãos Grimm.

Com o reconhecimento mundial que a Disney obteve, muitos artistas foram bastante influenciados pela sua estética para criarem personagens que ficariam marcados para a história. Para falar sobre animação japonesa, é necessário entender de onde surgiram os estereótipos de personagens que existem até hoje.

---

<sup>4</sup> O Praxinoscópio é um aparelho que projeta na tela imagens desenhadas sobre fitas transparentes. A princípio uma máquina primitiva, composta por uma caixa de biscoitos e um único espelho, o praxinoscópio é aperfeiçoado com um sistema complexo de espelhos que permite efeitos de relevo. A multiplicação das figuras desenhadas e a adaptação de uma lanterna de projeção possibilitam a realização de truques que dão a ilusão de movimento. (PRAXINOSCÓPIO, 2012)

Segundo Cristiane A. Sato, Osamu Tezuka (fortemente influenciado por Walt Disney e Max Fleischer, criador de Betty Boop) teve papel importante na história da estética do mangá:

Embora na origem sejam atividades distintas (mangás e animês), no Japão elas tiveram um denominador comum – alguém que lhes conferiu originalidade e características hoje qualificadas de “japonesas”. É opinião pacífica que isso ocorreu graças à obra de um homem, cuja enorme capacidade produtiva e criativa tornaram seu nome um divisor de águas em ambas as atividades. A ele se atribui a criação do estilo de desenho de personagens de corpos magros, cabelos pontudos e olhos enormes, com cores vivas e contrastantes em histórias com forte conteúdo dramático, hoje imediatamente reconhecidos como “desenho japonês”. (SATO, 2007. p. 125)

Além das características nipônicas em seus personagens, Tezuka também criou os movimentos nas histórias em quadrinhos através de traços fortes, linhas que dão impressão de velocidade, onomatopeias, e, sobretudo, a alternância de planos e enquadramentos que são utilizados no cinema.

Apesar de animações possuírem uma visão infantilizada, sendo visto como produto destinado ao público infanto-juvenil, com o passar dos anos é possível perceber que a crescente popularidade das animações japonesas no ocidente está mudando o cenário da animação no mundo: longas-metragens como “Toy Story”, “Up – Altas Aventuras”, “Shrek” e outros que possuem enredos mais inteligentes e adultos, passaram a cativar plateias de diversas gerações, batendo de frente com a visão de que desenho é destinado de forma exclusiva ao público infantil. É através dessa mudança que podemos perceber a penetração da animação oriental no ocidente, com nomeações como o oscar sendo destinadas a obras de estúdios nipônicos, como *Sen to Chihiro no Kamikakushi* tendo ganho o prêmio de melhor animação em 2009.

### **Conceito de animê e o impacto do produto no mercado mundial**

“Animê” é a abreviação de “Animation” (animação em inglês) e é a forma que os japoneses usam para designar qualquer produção de desenho animado, sendo produzido dentro ou fora do Japão. Mas, para os ocidentais, animê significa apenas animações vindas do Japão, não incluindo as produções de outros países. Fazem parte da cultura pop japonesa itens como

yosakoi (estilo de dança criado no Japão), karaoke, tokusatsu (filmes e séries como Jaspion, Changeman, entre outros), cinema, garage kits (estatuetas de personagens), música, games, programas de TV, animês e mangás, sendo os dois últimos tão importantes que o Japão se tornou o país que mais exporta animações no mundo inteiro. Sendo consumido internacionalmente por diversas culturas, o animê é um ponto muito forte para a cultura nipônica e essa importância surgiu há pouco mais de duas décadas, mostrando que a mistura de culturas, etnias e faixas etárias em relação ao público que consome este produto é muito nítida e diversificada:

Twenty years ago, any non-Japanese encountering the words “anime” or “manga” would have shaken their heads in puzzlement. Flash forward to the twenty-first century, and we find a world where anime and manga are ubiquitous, known and loved around the globe from South Africa to Latin America. (...) Manga and anime are a true social and artistic phenomenon. (...) Entertaining, commercially profitable and aesthetically appealing, anime and manga also constitute a genuine alternative to what many commentators over the years have seen (and lamented) as the hegemonic tidal wave of American popular culture. Nowadays, however, a young girl in Canada can thrill to the exploits of the sixteenth-century half-demon hero of the anime *Inuyasha*, while a teenage boy in Mexico City can rename himself *Naruto* in honor of his favorite ninja manga, and a middle-aged French physicist can appreciate the complex questioning of reality in such films as *Ghost in the Shell: Innocence*. (BESTOR, V; BESTOR, T; YAMAGATA, 2011, p. 226)<sup>5</sup>

