



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**CURSO DE DESIGN-MODA**

**IZABEL LIMA MAGALHÃES LEITE**

**A PARCERIA ENTRE ANIMES E COLEÇÕES DE MODA ATUALMENTE: UMA  
ANÁLISE DA ANIMAÇÃO JAPONESA AKIRA COMO INSTRUMENTO DE  
INSPIRAÇÃO**

**FORTALEZA**

**2023**

IZABEL LIMA MAGALHÃES LEITE

A PARCERIA ENTRE ANIMES E COLEÇÕES DE MODA ATUALMENTE: UMA  
ANÁLISE DA ANIMAÇÃO JAPONESA AKIRA COMO INSTRUMENTO DE  
INSPIRAÇÃO

Monografia para o trabalho de conclusão de curso, em Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

L552p Leite, Izabel Lima Magalhães.  
A parceria entre animes e coleções de moda atualmente : uma análise da animação japonesa Akira como instrumento de inspiração. / Izabel Lima Magalhães Leite. – 2023.  
53 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Francisca Raimunda Nogueira Mendes.

1. Animação. 2. Moda. 3. Japão. I. Título.

CDD 391

---

---

Página reservada para ficha catalográfica que deve ser confeccionada após apresentação e alterações sugeridas pela banca examinadora.

Para solicitar a ficha catalográfica de seu trabalho, acesse o site: [www.biblioteca.ufc.br](http://www.biblioteca.ufc.br), clique no banner Catalogação na Publicação (Solicitação de ficha catalográfica)

---

IZABEL LIMA MAGALHÃES LEITE

A PARCERIA ENTRE ANIMES E COLEÇÕES DE MODA ATUALMENTE: UMA  
ANÁLISE DA ANIMAÇÃO JAPONESA AKIRA COMO INSTRUMENTO DE  
INSPIRAÇÃO

Monografia para o trabalho de conclusão de curso, em Design - Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Francisca Raimunda Nogueira Mendes (Orientador) Universidade Federal do Ceará  
(UFC)

\_\_\_\_\_  
Prof. Me. Eveline Maria de Azevedo Silveira (UFC)

\_\_\_\_\_  
Prof. Prof. Me. Joelma Damasceno de Matos Universidade Estadual do Ceará (UFC)

## Agradecimentos

Gostaria de agradecer à professora Francisca Mendes, pela competência, exigência e profissionalismo na orientação deste trabalho. Obrigada pelos ensinamentos, sábios conselhos recebidos e, sobretudo, por acreditar em mim. A todos os professores do curso Design-Moda, em especial às professoras Marta Sorelia, por ter feito eu acreditar no meu trabalho dentro do curso, e, novamente, à professora Francisca, que além de ter sido minha orientadora foi a minha tutora no Programa de Extensão Tutorial e que pôde me fazer ter novas experiências dentro do meio acadêmico. Agradeço às lições recebidas e por me ajudarem a ajustar minha visão sobre o mundo. Sinto-me, de fato, privilegiada por ter tido a oportunidade de ingressar nestes estudos, e aperfeiçoar o meu olhar. Ao meu psicólogo André Sousa que esteve comigo todas as segundas-feiras desse semestre me ajudando a construir este trabalho.

Às minhas chefes, Marina Bitu e Cecília Baima, que continuaram acreditando no meu potencial e me deram uma oportunidade de trabalho que para sempre eu serei grata, além de terem me levado para o São Paulo Fashion Week e por terem me tratado tão bem. Aos meus colegas de curso, Constância Marques, Eduardo Alves, Israel Victor, Emilly Kathleen, Lucas Abreu, Iasmin Fernandes e Letícia Soares, por terem me ajudado durante o curso, por todos os dias na geologia, por todas as risadas, afetos e memórias, com vocês sinto que faço parte de algo realmente incrível. A todos os meus amigos fora do meio acadêmico que confiaram em mim e sentiram que tudo ia dar certo no trabalho. À Júlia Timbó, Milena Costa, Luana Santos, Letícia Borges, Ana Beatriz Lira, Paulus Dantas, Célio Dantas, Giulia Almeida, Gabi Damasceno, João Pedro Damasceno e Pedro Arthur Damasceno, que me incentivaram e me ajudaram com este trabalho. Ao Felipe, meu irmão, que enfim está completamente apaixonado por One Piece e outros animes da cultura japonesa, e que agora sabe a diferença entre malha e tecido plano.

