

EFEITOS DO COOL JAPAN: COMO A INFLUÊNCIA DOS ANIMES AFETA A IMAGEM INTERNACIONAL DO SEU PAÍS DE ORIGEM

Lucas Carvalho da Silva, FATEC Zona Leste, lucas.silva716@fatec.sp.gov.br

RESUMO. A partir de 1990 a indústria de animes começou a crescer. Muitos países iniciaram o consumo de tais obras, produzidas principalmente, para os jovens. No Brasil, a fama dos animes aconteceu com o anime Os Cavaleiros do Zodíaco, sendo seguido de Pokémon, Dragon Ball e Sailormoon. Tais obras foram transmitidas em canais de televisão abertos, como a Band e Tv Manchete (extinta), e em canais fechados, como o Cartoon Network e Animax (atual Sony Spin). Este fenômeno, também conhecido como Cool Japan, trouxe significativas mudanças para o Japão, divulgando sua cultura e fomentando sua economia com mercadorias relacionadas a tais obra, sejam jogos, brinquedos ou mangás. Logo, observamos que este fenômeno incentivava ao conhecimento de pontos turísticos, cidades e localidades reais, em outras palavras, estas ferramentas são importantes para o Soft Power (poder de influência por meio da cultura e ideologias) do Japão. Entretanto, não foram apenas coisas boas que essa indústria trouxe. Elementos como a sexualização excessiva e temas polêmicos em algumas obras foram responsáveis por criar um preconceito sobre o Japão, afetando diretamente sua imagem internacional, sendo visto por algumas pessoas como um país de pervertidos. Com o objetivo de analisar tais influências foi utilizado da pesquisa bibliográfica na fundamentação, e para o desenvolvimento foi realizado uma pesquisa descritiva/exploratória, em 2022, a partir de um formulário do Microsoft Forms com a participação de 70 respondentes, concluindo que apesar da influência negativa, os animes contribuem muito mais para a imagem de um país atrativo e culturalmente rico.

Palavras-chave. *Animes, Cool Japan, Soft Power, Sexualização, Imagem Internacional.*

ABSTRACT. From 1990 onwards the anime industry began to grow. Many countries have started to consume such works, produced mainly for young people. In Brazil, the fame of anime happened with The Knights of the Zodiac, followed by Pokémon, Dragon Ball and Sailormoon. Such works were broadcast on open television channels, such as Band and Tv Manchete (defunct), and on closed channels, such as Cartoon Network and Animax (currently sony spin). This phenomenon, also known as Cool Japan, brought significant changes to Japan, spreading its culture and promoting its economy with goods related to such works, whether games, toys or manga. Therefore, we observed that this phenomenon encouraged the knowledge of tourist spots, cities and real locations in other words, these tools are important for the soft power (power of influence through culture and ideologies) of Japan. However, it was not just good things that this industry brought. Elements such as excessive sexualization and controversial themes in some works were responsible for creating a prejudice about Japan, directly affecting its international image, being seen by some people as a country of perverts. In order to analyze these influences was used bibliographical research in the foundation, and for the development a descriptive/ exploratory research was carried out in 2022, from a form of Microsoft Forms with the participation of 70 respondents, concluding that despite the negative influence, animes contribute much more to the image of an attractive and culturally rich country.

Keywords. *Animes, Cool Japan, Soft Power, Sexualization, International Image.*

1. INTRODUÇÃO

Quem nunca viu ou ouviu falar sobre animações japonesas? Uma pergunta difícil de ser respondida negativamente nos últimos anos, afinal, desde 1990 essa indústria está cada vez mais presente no Brasil, e no mundo todo (SOARES, 2019). Sendo bastante popular entre os jovens, mas não

necessariamente exclusivo a eles, esse segmento de mercado atingiu o gosto popular com obras de diferentes temas para diferentes públicos (SUKI DESU, 2022). No Brasil, essa cultura já está presente desde a década de 60, porém foi com o anime Os Cavaleiros do Zodíaco, que a febre começou. Ao longo dos anos foram surgindo novas séries como Dragon Ball, Pokémon, Sailor Moon e Naruto que foram ganhando cada vez mais apego entre o público jovem da época (SANTOS; SILVA; BARBOSA, 2019). Esse conteúdo costumava ser transmitido em alguns canais de televisão, como a Rede Tv, Cartoon Network, Tv Globo e na extinta Tv Manchete, mas em 2004, muitas emissoras deixaram de exibi-los (EXORBEO, 2016). Após isso, foi na internet onde os fãs, ou como ficaram conhecidos os otakus, encontraram o seu nicho, dentre comunidades de bate-papo e *fansubs*, sites destinados a tradução e disponibilização livre desse conteúdo, que competem até hoje com os meios legais (MOURA, 2022). Os animes se tornaram extremamente influentes fora do Japão, eles contribuem para a formação de uma imagem seja positiva, ou negativa do país, portanto, vale a pena estudar esse “fenômeno cultural”, sendo o objetivo deste artigo entender quais são as possíveis consequências da influência dos animes para o Japão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde as últimas décadas os animes vem crescendo cada vez mais no mercado brasileiro (e no cenário mundial também). Como um claro exemplo de indústria que chegou em seu estágio de “maturidade”, esse segmento da cultura pop japonesa não apenas é extremamente influente como gera lucro para seu país de origem. Entretanto, para compreender o poder de influência que essa indústria tem, é necessário entender alguns conceitos antes.