Em 1909, os japoneses começaram a assistir desenhos comercialmente, quando começaram a ser exibidos no cinema filmes vindos direto de Paris e Nova York. Com esse primeiro passo, não demorou para que os artistas locais começassem a produzir suas obras de caráter experimental.

Enquanto no cinema mudo as produções voltavam-se para roteiros adaptados de contos populares tradicionais do país, a chegada do cinema sonoro fez com que as produções locais tivessem que ser aperfeiçoadas, pois havia bastante concorrência com as produções estrangeiras. Os primeiros desenhos animados japoneses passaram a servir como meios de transmissão de mensagens militaristas, como relata Sato:

---

<sup>5</sup> Vinte anos atrás, qualquer não nipônico que encontrasse as palavras “animê” e “mangá” as estranharia sem dúvida. Adiante para o século vinte e um e encontre um mundo onde “animê” e “mangá” são onipresentes, conhecidos e amados no mundo inteiro, desde a África do sul à América Latina. (...) Mangá e animê são, sem dúvida, fenômenos sociais e artísticos. (...) Divertido, comercialmente rentável e esteticamente apelativo, animê e mangá também constituem uma alternativa genuína para o que muitos críticos viram (e lamentaram), como a onda hegemônica da cultura popular americana. Entretanto, hoje em dia, uma jovem no Canadá pode se emocionar com os acontecimentos de seu herói meiodemônio do século XVI no animê *Inuyasha*, enquanto um adolescente na Cidade do México pode se intitular *Naruto* em homenagem ao seu mangá de ninja favorito, ao mesmo tempo que um físico francês de meia idade pode apreciar as complexas questões sobre realidade em filmes como *Ghost in the Shell: Innocence*. (tradução da autora)

A partir do governo militar e com o início da Guerra Sino-Japonesa em 1933, a produção cinematográfica passou a funcionar como propaganda pró-guerra, e o animê também foi gradativamente se tornando militarizado. Desenhos americanos, como os de Betty Boop e Mickey, antes populares no Japão, foram proibidos e surgiram os purpropagandas animês (SATO, 2007, p. 33).

Na década de 50, devido aos confrontos de ideologias da Guerra Fria durante o período do Macartismo (intensa patrulha anticomunista e perseguição política), a atividade cultural americana criou conceitos como o de “politicamente correto”, instalando censores e códigos de controle aos estúdios de cinema, de animação e quadrinhos. Além disso, existiam as “testemunhas amigáveis”, que serviam para delatar possíveis comunistas. (SATO, 2007).

Devido a tamanha repressão, os roteiros publicados em quadrinhos e animações passaram a possuir conteúdo mais leve para que não fossem acusados de práticas comunistas. Para que a produção de animações não parasse, alegou-se que os desenhos estavam sendo criados para o público infantil, o que acabou caracterizando toda e qualquer animação como uma produção destinada ao público infanto-juvenil, criando uma espécie de preconceito em relação a seriedade de seus roteiros. A partir da década de 30 essa mudança nos roteiros de mangás já existia, alega Kinsella:

From the mid-1930s children’s color magazines were obliged to contain progressively less manga and a great deal more proselytizing military adventure stories. Newspaper comic strips were restricted by the military authorities as one part of the policy of strict centralization and censorship of all forms of national cultural production. During the Pacific war children’s magazines became subject to particularly strict censorship and only manga artists who were members of the single government sanctioned manga artists’ organization, the New Japan Manga Association, were able to draw manga stories for a few children’s magazines still being published by Kodansha. (KINSELLA, Sharon, 2000, p. 23)<sup>6</sup>

Na década de 50 já havia se iniciado as transmissões de TV no Japão, porém a audiência era baixa porque nem todas as famílias, principalmente as de classe média, tinham condições de comprar um aparelho de televisão (SATO, 2007). Devido a essa realidade, as produtoras de