À minha família Lima que fez de tudo para eu crescer e me tornar quem eu sou hoje, obrigada por todos vocês por me fazerem sentir feliz toda vida que eu vou para Beberibe, e por me lembrarem que o verdadeiro significado de estar em casa é com vocês. Ao meu querido padrasto Luiz, que mesmo implicando comigo todo final de semana, sei que é com você que eu posso contar se algum dia eu estiver tendo um dia difícil e precisando de uma coca-cola, você entrou nas nossas vidas para somar, e espero que nunca mais saia delas. Você é o meu verdadeiro pai. À minha querida irmã Érica, que sempre será minha alma gêmea e a razão de tudo na minha vida, amo você até o infinito, nós ainda vamos conquistar muitas coisas juntas, acredito em você. À minha mãe, que, além de ter feito de tudo para que eu conseguisse estar onde estou hoje, ser quem eu sou hoje, é dona do coração mais lindo do mundo. Espero que eu te orgulhe mainha, agradeço por sempre ter paciência e por ter esse amor incondicional por mim e pela Érica. Amo a senhora. E, finalmente, à Deus, só ele sabe como foram as nossas conversas sobre este momento,

obrigada senhor por me fazer chegar até aqui e por me fazer conquistar tudo isso, nem em meus maiores sonhos eu pensei que seria desse jeito.

“Milagres só acontecem  
com as pessoas que não  
desistem.” (Emporio  
Ivankov, One Piece)

## RESUMO

Este trabalho visa entender como a animação cinematográfica japonesa *Akira* pode ser utilizada como inspiração para coleções de moda. As metodologias utilizadas foram a pesquisa documental, a bibliográfica e a qualitativa. O objetivo geral do trabalho foi analisar o consumo midiático do Japão e como as coleções de moda podem buscar a imagem de personagens de animes e mangás para poderem comercializar suas roupas, com uma ênfase maior na obra cinematográfica *Akira*. Ademais, foi compreendido a criação da identidade japonesa e como ela influencia as culturas além do território do Japão, o uso da mídia japonesa como criação de uma identidade do Japão, entender como essa estética da cultura do País pode inspirar na indústria da moda e localizar as coleções de moda que tem como sua principal influência a animação japonesa *Akira*. Hodiernamente, este fato auxilia diversas grandes marcas a buscarem inspirações na cultura do Japão e a entenderem mais como podem transformar suas coleções de moda cada vez mais diferentes. É dessa maneira que a obra cinematográfica contribui para que várias celebridades busquem em sua estética inspirações e concordância com a sua imagem. Outrossim, foram analisadas coleções da *Comme Des Garçons*, *Supreme* e *Loewe*.

**Palavras-chave:** Animação. Moda. Japão.

## ABSTRACT

This work aims to understand how the Japanese film animation Akira can be used as inspiration for fashion collections. The methodologies used were documentary, bibliographic and qualitative research. The general objective of the work was to analyze media consumption in Japan and how fashion collections can seek the image of anime and manga characters to be able to market their clothes, with a greater emphasis on the cinematographic work Akira. Furthermore, it was understood the creation of the Japanese identity and how it influences cultures beyond the territory of Japan, the use of Japanese media to create an identity for Japan, understanding how this aesthetic of the country's culture can inspire the fashion industry and localizing the fashion collections whose main influence is the Japanese animation Akira. Today, this fact helps several major brands to seek inspiration from Japanese culture and to better understand how they can transform their increasingly different fashion collections. This is how cinematographic work contributes to many celebrities seeking inspiration and agreement with their image in their aesthetics. Furthermore, collections from Comme Des Garçons, Supreme and Loewe were analyzed.

**Keywords:** Animation. Fashion. Japan

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– <i>Chojugiga</i> .....	22
Figura 2	– <i>Hokusai Manga</i> .....	23
Figura 3	– Página do mangá de <i>One Piece</i> .....	23
Figura 4	– Mangá <i>Tetsuwan Atom</i> (“ <i>Astrc Boy</i> ”).....	24
Figura 5	– <i>Katsura Hime</i> (o primeiro anime em cores).....	26
Figura 6	– Cena da animação “ <i>Momotarc Umiwashi</i> ” .....	27
Figura 7	– Cena do filme, bomba na capital.....	31
Figura 8	– Pôster promocional de <i>Akira</i> .....	32
Figura 9	– Cena da animação japonesa <i>Akira</i> .....	33
Figura 10	– Cena da animação japonesa <i>Akira</i> .....	33
Figura 11	– Desfile do <i>São Paulo Fashion Week</i> (SPFW) de 2011 de Glória Coelho.....	34
Figura 12	– Coleção da <i>Dolce&amp;Gabbana</i> x <i>Jujutsu Kaisen</i> .....	35
Figura 13	– Collab <i>One Piece</i> x <i>Gucci</i> .....	36
Figura 14	– <i>Mugler</i> x <i>Sailor Moon</i> .....	37