2.1 UM BREVE PANORAMA

2.1.1 Sobre animes

A palavra “*anime*” se trata de uma abreviação usadas por japonese da palavra inglesa “*Animation*”, utilizada para definir qualquer tipo de animação no país, tanto ocidentais, quanto as tradicionais nipônicas, entretanto, o termo não é usado com o mesmo significado no ocidente, “animes” para os ocidentais, trata-se exclusivamente de animações japonesas (BARROS; HORA, 2013). Esse tipo de entretenimento, que chegou a ser utilizado como veículo de propaganda durante a Segunda Guerra Mundial no Japão (FERREIRA, 2019), se tornou tão influente que elevou o Japão ao pódio de países que mais exporta animações no mundo, consumidas por públicos de diversas idades (NASCIMENTO, 2016).

Uma pesquisa feita por uma comunidade de animes no Reddit pela Anime Research em 2015, nos apresenta alguns dados interessantes, sendo o primeiro deles o percentual etário de 3.461 consumidores de animes ao redor do mundo, que responderam à pesquisa. A pesquisa lista grupos que vão desde menores de 14 anos até maiores de 31 anos, apontado 17-22 como os grupos que mais consomem esse tipo de conteúdo (ANIME RESEARCH, 2015). Vale ressaltar que os respondentes se limitam aos usuários do Reddit e membros da comunidade, tornando os dados imprecisos.

Os fãs de animes possuem o próprio título, sendo conhecidos como otakus. “... Trata-se de pessoas, tanto homens quanto mulheres de diferentes idades, que dedicam suas vidas à prática exagerada de seus hobbies ...” (KATEKAWA, 2016, p. 43).

2.1.3 Animes no Brasil

Os animes chegaram no Brasil na década de 60, mas foi somente na década de 90 que começaram a ganhar popularidade, principalmente com a estreia da obra *Os Cavaleiros do Zodíaco* (SOARES, 2019). Foram exibidos na televisão aberta, na extinta Tv Manchete, Band, SBT, Record e Globo e em alguns canais pagos também, como Cartoon Network, Fox Kids e Animax, atual Sony Spin (URBANO, 2011). Entretanto, essa indústria quase chegou ao seu declínio após 2004, quando essa programação começou a “sumir” da televisão brasileira (EXORBEO, 2016). Mas esse não foi o fim dos animes no Brasil, eles sobreviveram, mais com o apoio dos próprios fãs, através de outra indústria que crescia cada vez, a internet (CASTANHEIRA, 2012).

Para este artigo foi realizada uma pesquisa semelhante a Anime Survey 2015 (ANIME RESEARCH, 2015). Foram apurados dados como a idade, gênero, preferências e opiniões acerca de determinados assuntos de pessoas que assistem animes no Brasil em 2022, sendo utilizado o Reddit e o WhatsApp como principais meios de compartilhamento. Apesar de ter um número pequeno de respostas em relação a contraparte (70 participantes), podemos concluir que os respondentes eram homens (42), mulheres (23) e “prefiro não dizer” (5) com em média, 18-20 anos, e frequências de consumo de “algumas vezes por semana” (54%), “raramente” (23%), “todos os dias” (17%), “uma vez por semana” (6%). Os estilos de animes preferidos foram Shounen (36%) e Seinen (28%), seguidos de Shoujo (17%), Josei (13%) e Kodomo (6%).

2.1.4 Públicos diferentes, histórias diferentes

Os animes são feitos pensando em um determinado público. Apesar de ser a mais conhecida, a demografia *shounen* (meninos jovens), famosos por mostrarem protagonistas masculinos em diversos tipos de batalhas fictícias, não é a única, junto dela há o *shoujo* (meninas jovens), compondo obras com características distintas, focadas em sua maioria no romance em período escolar. Para um público mais infantil, destinam-se o *kodomo*, que buscam trazer ensinamentos morais para os telespectadores. Existem também as produções voltadas para o público mais adulto, sendo *seinen* (homens adultos) e *josei* (mulheres adultas), que exibem tramas mais complexas. Dentro de cada demografia, os animes são divididos em gêneros diferentes, desde *isekai*s (aventuras em outros mundos) até romances *Boy's Love* (romance entre personagens masculinos) (SUKI DESU, 2022).

2.1.5 Conteúdo adulto

Há também outros tipos de produções, voltadas inteiramente para o público adulto, que exibem conteúdo erótico, muitas vezes relacionados a parafilias e fetichismo, sendo conhecidas, fora do Japão, como *Hentai* (em pt: Perversão). Algumas dessas produções exibem representações de crianças fictícias em cenas de sexo, sendo conhecidas como Lollicon (meninas) e Shotacon (meninos) (MARTÍNEZ; GONZÁLEZ, 2017).