---

<sup>6</sup> Durante a metade dos anos 30, as revistas coloridas para crianças eram obrigadas a conterem cada vez menos mangá e uma grande quantidade de histórias de aventuras militaristas. Tirinhas de jornais eram restritas às autoridades militares como uma política de centralização de todas as formas de produção de cultura nacional. Durante a guerra pacífica, as revistas infantis se tornaram rígidas às censuras e apenas artistas de mangás que eram autorizados pelo governo por pertencerem a uma organização de desenhistas, a Nova Associação Japonesa de Mangá, tinham permissão de desenhar mangás para algumas revistas de crianças que ainda são publicadas pela Kodansha. (tradução da autora)

animação preferiram não se arriscar até o início da década de 60, evitando um possível fracasso e prejuízo. Este quadro precisaria ser alterado de alguma forma, e, para isso, alguém precisaria tomar uma iniciativa para que os portões fossem abertos para a animação televisiva. Quem deu o primeiro passo foi Osamu Tezuka, que já estava familiarizado a desenhar mangás. Ao montar sua própria produtora, a *Mushi Production*, Tezuka deu início a uma realidade diferente para os futuros animadores, criando a primeira série regular de animê para TV, *Tetsuwan Atomu*, mais conhecido mundialmente como *Astro Boy*. Por já ser famoso na área de quadrinhos infantis, Tezuka pode contar com o patrocínio de empresas que já licenciavam alguns produtos de personagens que haviam sido criados anteriormente por ele, o que o ajudou muito a viabilizar a série de TV, criando um investimento de risco calculado e que acabou virando lucro após a estreia de *Astro Boy*. Um ano depois já existiam 11 séries sendo transmitidas nas televisões japonesas. É interessante comparar com o investimento do Brasil no ramo da animação, que jamais possuiu 2 séries sendo produzidas e exibidas ao mesmo tempo no mesmo ano.

Com um aumento significativo das produções de animês para televisão, o mercado estrangeiro viu na animação japonesa um produto de grande força comercial, por serem produções com bom conteúdo e com possibilidade de audiência. Através desse reconhecimento, um dos maiores canais de televisão dos EUA, a NBC, adquiriu uma boa quantidade de animês, incluindo *Astro Boy*.

De acordo com Sandra Monte, a popularidade dos animês especificamente no Brasil ocorreu a partir dos anos 90, com *Cavaleiros do Zodíaco*:

“As animações exibidas tinham episódios isolados, não havia uma continuidade. Cada episódio de uma animação como *Os Simpsons* – por exemplo – tinha sua história iniciada e encerrada no mesmo capítulo. *Cavaleiros do Zodíaco* – assim como alguns outros animês já exibidos no passado – diferentemente, tinha como característica a continuidade. A história começava em um episódio e continuava nos episódios seguintes, obrigando o espectador a saber do desfecho da ação no dia posterior e assim sucessivamente.” (MONTE, 2010)

É interessante lembrar a forma como *Cavaleiros do Zodíaco* foi exibido pela TV Manchete: tendo horários às 10h e às 18h, aos domingos e em dias de semana, sendo “tratado” como uma novela (que é um costume já implementado na televisão brasileira) e que exigia o hábito do telespectador sempre procurar ver o desfecho dos episódios no capítulo seguinte

(MONTE, 2010). Dessa forma, o público brasileiro foi cada vez mais inserindo as produções de animação nipônicas no seu dia-a-dia, fazendo com que surgisse uma tribo aonde pessoas passariam a admirar cada vez mais a cultura japonesa através do comportamento de suas personagens favoritas nas produções que eram exibidas na TV. O animê, junto com o mangá, tornou-se a ponte principal entre os costumes orientais e a cultura ocidental.

Por serem produções que envolvem grandes custos, os animês dependem de um grande planejamento feito entre a emissora, a produtora de animação e os fabricantes de produtos licenciados. Com tamanho investimento e dedicação, o resultado forma uma cadeia de esquemas que envolvem agências de publicidade, indústrias de alimentos, brinquedos, videogames, gravadoras, editoras, distribuidoras e papelaria. Por isso, quando uma série vai ao ar na TV japonesa, a quantidade de produtos e serviços que são criados para envolver emocionalmente o consumidor é considerável, trazendo a tona impulsos consumistas dos espectadores e fãs do programa. Todas essas produções acabam gerando, além de entretenimento para crianças, jovens e adultos, um segmento de mercado ligado ao ramo da animação japonesa que está presente no mundo inteiro. É através desse impulso de novas criações após o período de guerra que surge um dos maiores diretores cinematográficos do Japão e do mundo: Hayao Miyazaki.