Figura 15 – <i>Loewe</i>	x	Castelc	39
Animado.....			
Figura 16 – <i>Loewe</i>	x	Castelc	40
Animado.....			
Figura 17 – Logo da grife <i>Comme Des</i>			41
<i>Garçons</i> .....			
Figura 18 – Homenagem da marca no MET GALA de			43
2017.....			
Figura 19 – Collab <i>Comme Des Garçons</i>	x		43
<i>Akira</i> .....			
Figura 20 – Supreme		x	44
<i>Akira</i> .....			
.....			
Figura 21 – <i>Loewe</i>		x	45
<i>Akira</i> .....			
.....			

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
NBR	Norma Brasileira Regulamentar
PUCPR	Pontifícia Universidade Católica do Paraná
SIBI	Sistema Integrado de Bibliotecas
trad.	Tradutor

**LISTA DE SÍMBOLOS**

\$	Dólar
%	Porcentagem
£	Libra
¥	Iene
€	Euro
§	Seção
©	Copyright
®	Marca Registrada

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>2. METODOLOGIA</b> .....	17
<b>2.1. Tipo de pesquisa</b> .....	18
<b>2.2. Área de abrangência</b> .....	18
<b>2.3. Plano de coleta de dados</b> .....	19
<b>2.4. Categorias analíticas</b> .....	20
<b>3. CONTEXTO HISTÓRICO DOS MANGÁS E DOS ANIMES</b> .....	21
<b>3.1. Mangás</b> .....	21
<b>3.2. Animes</b> .....	25
<b>4.0 A ESTÉTICA JAPONESA E A CRIAÇÃO DA IDENTIDADE JAPONESA</b>	28
<b>5. AKIRA</b> .....	31
<b>5.1. A estética da obra <i>Akira</i></b> .....	32
<b>5.2. As influências e as parcerias entre animes e coleções de moda</b> .....	33
<b>6. A ANIMAÇÃO AKIRA PRESENTE NAS COLEÇÕES DE MODA</b> .....	46
<b>6.1 <i>Comme Des Garçons x Akira</i></b> .....	46
<b>6.2 <i>Supreme x Akira</i></b> .....	46
<b>6.3 <i>Loewe x Akira</i></b> .....	47
<b>7. CONCLUSÃO</b> .....	48
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	50

## 1 INTRODUÇÃO

Escrito e dirigido por Katsuhiro Ôtomo, *Akira* é uma animação japonesa que, após Tóquio ser destruída em 1988, foi construída em seu lugar a Neo Tóquio. Em 2019, a cidade sofre com atentados terroristas, até que os personagens “Kaneda” e “Tetsuo”, dois amigos de uma gangue de motoqueiros, disputam rachas violentos com uma gangue rival, “Os Palhaços”. Até que um dia Tetsuo encontra Takashi, uma criança com poderes que fugiu do hospital onde era mantido como cobaia, se envolvendo com o exército liderado pelo coronel Shikishima. Baseado no mangá de mesmo nome de 1982, roteirizado por Izo Hashimoto e produzido por Ryōhei Suzuki, o filme foi a primeira animação japonesa a ser exibida em cinemas brasileiros como um filme mainstream.

Segundo Lopes (2010), o figurino agrega ou não modismos, e conquista um lugar e uma função na representação cinematográfica, situando-se como mais um elemento dinâmico que pode evoluir na tela. Através de um sistema e de um jogo de cores que procura uma coerência, o figurino apresenta oportunidades ao espectador de o ler como um objeto portador de signos criado para um contexto específico possui uma carga, um depoimento, uma série de mensagens que ajuda a conectá-lo ao espetáculo.