De acordo com as informações encontradas no site da LOC, por Umeda (2014), em 25 de julho de 2014, no Japão, foi promulgada a emenda da Lei de Punição de Atividades Relacionadas à Prostituição e Pornografia Infantil e à Proteção de Crianças (Lei de Pornografia Infantil), que garante punição sobre a pose e/ou produção de pornografia infantil envolvendo crianças reais. Entretanto, a lei não regulamenta desenhos e animações que reproduzam pornografia ou abuso infantil. O texto na íntegra pode ser lido, em japonês, pelo site da Câmara dos Deputados (JAPAN, 2014).

No Brasil, o crime de posse ou o armazenamento de pornografia é previsto no art. 241-B da Lei 11.829/08, com pena de reclusão de 1 a 4 anos com multa. (BRASIL, 2008). Segundo a nota técnica número 11/2017/PFDC/MPF, representações sexuais de crianças em desenhos e manuscritos (ex: hentai lollicon/shotacon) “não constituem ilícito penal em nosso ordenamento jurídico”.

O “erotismo” (censurado) e a “sexualização” não estão presentes somente nessas produções, muitas séries voltadas para o público masculino, que costumam ser as mais famosas, possuem elementos “*Ecchi*” (em pt: Obsceno), sendo esse fator um dos principais motivos para a “má fama” dos animes para muitas pessoas. Esses elementos são chamados de “*fan services*” (em pt: Serviço de fãs), artificios utilizados para atrair público, sobretudo homens heteros (LIMA, 2019).

2.2 PIRATARIA E STREAMING

Até hoje, animes são exibidos na televisão por um pequeno número de emissoras, como é o caso da Rede Brasil (RBTV, 2022), mas são por canais de streaming pela internet e por sites ilegais, ou *fansubs* onde a maior parte dos consumidores se concentram. No Brasil, as plataformas Netflix e Crunchyroll são as principais distribuidoras desse conteúdo (FREITAS; BITTENCOURT, 2014).

Os *fansubs* são, nas palavras de Urbano (2011, p. 7) “... espaços onde se traduz e legenda séries japonesas (informalmente) para posterior divulgação na internet”. Esta prática se chama *fansubbing*.

“... O *fansubbing* consiste em uma atividade em que seus participantes selecionam determinados produtos audiovisuais de origem em outros países e realizam a tradução e legendagem destes, quando todo o processo é finalizado esses conteúdos são distribuídos” (ANDRADE, 2021, p. 13).

Apesar de existir uma constante luta contra a pirataria (MOURA, 2022), ela ainda continua extremamente presente e muito acessada por diversos consumidores sobre o preceito de diferentes motivos. Uma pesquisa com 249 respondentes feita por Hipólito e Mascena (2020), revela algumas informações sobre este assunto.

Tabela 1: Quais canais você utiliza para assistir a animes?

Alternativas	Frequência	%
Sites gratuitos (fansubs)	244	98%
Netflix	117	47%
Crunchyroll	49	20%
Outros	34	14%
Outros serviços pagos de streaming	6	2%
Total geral	249	

Fonte: Adaptado de HIPÓLITO E MASCENA (2020)

As autoras destacam análises curiosas sobre os dados da Tabela 1. Mesmo boa parte dos respondentes afirmarem pagar por algum serviço de assinatura, quase todos também afirmar utilizar de plataformas piratas. Isso levanta uma nova questão, também abordada nas pesquisas das autoras: Por que os consumidores recorrem a pirataria?

Tabela 2: Por que você consome animes em sites de fansubs?

Fatores	Frequência	%
Gratuidade	201	81%
Facilidade de acesso	181	73%

Maior variedade no catálogo	179	72%
Disponibilização rápida de episódios recém-lançados	159	64%
Apoiar o trabalho dos fansubs	131	53%
Possibilidade de interagir com outros fãs de animes	73	29%
Não consumo animes neste tipo de site	5	2%
Outros	3	1%
Total geral	249	

Fonte: Adaptado de HIPÓLITO E MASCENA (2020)

Como observa-se na Tabela 2, também elaborada por Hipólito e Mascena (2020), os principais motivos para o uso da pirataria são a “gratuidade” e “facilidade de acesso”. Os autores Pires e Reis (2010) abordam um tema que contribui com a pesquisa das autoras, segundo eles, a facilidade de acesso que a internet propulsou foi boa e ao mesmo tempo ruim, afinal, não há total controle. Entretanto, dois fatores chamam mais atenção: “Maior variedade no catálogo” e “Disponibilização rápida de episódios recém-lançados”. Isso se deve ao fato de toda legislação necessária para a comercialização legal dessa mercadoria.

No Brasil, os direitos autorais, que garantem o vínculo autor e obra (CARVAJAL, 2012), são regulados pela Lei de Direitos Autorais, Lei 9.610 de 1998 (BRASIL, 1998). Os animes, obras audiovisuais, necessitam de uma licença para serem exibidos legalmente por algum canal (seja streaming ou televisão), em outras palavras é exigido uma autorização por parte do autor para a utilização controlada de sua obra (OLIVEIRA, 2017). Tais licenças nem sempre são fáceis de serem adquiridas, mesmo que haja o orçamento para tal, pois dependem muito da obra em questão e do tipo de licença a ser adquirida (MACDONALD, 2021).