### **Ghibli e o ocidente: números e perspectivas de mercado**

Para que se possa provar o impacto das produções da Ghibli no mercado mundial e principalmente no ocidental, nada mais pragmático que analisar suas bilheterias e faturamento bruto nos dois maiores mercados de cinema do mundo: A Europa e os EUA.

De acordo com os dados coletados, o longa-metragem que atingiu maior audiência na semana de estreia do estúdio foi *Spirited Away* (A Viagem de *Chihiro*), ganhador do Oscar de melhor animação em 2003. Apesar da própria premiação impactar diretamente neste resultado, os números para uma animação japonesa são impressionantes: ultrapassando a marca dos 10 milhões de dólares arrecadados na semana de estreia, *Chihiro* recebeu mais de 1 milhão e 600 mil espectadores nos EUA e quase 3 milhões na Europa. No Brasil, este

número chegou a cerca de 321 mil espectadores, o que representa um número relativamente pequeno em relação ao público que costuma assistir animações no cinema.

Em 2003, o filme "*Finding Nemo*" (Procurando Nemo) do estúdio Pixar Animation obteve mais de 4 milhões de pessoas presentes nas salas de cinema brasileiras, apesar de ser necessário destacar que as produções da Pixar – e em particular Nemo – obtém uma média de público muito superior aos das animações tradicionais vindas do mercado americano<sup>7</sup>. Essa diferença de números mostra que, na primeira década do século XXI, as pessoas tinham um preconceito forte com animações vindas do Japão, resultando em *A Viagem de Chihiro* não ter sido tão prestigiado como filmes de outros estúdios.

Porém, mesmo com números tão diferenciados, a premiação de *Spirited Away* no Oscar marcou o início de uma visão diferenciada da cultura japonesa como produto cinematográfico no Brasil, o que também já estava acontecendo em outros países desde a chegada de *Mononoke Hime* (Princesa *Mononoke*) no ocidente em 1997.

A animação que obteve mais lucros desde *Spirited Away* na semana de abertura foi *Arrietty*, alcançando a marca dos 6 bilhões de dólares e 19 bilhões de dólares de faturamento bruto (dado obtido até 3 de junho de 2012). *Arrietty* é o longa metragem mais recente da Ghibli (depois de *From Up on Poppy Hill*, que ainda não teve os dados de bilheteria divulgados em sites como o IMDB), produzido em 2010 e tendo sua estreia nos Estados Unidos apenas em Fevereiro de 2012. O reconhecimento com o passar dos anos é tão notável que o faturamento bruto de *Arrietty* chegou quase ao dobro do de *Spirited Away*. Apesar disso, a audiência de *Arrietty* (Europa) foi de apenas pouco mais de 1 milhão e 100 mil espectadores.

Outra produção importante é *Ponyo*, que ao ser lançado em 2009, atingiu mais de 3 milhões de dólares na semana de abertura do longa nos cinemas, com 1.471.022 espectadores na Europa e 2.012.053 nos Estados Unidos. No mesmo ano, "A Princesa e o Sapo", animação produzida pela Walt Disney, foi aos cinemas arrecadando menos de 1 milhão de dólares na primeira semana de exibição. *Ponyo* teve sua estréia em mais de 900 salas nos EUA,

---

<sup>7</sup> Seria necessário destacar que outros concorrentes do Oscar neste ano tiveram uma bilheteria muito menos significativa no Brasil, em particular "Lilo & Stitch" com 223.590 espectadores e o "Planeta do Tesouro" (ambos da Disney), que apesar de não ter dados oficiais para o país no Imbd, ficou com uma marca provavelmente bem abaixo deste primeiro, repetindo tendência de outros mercados do mundo.

mostrando a consolidação do Ghibli como um produto capaz de ter aceitação no representativo mercado americano de entretenimento.