O figurino é composto por todas as roupas e acessórios dos personagens, projetados e/ou escolhidos de acordo com as necessidades do roteiro. Ele representa parte da narrativa cênica, uma vez que auxilia na determinação do tempo, lugar, clima, idade, gênero e características dos indivíduos de uma história. De acordo com Oliveira (2007), as ações do indivíduo são interferidas pelo ato de vestir, faz ficar parado, andar, sentar, assim, somando na postura do sujeito na criação da sua presença no quadro social. Levando todos os traços existentes que constroem a percepção visual do indivíduo, é possível distinguir o grupo em que ele está inserido, seu estilo e os costumes e gostos da época que vive.

Através do figurino, é possível entender também as mudanças de humor ou de comportamentos desses personagens ou mesmo absorver a totalidade de sentimentos e impressões que uma narrativa, seja ela no cinema, teatro, novela ou seriado, é capaz de mostrar. Nesse sentido, durante a idealização de uma trama, assim, tudo tem que trabalhar em conjunto com o figurino, para que seja possível inserir o personagem em um determinado contexto, ainda segundo Oliveira (2007).

Além disso, as características psicológicas e sociais do personagem, como sua personalidade, emoções, traumas e humor, não devem ser negligenciadas na construção do figurino, uma vez que que o público possa compreender o que o intérprete transmite antes mesmo de suas falas e gestos.

Inúmeros são os códigos das roupas que, ao serem decifrados, são capazes de transmitir informações, como por exemplo, as cores, que de acordo com Heller (2014) estão sempre associadas a sentimentos e efeitos similares. Ao fazer um figurino, a roupa deve ter o papel de transformar o ator ou atriz, fazendo-os incorporar o personagem ao vestir-se. Um exemplo onde a comunicação não verbal do figurino pode ser observada são as vestimentas dos personagens principais. Ademais, um figurino pode auxiliar para que a roupa de uma certa obra cinematográfica ou animada se faça presente e perpetue na mente das pessoas ao se lembrar da obra, ainda segundo Heller (2014).

Assim, acredita-se válido analisar sobre como o figurino e como a própria animação japonesa “Akira” pode ser utilizada como um instrumento de inspiração para coleções de moda.

A obra tem influências do cyberpunk<sup>1</sup> e é popularmente conhecida pelo figurino que Kaneda usa na animação, seu traje vermelho. Além disso, percebemos que o filme apresenta bastante o show de luzes que refletem a paisagem da Neo Tóquio e o cenário dos prédios que possuem uma animação bem à frente de seu tempo.

O objetivo geral do trabalho é analisar a animação japonesa *Akira* como instrumento de influência nas coleções de moda atualmente, bem como *Comme Des Garçons*, *Supreme*, *Loewe*. Além disso, os objetivos específicos são apresentar influências da obra, seus figurinos e como a estética auxilia marcas a utilizarem em suas coleções de moda, além de entender mais sobre como a cultura japonesa motiva a moda nas suas diversas estéticas no mundo ocidental, já que ela é tão difundida no nosso cotidiano. O trabalho identifica também eventos históricos sobre o início dos animes e dos mangás, compreende a importância da mídia japonesa como criação de uma identidade para a sociedade dentro e fora do Japão.

---

<sup>1</sup> A literatura cyberpunk é um gênero da ficção científica notado por seu foco, baixo custo de vida e alta tecnologia. Cyberpunk é um termo originado a partir da cibernética, que promove uma visão *underground* da sociedade, de contracultura, que foge dos padrões anteriormente impostos com intenção de obter novos espaços para expressão. Acesso em <

Dessa forma, expõe-se a relevância interdisciplinar da pesquisa, que analisa a relação do figurino como instrumento de inspiração nas coleções de moda. No primeiro capítulo foi apresentado sobre o contexto histórico de tais elementos culturais, e como surgiram as primeiras animações japonesas. Além disso, no segundo capítulo este trabalho apresentou também sobre a estética japonesa, e o consumo midiático do Japão, como tal cultura foi propagada e como ela chegou até o Brasil.. A seguir, no quinto capítulo é explicado sobre a estética da obra *Akira*, e como seus figurinos e sua linguagem visual contribuíram para a difusão da animação. Outrossim, foi discutido também, no mesmo capítulo, como os animes e os mangás foram utilizados como inspiração em coleções de moda hodiernamente, além das parcerias que tiveram em marcas e grifes por todo o mundo, como *Gucci* e *Dolce&Gabbana*. Ademais, no sexto capítulo, são analisadas coleções que fizeram da obra de Otomo um instrumento de inspiração, como *Comme Des Garçons* em 2013, *Supreme* em 2017 e *Loewe* em 2019.