2.3 PROJETO COOL JAPAN E O SOFT POWER

O projeto “*Cool Japan*” é uma estratégia do governo do Japão, introduzida em 2010, que busca mudar a imagem internacional do país investindo no setor cultural para tornar o país mais atrativo para jovens incentivando assim o turismo e consumo de mercadorias japonesas, seja na música com o J-pop, na moda ou nos animes (UEKI; KAMIESU, 2019). Esse poder de influência é chamado de *Soft Power*, originalmente criado por Joseph Nye (BRUGGEMANN, 2016).

“O *Soft Power* é definido como uma ferramenta política que utiliza da cultura e da tecnologia nacional para promover um país para o resto do mundo ou em relações bilaterais, utilizando atração e cooperação como fontes de poder” (COELHO, 2021, p. 14).

Um ótimo exemplo prático sobre esse assunto são as obras do Studio Ghibli, fundado em 1985 por Hayao Miyazaki, que retratam elementos culturais e históricos japoneses em obras como O Túmulo dos Vagalumes (1988), Princesa Mononoke (1997), A Viagem de Chihiro (2001) e O Conto da Princesa Kaguya (2013) (STUDIO GHIBLI, 2020). Segundo Bruggemann (2016), o Studio Ghibli é uma importante ferramenta para o desenvolvimento do *Cool Japan*, pois através de animações premiadas que abordam os mais diversos temas, é responsável por influenciar positivamente a imagem internacional do Japão.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

A abordagem escolhida para a realização do artigo foi a análise quantitativa, analisando dados quantificáveis por meio de tabelas e gráficos adaptados visando justificar os fatos observados. Para a obtenção de determinados dados foi feita uma pesquisa descritiva/exploratória, em 2022, a partir de um formulário do Microsoft Forms com a participação de 70 participantes brasileiros, homens e mulheres, de diferentes idades (13-55 anos), compartilhada na comunidade (r/animesbrasil) no Reddit, em um server pequeno no discord, e pelo Whatsapp, individualmente e para grupos de alunos. As perguntas se basavam na frequência de consumo, preferências e opiniões acerca de determinados fatores em relação ao tema. Durante o desenvolvimento do estudo, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, definida por Gil (2010, p.44), como "desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos", com o objetivo de compreender conceitos e auxiliar a leitura do texto.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após explicar os conceitos necessários, definir o que são, quem e como consomem, faz-se necessário analisar quais são as consequências da influência dos animes para o Japão.

4.1 INFLUÊNCIA NEGATIVA

4.1.1 A respeito da sexualização de mulheres e crianças

Apesar de terem sido bem recebidos no ocidente (MEIRELES, 2003), as produções nipônicas nem sempre são bem-vistas por esse público, pois abordam certas características que são consideradas estranhas na visão ocidental (BRAGA JÚNIOR, 2012).

Os animes *Ecchi*, famosos justamente por conter "sacanagem", são motivo de discussões entre os fãs pois apesar de ser considerado um gênero à parte (SUKI DESU, 2022), nada impede que elementos dessas obras apareçam em outras produções, geralmente feitas para o público masculino.

A Anime Survey 2016, com 737 respondentes, sendo maioria (54,8%) do sexo masculino, com idade média de 25 anos, analisa os gêneros de animes preferidos de cada participante, classificando de 1 a 7, como "Não gosto" e "Gosto muito". Também foi separada uma opção para quem não conhecia o gênero, NC – Não Conheço. (ANIME RESEARCH, 2016).

A pesquisa "Are certain genres preferred more than others? – Ecchi" apresenta opiniões bem dívidas acerca do gênero *Ecchi*. Os resultados mais significativos são os extremos (números 1 e 7) sendo 16,5% (122) cada, e o número 4, com 15% (111). Poucos afirmaram não conhecer 7% (52). A *Anime Survey* de 2016 também traz pesquisas em relação a outros gêneros, como o *Hentai*, que ao contrário da pesquisa do *Ecchi*, trouxe resultados em média negativos. Para fins comparativos, quase 50% dos participantes responderam como "Gosto muito" para animes de fantasia (ANIME RESEARCH, 2016).

Tabela 4: Você acredita que a sexualização excessiva, mesmo censurada, em determinadas obras, é algo ruim?

Alternativas	Frequência	%
Discordo completamente	5	7%

Discordo em parte	8	11%
Indiferente	15	21%
Concordo em parte	16	23%
Concordo completamente	26	37%
Total geral	70	

Fonte: Elaboração Própria

A Tabela 4 apresenta os resultados da pergunta feita na pesquisa do artigo: Você acredita que a sexualização excessiva, mesmo censurada, em determinadas obras, é algo ruim? A maior parte dos 70 participantes respondeu como Concordo Completamente (37%), e Concordo em parte (23%), poucos participantes responderam como Discordo Completamente (7%).

Também foi deixado um espaço para que os respondentes pudessem responder livremente a respeito do tema. Foram apresentadas opiniões, anonimamente, bem distintas, como “Acho a hipersexualização das mulheres nos animes completamente desnecessária e inconveniente, que pode inclusive afastar o público feminino dessas obras por acharem que é de conteúdo sexual. Eu como mulher já deixei de assistir animes por causa desse exagero e do *ecchi*” e “Por mais que alguns animes usem uma forma apelativa e forçada a sexualização em seus personagens, muitas das vezes isso não é um ponto que consiga refletir na obra como um todo e interferir na sua qualidade ou fluidez para acompanhar a obra”.