Através dos dados coletados, é possível perceber que longas-metragens de animação dirigidos por Satoshi Kon - como *Perfect Blue* ou *Tokyo Godfathers* - tem o número de espectadores muito inferior ao de qualquer longa metragem da Ghibli<sup>8</sup>. Desta forma é possível compreender que a Ghibli tem um reconhecimento muito maior no ocidente em relação a outros estúdios de animação orientais, assim como os diretores presentes no estúdio Ghibli são mais populares fora do Japão do que diretores que, em sua terra natal, são tão prestigiados quanto Hayao Miyazaki e Isao Takahata.

Com a premiação de *Chihiro* como melhor filme de animação no Oscar de 2003, é possível observar que a animação japonesa ganhou reconhecimento no ocidente por disputar a estatueta com animações capazes de atrair um grande público nos Estados Unidos. Todas as animações que brigaram pelo Oscar em 2003 foram exibidas em mais de 3 mil salas de cinema, com exceção de *Spirited Away*, que foi exibido apenas em 26 salas americanas. Além de ganhar o Oscar, *Chihiro* conquistou grande parte dos prêmios internacionais mais importantes em 2002, como o dos Críticos de Cinema de Los Angeles, os Críticos de Cinema de Nova York, melhor filme asiático no Festival de Hong Kong e Urso de Ouro de melhor filme no Festival de Berlim.

O impacto financeiro da repercussão de *Chihiro* no ocidente certamente é menor que o cultural, uma vez que a penetração da Ghibli na produção cultural americana se mostrou mais presente com o tempo, recebendo referências em grandes produções como *Toy Story 3*, produzido pela Pixar em 2010. Na história, a personagem Bonnie possui alguns brinquedos em casa e, dentre eles, está um urso de pelúcia de Totoro, personagem que virou logomarca do Studio Ghibli. É inegável que *Chihiro* abriu os olhos de boa parte do público ocidental que até então não estava receptivo o suficiente para produtos de animação vindos do Japão. Os filmes de Hayao Miyazaki serviram de fonte de inspiração para diversos

---

<sup>8</sup> *Perfect Blue* obteve pouco mais que 60 mil espectadores na Europa, uma disparidade que em si mostra como a animação japonesa tem uma penetração muito baixa no mercado ocidental. Um número ainda mais restrito se apresenta para *Tokyo Godfathers*, com menos de 10 mil espectadores. O número de salas de cinema na estréia destes filmes também demonstra a limitação da distribuição destes filmes – seis salas na semana de estréia para o primeiro e apenas uma para o segundo, questão que também reflete de forma emblemática na sua audiência e arrecadação.

renomados diretores. Entre eles, Chris Sanders e Dean DeBlois (diretores de Lilo & Stitch). Os diretores afirmaram em entrevista feita por Andrew Osmond, colunista do site “*Animation World Network*”, como os trabalhos de Miyazaki influenciaram suas criações:

His stories are everything but cliché. There's never a cliché I've ever detected in his stories; the storylines are completely original and the way the characters interact is very believable. I think that's one of the things that inspired us to rewrite the book in the way our characters interact. You referenced that when we were talking about the scene with the sisters yelling at each other. It's so natural and cathartic to see that going on. When characters interact believably, you believe in them and it makes it seem much more real to you. One of the big reasons we didn't have this film as a musical in the traditional sense is that the minute a character begins to sing, it places that film in a certain realm, a musical realm, which is great but it's not really happening the way we wanted this film to feel like it's happening.<sup>9</sup> (OSMOND, 2002)

Em 2010, uma série chamada “Stitch!” foi criada pela Walt Disney do Japão junto com o estúdio *Madhouse* de animação, funcionando como *spin-off* da personagem Stitch. A história acontece cerca de 10 anos depois da original. O animê foi adaptado à geografia do Japão e a cultura oriental. No lugar de Lilo, existe a garota chamada Yuna, que vive em Okinawa, ilha japonesa pertencente ao arquipélago Ryukyu. Por ser uma característica forte de animês, existem muitas passagens na série que não são adequadas para crianças e, por isso, a estreia da série não foi bem vista na América. A série possui 26 episódios de aproximadamente 22 minutos cada.