## 2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho, foi feita, inicialmente, uma pesquisa bibliográfica, em que Oliveira (2007) entende que tal pesquisa é uma modalidade que estuda documentos de domínio científico, como a exemplo livros, teses e artigos. Partindo da leitura e análise de tais fontes, referentes ao campo do figurino e animação. Assim, foi possível o aprofundamento do tema proposto, a fim de compreender a relação entre o processo da cristalização da influência e o figurino presente na animação *Akira*, compreendendo sua função.

Para tanto, se fez necessário também realizar a pesquisa documental, que, segundo Figueiredo (2007), a pesquisa documental tem como função investigar aquilo que ultrapassa o escrito, bem como filmes, jogos, vídeos e desenhos. Utilizando-se da análise das imagens dos figurinos dos personagens da obra ficcional *Akira* de 1988, “Kaneda” e “Tetsuo”.

Além disso, o presente trabalho foi realizado sob uma abordagem de natureza qualitativa. Minayo (2001), descreve que a pesquisa qualitativa se preocupa a responder questões voltadas para uma realidade, condições particulares que não podem ser quantificadas, nem reduzidas à operacionalização de variáveis.

### 2.1 Abordagem e tipo de pesquisa

Para a realização da pesquisa, como foi falado anteriormente, foram feitos estudos bibliográficos e documentais acerca de como a animação japonesa *Akira* influencia nas coleções de moda, e como a cultura japonesa está inserida na indústria e nas coleções de moda. Além disso, para entender o tema proposto e solucionar os questionamentos levantados na problematização, a pesquisa contará com o contexto histórico dos animes e dos mangás. A pesquisa bibliográfica, de acordo com Lakatos e Marconi (2003) abrange toda a bibliografia já publicada relativa ao tema de estudo, e possibilita o exame desse tema sob um novo ponto de vista, possibilitando a geração de conclusões inovadoras.

A bibliografia também deu embasamento nos termos “animes”, que, segundo Peret (2011), são qualquer desenho animado produzido no Japão, ou que tenham suas características estruturais e códigos de linguagem, e “mangás”, segundo o mesmo autor, se refere a qualquer história em quadrinhos produzidos no Japão, e, mais recentemente, à estrutura editorial e ao estilo da linguagem, ou conjunto de códigos, desse grupo de quadrinhos, sejam eles de autoria japonesa. As duas formas de obras foram discutidas na pesquisa, já que de acordo com

Beuren (2006), a pesquisa bibliográfica se constitui como a explicação de um problema através de referenciais teóricos já publicados, buscando analisar e conhecer as contribuições já existentes sobre determinado tema.

Dessa forma, também é possível utilizar documentos, livros e obras cinematográficas que representam recursos disponíveis em diferentes bases de dados. Assim, segundo Silva (2009), pode-se dizer que a pesquisa documental é aquela em que os dados obtidos são estritamente provenientes de documentos, com o objetivo de extrair informações neles contidas, a fim de compreender um fenômeno. O método utilizado para analisar os documentos chama-se de “método de análise documental”. A pesquisa documental é um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos.

## **2.2 Área de Abrangência**

Como já foi dito, o figurino é um dos objetos mais significativos na identificação e corporificação do personagem numa narrativa visual, pois carregam valor comunicativo por ser a primeira característica visual transmitida e notada pelo público (Volpi, 2012, p.292) e o mesmo auxiliará a explicar sobre a história dentro da animação japonesa e sobre os sentimentos dos protagonistas. A presente pesquisa terá como objetivo a forma explicativa, além de uma abordagem qualitativa, e procedimento bibliográfico e documental.

Quando pensado o figurino dentro dessa narrativa, ele é o objeto que tem a maior ligação com a realidade do receptor, mesmo sendo uma criação conceitual, é o mais palpável e com uma relação direta ao corpo, afinal todos usamos vestimentas e sabemos de sua semiótica por uma natureza intuitiva (SCHAUMLÖFFEL, 2016, p.11). Dessa maneira, o elemento escolhido para análise é a animação japonesa *Akira*. Que, por ser uma animação marcante dentro do mundo dos animes, foi estudada como a estética de tal obra pode influenciar em coleções de moda de marcas como a *Supreme* e a *Comme Des Garçons*.