Apesar de uma parcela considerável do público não se incomodar com isso, e em alguns casos, até gostar desse tipo de conteúdo, ainda existe o grupo que repudia tais elementos chegando ao ponto de abandonar completamente a obra em questão.

Devido a esses elementos, esse público que não aprecia tais conteúdos tende a se afastar dessas obras, podendo até mesmo deixar de consumir animes. A consequência para o Japão é a criação da imagem distorcida de um “País Pervetido” onde tais representações são “comuns” e “normalizadas” (CHAN; WONG; NG, 2017).

Vale mencionar que no Japão a sexualidade é vista como uma expressão da natureza (BRAGA JÚNIOR, 2012), enquanto no ocidente, predominantemente cristão, qualquer ideia de nudez é relacionada a algo vergonhoso e que deve ser escondido (PFISTER; BARSALINI, 2020).

4.2 INFLUÊNCIA POSITIVA

4.2.1 Incentivo ao turismo

A indústria dos animes carrega a responsabilidade de influenciar seus consumidores, sobretudo os jovens. No parágrafo a seguir, de Fiuza et al (2016), é possível realizar uma analogia com a indústria do cinema.

“O cinema permite a construção de um contexto que envolve os jovens, fazendo aflorar emoções, ao poder experimentar um mundo vivencial paralelo ao real. Particularmente no caso dos adolescentes, os meios de comunicação influenciam no aprendizado sobre seu comportamento e constituição do seu próprio “eu” (FIUZA et al 2016, p. 5).

O mesmo pode ser dito em relação aos animes, que além de serem responsáveis por contribuir para o processo de descobrimento de muitas pessoas, também se responsabilizam pelo incentivo ao turismo e a busca do conhecimento em relação ao Japão, seja o aprendizado de sua língua e/ou sua cultura (AZEVEDO, 2020). O gráfico abaixo, de autoria própria, apresenta um percentual de pessoas que já

consumiram animes, e sentiram vontade de conhecer o Japão.

Tabela 5: Você já teve vontade de conhecer o Japão após assistir algum anime?

Alternativas	Frequência	%
Sempre	33	47%
Algumas vezes	29	41%
Raramente	7	10%
Nunca	1	1%
Total geral	70	

Fonte: Elaboração Própria

Como a Tabela 5 aponta, a maioria dos participantes responderam como Sempre (47%) ou Algumas vezes (41%), para a pergunta: Você já teve vontade de conhecer o Japão após assistir algum anime? Segundo Oliveira (2018), que realizou uma pesquisa mais dedicada do tema, a indústria dos animes é uma importante peça para o segmento do turismo, pois através da promoção de diversos pontos turísticos ou localidades reais gera-se uma peregrinação de milhares de pessoas para essas localidades, sejam escolas, templos ou até mesmo uma cidade como foi o caso da cidade de Hida, que foi cenário do filme “Your Name” (2016).

Esse fenômeno também é conhecido como *Anime Pilgrimage* diferenciando-se do *Anime Tourism* que inclui o turismo para museus e eventos (MORI, 2018), bem como para exposições acerca de determinadas obras, como é o caso do parque temático itinerante conhecido como “*One Piece Arena Grand Tour*” que cria réplicas das mais icônicas cenas do anime/mangá de One Piece em exposições de tamanho real pelo Japão (SIMON; BAHL, 2014). O turismo proporcionado ao Japão por causa dos animes é essencial para o projeto “Cool Japan” funcionar, tais obras tem um forte poder de influência, sobretudo sobre os jovens (CARVALHO, 2007). Existem diversas companhias turísticas especializadas em fornecer passeios turísticos e atividades para a comunidade Otaku espalhados, seja por Tokyo (FINN, 2020), seja por alguma cidade famosa como Hida, que em 2018, já havia recebido 750 mil pessoas e 170 milhões de dólares decorrente do *Anime Pilgrimage* (OLIVEIRA, 2018), dois anos após o lançamento do filme. É seguro dizer que, atualmente, a economia de muitas cidades depende do *Anime Tourism* pois muitos setores como hospedagem e restaurantes lucram com a visita de turistas no país (TOH, 2021).

4.2.2 Crescimento da economia

Da mesma forma que os animes incentivam o turismo ao Japão, eles também são responsáveis diretos por influenciar os consumidores a comprarem outras mercadorias relacionadas. O mesmo fenômeno acontece com a popularidade das animações ocidentais, que influenciam diretamente na venda dos brinquedos relacionados (PONTE FILHO, 2010).

Tabela 6: Você já se sentiu motivado/motivada a comprar alguma mercadoria relacionada à animes?