Steven comenta o que já pode ser percebido através das diversas homenagens e influências de Hayao em filmes ocidentais: muitos dos fãs de Hayao são diretores de animação da Disney, Dreamworks e, especialmente, Pixar. Os codiretores de *Mulan* (Disney), Barry Cook e Tony Bancroft afirmam abertamente: “Miyazaki é como um Deus para nós”. Na Pixar, o maior estúdio de animação da América, Hayao Miyazaki é reverenciado. John Lasseter, um dos principais animadores da Pixar, afirmou ao participar de um tributo a Hayao:

---

<sup>9</sup> Suas histórias são tudo menos cliché. Nunca detectei um cliché em suas histórias; os roteiros são completamente originais e a maneira como as personagens interagem é muito realista. Eu acho que esse é um dos pontos que nos inspirou em reescrever o livro da maneira como nossos personagens interagem. Você pode perceber isso quando estamos falando da cena das duas irmãs gritando uma com a outra. É tão natural e catártico ver aquilo acontecer. Quando personagens interagem realisticamente, você acredita nelas e isso faz tudo parecer muito mais real para você. Uma das grandes razões para não termos feito esse filme como musical é a sensação que, a partir do minuto em que a personagem começa a cantar, o filme entra em um certo reino, o reino musical, o que é bom mas não é a maneira como queríamos que o filme acontecesse. (tradução da autora)

Not a day goes by that I do not utilize the tools learned from studying his films (...) As an animator and director of animated films, I have always been greatly inspired by the films of Walt Disney, Buster Keaton and the cartoons of Chuck Jones. But by far, the most inspirational films for me are the animated films of Hayao Miyazaki (...) At Pixar, when we have a problem and we can't seem to solve it, we often take a laser disc of one of Mr. Miyazaki's films and look at a scene in our screening room for a shot of inspiration. And it always works! We come away amazed and inspired. Toy Story owes a huge debt of gratitude to the films of Mr. Miyazaki<sup>10</sup>. (LASSETER, 2012)

Tanto em números, quanto em referências para a produção cultural na indústria da animação no ocidente, fica clara a importância de Miyazaki e do Studio Ghibli. As obras do estúdio nipônico mais conceituado do mundo se tornaram referências atemporais e servirão de fonte de inspiração para os diversos diretores que ainda irão surgir.

### **Considerações finais**

Uma das formas mais marcantes de entender a importância de uma produção dentro da indústria cultural é perceber a abrangência do seu uso como referência. Neste aspecto, como foi discutido anteriormente, a produção do estúdio alcançou uma quantidade de diretores e obras mais expressiva que qualquer outro estúdio oriental conseguiu no ocidente. Um dos aspectos mais relevantes é a reinvenção da fábula, trazendo elementos culturais muito específicos do Japão para uma realidade ocidental. Outra questão é a vitalidade com que essa leitura da fantasia nipônica é construída, levando a produção americana de animação a se questionar sobre os caminhos narrativos usados e, até mesmo, a discussão do esgotamento das fórmulas para as histórias deste tipo de filme. Com seus orçamentos e cerne na dimensão humana, a originalidade da abordagem virou uma fonte de renovação que ultrapassa a barreira local, sem o perigo de estarmos diante de um fenômeno temporalmente isolado.

Duas questões se apresentam como fatores importantes na distinção do Ghibli em relação aos estúdios ocidentais de animação: uma estrutura visual impactante e uma arquitetura

---

<sup>10</sup> Não existe um dia em que eu não utilize as ferramentas que aprendi por estudar seus filmes. Como um animador e diretor de filmes de animação, eu sempre fui gratamente inspirado pelos filmes de Walt Disney, Buster Keaton e os cartoons de Chuck Jones. Mas, de longe, os filmes mais inspiradores para mim são as animações de Hayao Miyazaki. Na Pixar, quando temos problema e não conseguimos resolvê-lo, muitas vezes pegamos um DVD de algum dos filmes de Sr. Miyazaki e olhamos para as cenas na nossa sala de projeção para alguma pontada inspiração. E sempre funciona! Nós voltamos espantados e inspirados. Toy Story tem uma dívida enorme de gratidão para os filmes de Sr. Miyazaki. (tradução da autora)

narrativa em seu roteiros que valoriza aspectos psicológicos humanos de forma muito realista, mesmo em personagens de fantasia. Em suas histórias, é possível entrar em contato com o cotidiano dos protagonistas e viver um pouco da vida de cada um, se adaptando à sua realidade e época. Essa característica faz com que o espectador se sinta mais à vontade e familiarizado com a personalidade dos integrantes de cada filme do estúdio.