## **2.3 Plano de Coleta de Dados**

Para a realização do presente trabalho de conclusão, foram feitas ao todo três etapas ao longo de mais de 12 meses. Na etapa A foi a pesquisa bibliográfica. Esta etapa envolveu a análise de artigos, livros e periódicos relacionados ao tema, bem como observações feitas pelo autor durante o processo do trabalho. A etapa foi realizada no período de abril de 2022 a junho de 2023, os resultados obtidos foram pertinentes para o aprofundamento do estudo, permitindo identificar a importância do figurino para o filme analisado.

Na etapa B, foi feita a pesquisa documental, realizada ao longo de abril de 2022, foram realizadas análises cinematográficas da obra cinematográfica *Akira*. Essas análises buscaram extrair informações relevantes sobre o filme, sua narrativa, personagens, estética visual e outros elementos presentes na obra. Além disso, foram analisadas coleções da *Comme Des Garçons* em 2013, *Supreme* em 2017 e *Loewe* em 2019. O objetivo foi coletar dados que serviram como base para as etapas seguintes da pesquisa.

E foi seguido pela última etapa, a etapa C, que consistiu no tratamento de dados. Feita a partir de julho de 2023, esta etapa, que foi a pesquisa qualitativa, compreendeu o tratamento do conteúdo coletado e a interpretação dos dados obtidos nas etapas anteriores, a fim de que fosse alcançado um resultado.

## **2.4 Categorias Analíticas**

O trabalho busca integrar as animações japonesas como instrumento de influência para as coleções de moda ocidentais, mais precisamente, trabalhar o filme “Akira” e analisar as coleções de moda que o cercam. Anime é o termo genérico que designa desenho animado no idioma japonês, ele deriva do vocabulário *animation* (do inglês, animação).

Para Solomon (1957), a animação tem a magia de tornar vivo, dar a uma alma a um objeto inanimado. Após o sucesso da animação japonesa, seus admiradores passaram a chamá-la de animê, distinguindo-a das outras animações. Segundo Gravett (2006), o sucesso nacional e internacional dos animes passou a ter importância a partir de uma animação japonesa lançada em 1965 que estabeleceu um relacionamento quase simbiótico entre mangá e anime que tem sustentado as duas indústrias desde então.

Na visão de Castro e Costa (2010), apresenta-se o figurino como o elemento chave para constituição de um personagem, uma vez que o figurino lhe atribui valor, bem como transmite ao espectador informações referentes ao personagem.

## **2.5 Tratamento de Dados**

Os dados levantados foram organizados nas etapas de contexto histórico, em seguida, é falado sobre a estética japonesa e as coleções de moda em conjunto com animes no mundo. Por fim, a pesquisa fala sobre o principal ponto de análise que é a obra cinematográfica “Akira” e a sua influência no mundo da moda, bem como as criações das coleções das marcas *Loewe*, *Comme Des Garçons* e *Supreme*.

### 3 CONTEXTO HISTÓRICO DOS MANGÁS E DOS ANIMES

A cultura pop japonesa teve seu início no fim da Segunda Guerra Mundial, quando o Japão foi derrotado pelos Estados Unidos e o seu exército se instalou na cidade de Tóquio (SATO, 2007). Dada essa invasão, os japoneses passaram a receber influências da cultura americana, tais como comida, filmes, músicas, entre outros. E por aprenderem com outras nações e extrair conhecimentos delas, foi dessa forma que os japoneses se apropriaram das influências exercidas pelos americanos e as modificaram no interior de sua cultura criando seu sistema e adaptando ao seu estilo de vida próprio. A partir dessas influências os japoneses criaram seus próprios produtos e ídolos unindo-os aos seus apegos culturais tradicionais.

As influências norte-americanas atingiram o Japão com o consumismo, e esse modelo de vida, abraçado por causa da difusão da nova cultura transmitida através do “*American way of life*”<sup>2</sup>, surgiu logo após um período pelo qual a sociedade japonesa, desacreditada e abalada com o pós-guerra, sentiu a necessidade de renovar suas esperanças.

Com a Crise Asiática<sup>3</sup> em 1997, o Japão passou a investir ainda mais na exportação de seus produtos (SATO, 2007), diante de poucas opções para o crescimento do mercado interno, assim, o Japão voltou-se para o exterior, alavancando, desse modo, o consumo do mangá<sup>4</sup> (Figura 1), do anime e dos videogames, seus principais produtos.