Alternativas	Frequência	%
Sempre	25	36%
Algumas vezes	33	47%
Raramente	11	16%
Nunca	1	1%

Total geral 70

Fonte: Elaboração Própria

A Tabela 6 apresenta os resultados da pesquisa: Você já se sentiu motivado/motivada a comprar alguma mercadoria relacionada à animes? A maior parte dos participantes respondeu como Sempre (36%) e Algumas vezes (47%). A influência dos animes não se restringe para essas “mercadorias”, muitos consumidores também buscam conhecer o “mangá” (quadrinhos japoneses, dos quais muitas produções são baseadas). No entanto, a pirataria e o compartilhamento ilegal através do *Scanlation*, prática semelhante ao *fansubbing*, afeta drasticamente a indústria de mangás (GUSHIKEN; HIRATA, 2014).

Tabela 7: Você já se sentiu motivado/motivada a comprar (e ler) o mangá relacionado ao anime que assistiu?

Alternativas	Frequência	%
Sempre	29	41%
Algumas vezes	30	43%
Raramente	9	13%
Nunca	2	3%
Total geral	70	

Fonte: Elaboração Própria

Também foi feita a pergunta: Você já se sentiu motivado/motivada a comprar (e ler) o mangá relacionado ao anime que assistiu? (Tabela 7). Assim como na pesquisa anterior, a maioria dos respondentes escolheram Sempre (41%) e Algumas Vezes (43%) como respostas. Portanto é possível confirmar a influência dos animes nesses setores, que reforçam ainda mais a imagem do “Cool Japan”.

4.2.3 Disseminação da cultura e história

Animes também são responsáveis por dissimular a cultura japonesa (GORGATTI, 2004). Um claro exemplo são as produções (filmes) do estúdio ghibli, que se baseam em elementos do folclore japonês (Meu Amigo Tototo 1988) (ALVES, 2020), e em acontecimentos reais, como a II Guerra Mundial (Tumulo dos vagalumes 1988) (STUDIO GHIBLI, 2020).

As obras do Studio Ghibli não são as únicas que transmitem tais informações para o público. Um anime (filme) um pouco mais antigo, chamado de “*Hadashi no Gen*” (no BR: Gen Pés Descalços), lançado em 1983 no Japão, e inspirado no mangá homônimo, do mangaká (autor(a) do mangá) Keiji Nakazawa, retrata os horrores da guerra e da bomba lançada em Hiroshima em 1945, a partir do ponto de vista de uma criança. A história é baseada em lembranças do autor, um sobrevivente (KANEKO, 2015). Essas produções já chegaram a ser usadas como material educativo para mostrar a verdadeira face da guerra (SHERMAN, 2012).

Obras de cunho histórico também podem ser usadas como ferramentas de ensino sobre a história antiga do Japão, retranto eventos e pessoas reais, apesar de serem recheadas de elementos fantásticos (UCHASKI, 2017, p. 87-96). Elas contribuem com o incentivo para busca do conhecimento fomentando a curiosidade dos consumidores em relação ao Japão (MEIRELES, 2003).

5. CONCLUSÃO

Desde que foram criados até os dias de hoje as produções nipônicas influenciam seus telespectadores de diversas formas. Essa cultura foi bem-aceita no Brasil, assim como e em diversos outros países pelo mundo. Animes podem ser transmissores da cultura, história e costumes japoneses, bem como servirem de “promoção” para muitas cidades e localidades reais retratadas em animes, causando uma peregrinação de pessoas para o país, alavancando os lucros de diversos outros setores como o turismo. Entretanto, as consequências desse fenômeno cultural podem ser negativas, dependendo do telespectador, pois muitas obras, possuem características e abordam temas “estranhos” ou mesmo “repulsivos” para diversos consumidores, criando assim uma imagem de um país de pervertidos. Felizmente, o impacto negativo é menor comparado ao positivo. Um Japão rico em cultura e atrativo para jovens é a principal imagem internacional do país atualmente. Uma imagem cada vez mais distante daquela que o Japão tinha após o fim da II Guerra Mundial.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os meus colegas e professores, sobretudo ao José Guilherme, Sara Sampaio, Giulia Faggiani, ao Prof. Abel, a Prof. Juliana e a Prof. Rosana que me ouviram e ajudaram na redação deste artigo. E agradeço a todos que me ajudaram respondendo o questionário tão importante para essa pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ALVES, P. H. Meu amigo Totoro e a importância da fantasia na infância. **(EN)CENA**, 2020. Disponível em: <https://encenasaudemental.com/cinema-tv-e-literatura/meu-amigo-totoro-e-a-importancia-da-fantasia-na-infancia/>. Acesso em: 18 out. 2022.
- ANDRADE, N. T. **Fãs e a prática fansubbing: uma análise dos fansubs brasileiros de dramas de tv asiáticos**. Monografia (Bacharel em Comunicação Social) – Universidade Federal do Ceará, 2021.
- ANIME RESEARCH. Anime Survey 2015 Preliminary Results. **Anime Research**, 2015. Disponível em: <https://sites.google.com/site/animeresearch/past-results/2015results>. Acesso em: 10 out. 2022.
- ANIME RESEARCH. Anime Survey 2016 Preliminary Results. **Anime Research**, 2016. Disponível em: <https://sites.google.com/site/animeresearch/past-results/2016-results>. Acesso em: 05 out. 2022.
- AZEVEDO, B. A. A motivação e aprendizagem: estudo de caso dos alunos do curso de língua e literatura japonesa da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). **HON NO MUSHI - estudos multidisciplinares japoneses**, [s.l.], v. 5, n. 9, p. 72-102, 2020.
- BARROS, M. S. M.; HORA, R. D. D. Studio Ghibli: A consolidação do animê como produto de consumo. *In*: XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 15., 2013, Mossoró. **Anais [...]**. Mossoró: Intercom, 2013.
- BRAGA JÚNIOR, A. X. Representações sociais do erotismo nipônico: dominação, consumo e influências na produção de BD's. *In*: VII Congresso Português de Sociologia, 7., 2012, Porto. **Anais [...]**. Porto: APS, 2012.
- BRASIL. Lei 9.610 de 1998, 18 fev. 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm. Acesso em: 19 out. 2022.