Mesmo com tantas características que diferenciam as animações da Ghibli das animações ocidentais de um modo geral, o público do ocidente passou a apreciar as animações japonesas, se adaptando a sua narrativa diferenciada e aos seus elementos até então pouco explorados pelo universo das animações de outros estúdios. Com a distribuição das obras do estúdio Ghibli pelo resto do mundo, é possível perceber uma legião de fãs se expandindo através do reconhecimento de um trabalho único e desenvolvido com excelência por diretores renomados como Hayao Miyazaki e Isao Takahata, entre outros que estão surgindo para continuar o legado do estúdio como o filho de Hayao, Goro Miyazaki. Dessa forma, o público mundial está deixando de diferenciar aos poucos animação oriental e ocidental, quando se trata de produções para cinema. Mesmo com esse reconhecimento ainda existe um preconceito forte com animações no mundo inteiro, através da visão infantilizada dos desenhos. Apesar de se encaixar nessa realidade, a Ghibli mostra cada vez com mais precisão que animações podem ser exploradas por pessoas de todas as idades e credos, através de personagens (em sua maioria crianças) que se mostram mais humanos do que diversos personagens interpretados por pessoas reais, capazes de criar uma identificação imediata ou despertar sentimentos nostálgicos nos seus espectadores.

Em suma, a estética tradicional de animações japonesas (criada desde Osamu Tezuka) com olhares expressivos, cabelos de cores variadas, corpos predominantemente magros foi uma bagagem de influência que acabou se voltando para o comércio de animações ocidental, ao ser perceptível o sucesso e carisma que as personagens nipônicas causam aos olhos do público ocidental. Com desenhos como Thundercats, Ben10, Turma da Mônica Jovem (quadrinhos) é possível perceber a quantidade de influência estética que os Estados Unidos e outros países (como o Brasil, que já possui publicações próprias de mangá) receberam dos japoneses. A troca de inspiração entre diretores e animadores é muito clara, tornando as produções produtos globais que estão sempre se enriquecendo de fontes mais novas.

## Referências bibliográficas

ANIMAÇÃO. In: Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Anima%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 10 de setembro de 2012

BESTOR, Victoria, et al. Routledge Handbook of Japanese Culture and Society. USA: Routledge Taylor & Francis Group, 2011

ÉL APOSTOL. In: Quirino Cristiani, The Untold Story of Argentina's Pioneer Animator. Disponível em: <<http://www.awn.com/mag/issue1.4/articles/bendazzi1.4.html>>. Acesso em: 10 de setembro de 2012

GREYDANUS, Steven. In: Decent Films Guide. Disponível em: <<http://www.decentfilms.com/articles/miyazaki>>. Acesso em: 29 de outubro de 2012

KINSELLA, Sharon. Adult manga: culture and power in contemporary Japanese society. North America: Consum Asian, 2000

LUYTEN, Sonia Bide. Cultura pop japonesa. São Paulo: Hedra, 2005.

LUYTEN, Sonia Bide. Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses. São Paulo: Hedra, 2012.

MONTE, Sandra. A presença do animê na TV Brasileira. São Paulo: Editora Laços, 2010

OSMOND, Andrew. Animation world network: Lilo & Stitch Revisited: Part I., 2002. Disponível em: <<http://www.awn.com/articles/people/lilo-stitch-revisited-part-i/page/3%2C1>>. Acesso em: 15 outubro 2012.

PRAXINOSCÓPIO. In: Wikipédia, a enciclopedia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Praxinosc%C3%B3pio>>. Acesso em: 30 de setembro de 2012

SATO, Cristiane A. Japop: O poder da cultura pop japonesa. São Paulo: Hakkosha, 2007

STEAMBOAT Willie. In: Disney Wiki. Disponível em: <[http://disney.wikia.com/wiki/Steamboat\\_Willie](http://disney.wikia.com/wiki/Steamboat_Willie)>. Acesso em 10 de setembro de 2012.