#### 3.1 Mangás

Mangás<sup>5</sup> são histórias em quadrinhos em japonês, e é a mistura dos *kaji*, MAN (involuntário, humor) e GA (imagem, desenho), que significa imagens involuntárias ou desenhos humorísticos. Esses desenhos apareceram no século XII no Japão, muito antes da palavra mangá ser empregada. Eles eram pintados em pergaminhos e eram dispostos em sequência para contar histórias de batalhas, lendas etc. Mas, foi com o artista e sacerdote budista conhecido como *Kakuyu Toba* (1053-1140) que esses desenhos ficaram bastante

---

<sup>2</sup> *American way of life* (ou estilo de vida americano), é uma expressão usada na década de 20, amparado no bemestar econômico do qual desfrutava os Estados Unidos. O modo de vida baseado no consumo, materializado principalmente na compra de eletrodomésticos. <https://www.todamateria.com.br/american-way-of-life/><Acesso em 19 de julho de 2023>

<sup>3</sup> Krugman (1998) ressalta que o que ocorreu foi um colapso dos mercados de ativos, falência dos bancos generalizadas e quebra na maior parte das empresas.

<sup>4</sup> <http://www.klickeducacao.com.br/conteudo/pagina/0.6313.POR-1307-10082-.00.html><Acesso em 29 de julho de 2023>

<sup>5</sup> 3 Sinônimo tanto de história em quadrinhos como de gibis no Japão (NAGADO, 2007, p. 9).

conhecidos. Ele fez uma série de pergaminhos com ilustrações de animais humanizados, conhecidas como *Chôjûgiga*<sup>6</sup> - imagens humorísticas de animais, e muitas dessas ilustrações contavam histórias de situações engraçadas do cotidiano das pessoas, substituindo-as por animais (GRAVETT, 2006).

**Figura 1 - Chôjûgiga.**



Fonte: British Museum, 2022

A história do mangá vai evoluindo junto com os Períodos da História Japonesa<sup>7</sup>, no período *Kamakura* (1185-1333), foram elaboradas as obras como *Gaki Zoushi* (rolo de famintos), *Jigoku Zoushi* (rolo do inferno), *Yamai Zoushi* (rolo de doenças), que ilustravam conceitos budistas. De acordo com Macedo (2017, p.67) esse período de transição política foi percebida à época como um tempo de mudança e declínio. O que não significou um pessimismo resignado e decadente, pois foi no período *Kamakura* que houve um incremento das ordens monásticas budistas pelo país, o que resultou em maiores possibilidades ao ensino e leitura pela população em geral.

Esse hábito de fazer desenhos em pergaminhos foi adotado pelos japoneses por vários anos. A maneira em que eles eram lidos, o seu desenrolar da direita para esquerda, foi algo que ainda se perpetuou na forma de se ler um mangá até os dias atuais. Mas foi durante o Período *Edo* (1600-1867) período que o Japão ficou isolado, com a política anti-estrangeiros adotada pelo shogun (termo usado para o general do império japonês), que o mangá mais se desenvolveu a produção de gravuras de madeiras chamadas *ukiyo-ê* foi o auge dessas mudanças essas gravuras inicialmente retratavam homens e mulheres comuns e cenas de teatro, passaram a representar paisagens com uma qualidade superior. Foi em 1814 ainda com os *ukiyo-ê* que a palavra mangá man (humor, algo que não é sério) e gá (imagem, desenho) foi

<sup>6</sup> O *Chôjû giga*, que também pode ser escrito como *Chojogiga*, é considerado tesouro nacional japonês, sendo conservado no templo *Kozangi*, em Kyoto.

<sup>7</sup> Os períodos da história japonesa aqui citados foram retirados da obra: MACEDO, Emiliano Unzer, 1977 – História do Japão: uma introdução / San Bernadino, Califórnia, EUA: Amazon Independent Publishing, 2017.

usada pela primeira vez, *Katsushita Hokusai* (1760–1849) usou essa expressão como título de sua coleção de quinze volumes os *Hokusai Mangá*.