BRASIL. Lei n. 11829, 25 nov. 2008. Altera a Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. **Diário Oficial da União**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11829.htm. Acesso em: 19 out. 2022.

BRUGGEMANN, D. **O Japão do Soft Power: o potencial dos filmes do Studio Ghibli no contexto do Cool Japan**. Monografia (Bacharelado em Relações Internacionais) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.

CARVAJAL, E. Direitos autorais e conexos: o indispensável para proteger uma obra. *In*: Congresso Científico do HUPE, 50., 2012, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012.

CARVALHO, D. D. **“Mangás e Animês” Entretenimento e influências culturais**. Monografia (graduação em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda) – Centro Universitário de Brasília, 2007.

CASTANHEIRA, I. C. B. **Comunidade de fãs e formas de expressão online: a indústria do anime e manga japonês na internet**. Dissertação (Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação) – Instituto Universitário de Lisboa, 2012.

CHAN, Y. H.; WONG, N. L.; NG, L. L. Japanese language students' perception of using anime as a teaching tool. **Indonesian Journal of Applied Linguistics**, Kuala Lumpur, v. 7, n. 1, p. 93-104, 29 may 2017.

COELHO, J. V. L. **Cool Japan: o efeito do Soft Power na transformação da imagem do Japão após a Segunda Guerra Mundial**. Monografia (Bacharel em Relações Internacionais) - Universidade do Sul de Santa Catarina, 2021.

EXORBEIO. Os animes no Brasil: O passado, presente e futuro. **Exorbeio**, 3 jan. 2016. Disponível em: <https://www.exorbeio.com/os-animes-brasil-o-passado-e-o-futuro/>. Acesso em: 10 out. 2022.

FERREIRA, A. C. R. D. A. **O Anime e a II Guerra Mundial: o Anime como propaganda ou forma de entretenimento**. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação) - Instituto Universitário de Lisboa, 2019.

FINN, C. Anime Pilgrimages: Exploring Real-Life Locations in Tokyo. **Tokyo Cheapo**, 2020. Disponível em: <https://tokyocheapo.com/entertainment/anime-and-gaming/anime-tourism-real-life-locations-tokyo/>. Acesso em: 17 out. 2022.

FIUZA, J *et al.* A influência do cinema para os jovens. **Revista Interdisciplinar de Ensino, Pesquisa e Extensão**, cidade, v. 3, n. 1, p. 374-385, 2016.

FREITAS, R. O.; BITTENCOURT, D. A. O mercado de mangás e a cultura da convergência: descentralizando as decisões. **Pontos de Interrogação—Revista de Crítica Cultural**, Alagoinhas, v. 4, n. 1, p. 65-74, 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GORGATTI, E. C. A. S. A influência da cultura japonesa através dos desenhos animados: animês culturais ou fruto da cultura de massa. **Revista Sul-Americana de Filosofia e Educação**, Brasília, v. 2, n. 2, p. 1-8, 2004.

GUSHIKEN, Y.; HIRATA, T. Processos de consumo cultural e midiático: imagem dos 'Otakus', do Japão ao mundo. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 37, p. 133-152, 2014.

HIPÓLITO, B. E.; MASCENA, K. M. C. D. Mídia Streaming e Pirataria: O comportamento do consumidor de anime no Brasil. **Consumer Behavior Review**, Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 38-52, 28 jan. 2020.

JAPAN. The House of Representatives. **Japan**, 2014. Disponível em: https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/houan/g18601028.htm. Acesso em: 24 out. 22.

KANEKO, K. The atomic bomb experience and the Japanese family in Keiji Nakazawa's *Anime Hadashi no Gen* (Barefoot Gen). In: EDWARDS, Matthew. **The Atomic Bomb in Japanese Cinema**. Jefferson: McFarland & Company, 2015. p. 111-123.

KATEKAWA, H. E. **O fenômeno otaku: de problema social à solução política**. Dissertação (Mestre em Cultura Japonesa) – Universidade de São Paulo, 2016.

LIMA, M. M. **A representação feminina nas obras de Miyazaki: estudo de caso do filme Princesa Mononoke**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Sistemas e Mídias Digitais) - Universidade Federal do Ceará, 2019.

MACDONALD, C. How Much Does It Cost to License Anime Series?. **Anime News Network**, 2021. Retrieved from: <https://www.animenewsnetwork.com/feature/2021-08-02/how-much-does-it-cost-to-license-anime-series/.175579>. Acesso em: 14 out. 2022.

MARTÍNEZ, A. M; GONZÁLEZ, J. P. **¿Es el Hentai el reflejo de la sociedad japonesa? Análisis e investigación del Manga erótico japonês**. Trabajo de Final de Grado (Grau en Periodisme) – Universitat Autònoma de Barcelona, 2017.

MEIRELES, S. M. O Ocidente Redescobre o Japão: O Boom de Mangás e Animes. **Revista De Estudos Orientais**, São Paulo, n. 4, p. 203-211, 2003.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão. **Nota Técnica nº 11/2017/PFDC/MPF**. Brasília, 2017. Disponível em: http://www.mpce.mp.br/caopij/20180035-nota_tecnica_11_2017_pfdc_mpf_liberdade_artistica/. Acesso em: 24 out. 22.

MORI, H. How Does Anime Realize Public Diplomacy?. The Potential and Future Prospects of Anime Pilgrimage. **CIEE journal, the University of Kitakyushu**, 16., p. 87-104. 2018.

MOURA, G. G. A. **A influência da pirataria sobre a popularização de animações japonesas entre os jovens**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Curso de Comunicação Social – Audiovisual) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2022.

NASCIMENTO, J. G. **O Mundo Animado dos Desenhos- Antropologia e Cultura Pop Japonesa**. Dissertação (Mestrado em Antropologia, Especialização em Culturas Em Cena e Turismo) – Universidade Nova de Lisboa, 2016.

OLIVEIRA, F. **A função social da regulamentação dos direitos autorais e a exportação de direitos autorais de obras literárias**. Trabalho de Iniciação Científica (Estágio Supervisionado do Curso de Comércio Exterior) – Universidade do Vale do Itajaí, 2017.

OLIVEIRA, L. C. D. **A influência dos animes na escolha do Japão como destino turístico para brasileiros**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Turismo) - Universidade Federal Fluminense, 2018.

PFISTER, M.; BARSALINI, G. Teologia da Veste e os dispositivos de poder: notas sobre a relação nudez-veste. **Revista Pistis Praxis**, Curitiba, v. 12, n. 3, p. 842-861, set./dez. 2020.

PIRES, E.; REIS, J. R. A utilização das obras intelectuais autorais frente às novas tecnologias: função social ou pirataria? **Revista do Direito**, Santa Cruz do Sul, p. 27-40, jul./dez. 2010.

PONTE FILHO, M. H. L. A imagem como brinquedo: a relação entre crianças e desenhos animados à luz da divisão de gênero. Dissertação (Mestre em Educação) - Universidade Federal do Ceará, 2010.

RBTV. Programação. **RBTV**, 2022. Disponível em: <https://rbtv.com.br/programacao/>. Acesso em: 10 out. 2022.

SANTOS, L. V. D. A.; SILVA, E. P. D.; BARBOSA, R. S. S. Reflexão sobre a ação educativa no processo de produção de textos no gênero fanfic ou fanfiction. *In: VI Congresso Nacional de Educação*, 6., 2019, Campina Grande. **Anais [...]**. Campina Grande: Realize Editora, 2019.

SHERMAN, J. Barefoot Gen Manga to Be Used as School Material. **Anime News Network**, 2012. Disponível em: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2012-03-21/barefoot-gen-manga-to-be-used-as-school-material>. Acesso em: 17 out. 2022

SIMON, Priscila; BAHL, Miguel. Uso das mídias Anime e Mangá para a Promoção do Turismo. *In: XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, v. 11, p. 1-15, 2014.

SOARES, D. F. V. **O processo histórico dos animes e mangás no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em História) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2019.

STUDIO GHIBLI. Filmografia. **Studio Ghibli**, 2020. Disponível em: <https://studioghibli.com.br/filmografia/>. Acesso em: 13 out. 2022.

SUKI DESU, Gêneros e tipos de animes – lista completa com recomendações. **Suki Desu**, 2022. Disponível em: <https://skdesu.com/tipos-de-animes-generos-lista/>. Acesso em: 19 out. 22.

TOH, A. What is Anime Pilgrimage and Anime Tourism?. **Mipon**, 2021. Disponível em: <https://mipon.org/what-is-anime-pilgrimage-and-anime-tourism/>. Acesso em: 19 out. 2022.

UCHASKI, D. D. História e animes: a utilização de animes para o ensino sobre história do Japão. *In: BUENO, A. et al. Vários Orientes*. Rio de Janeiro: Sobre Ontens, 2017. p. 87-96.

UEKI, Y.; KAMIESU, Y. Opportunities and challenges of developing complementary relationships between traditional craft industries in Japan and Lao PDR: lessons from Japanese policies and business experiences. **Research Report**, Chiba: IDE-JETRO, p. 45-64, 2019.

UMEDA, S. Japan: Possession of Child Pornography Finally Punishable. **LOC**, 2014. Disponível em: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2014-08-04/japan-possession-of-child-pornography-finally-punishable/>. Acesso em: 19 out. 2022.

URBANO, K. C. L. De fã para fã: a re-produção informal de animês na cibercultura. *In: VIII POSCOM*, 8., 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2011.