**Figura 2 - Hokusai Manga**



Fonte: British Museum, 2022

Foi só a partir da chegada do representante dos Estados Unidos, o almirante Matthew Perry no Japão em 1853, que tinha por objetivo iniciar e estreitar laços de amizade entre os dois países, que os japoneses começaram gradativamente a abrir seus portos para a entrada de outras nações depois do isolamento imposto no período do xogunato, e consolida-se o período conhecido como *Meiji* (1868-1926), desde então o Japão passou novamente a ter contato cultural com outras nações (MOLINÉ, 2004).

**Figura 3 – Página do mangá de “One Piece”**



Fonte: Critical Hits, 2022

Abriam-se os portos para o Ocidente em 1868. O Japão sofreu várias influências ocidentais que não anularam sua cultura, mas foram adaptadas a ela com um gosto próprio. Observa-se nessa época a persistência dos ideais nacionalistas e o legado de valores deixados pela filosofia de vida e cultura dos samurais. Os elementos ocidentais foram reconfigurados, apresentando características e formato japonês e as culturas nacionais contribuíram para a industrialização e modernidade nipônica, segundo (GRAVETT, 2006).

Este acontecimento ajudou na transformação dos desenhos humorísticos japoneses. Em 1857, o jornalista britânico Charles Wirgman chegou ao Japão, e produziu a primeira revista mensal de humor em estilo ocidental, *The Japan Punch*, inspirada na revista britânica *Punch*. Outra revista em estilo ocidental que também trouxe novos conceitos para os japoneses foi a *Tôbaé*, publicada em 1887, pelo imigrante francês George Bigot. Contudo, *Rakuten Kitazawa* é considerado o primeiro mangá-ka japonês.

Criando o primeiro mangá em 1902, o *Tagosaku to Mokubê no Tokyo Kenbutsu*. De acordo com Sato (2007, p.60), foi ele quem lutou para que a palavra mangá designasse histórias em quadrinhos no Japão. No ano de 1905, *Kitazawa* criou sua própria revista de quadrinhos, a *Tokyo Puck*. Em 1933 teve início à guerra Sino-japonesa<sup>8</sup>, até um ano antes os mangás tinham total liberdade e independência, mas com a guerra os quadrinhos sofreram duras censuras ficou proibido até o uso de personagens ocidentais como “Mickey”, “Betty Boop” e o “Popeye”.

Ainda segundo Sato (2007), o marco para a abertura do Japão à cultura ocidental foi a Segunda Guerra Mundial, quando passou a ser dominado pelos Estados Unidos. O Japão sofreu um abalo econômico e social por causa da derrota e se viu obrigado a ter contato com o mundo ocidental, aderindo ao capitalismo. É nessa época que os artistas japoneses têm contato com os quadrinhos ocidentais, sofrendo influências e adaptando essa nova cultura ao seu contexto. Esse novo material é reconfigurado e preenchido com sentidos e valores locais, tornando-se, assim, algo particular. É algo que se vê no Japão frente a esse contato com culturas estrangeiras, apropriam-se os elementos de fora e dá-se um novo significado contextualizado.

No período da Segunda Guerra, de acordo com Gravett (2006, p.28), os desenhistas foram subjugados pelo governo japonês, aqueles que não cooperavam eram repreendidos,

---

<sup>8</sup> Em 1931, o Japão e a China iniciaram uma série de incidentes militares que culminaram na invasão à China em 1937, dando início à Segunda Guerra Sino-Japonesa.

alguns foram banidos da profissão ou eram condenados a viver no exílio. Após a guerra, o valor do mangá estava além da posse da população e as editoras tiveram que se reorganizar. Foi nesse período que surgiu os *akai hon* (livrinhos vermelhos), impresso em papel barato era vendido por valor simbólico, o desenhista que se destacou nesse período foi *Machiko Hasegawa* com histórias de uma dona de casa chamada “*Sazae-san*”, esse mangá com doses de humor se tornou o mais popular.

Além disso, segundo Gravett (2006), o pós-guerra proporcionou também uma nova estrutura para o mangá, com produção específica para o público adolescente sem teor político ou histórico. Foi nessa época que o mangá ganhou as características que conhecemos hoje, olhos grandes brilhantes e efeitos cinematográficos.

Figura 4 - Mangá *Tetsuwan Atom* (“*Astro Boy*”)



Fonte: Nerd Trip, 2023

No Brasil, por volta dos anos 1960 alguns descendentes de japoneses começaram a utilizar as influências das técnicas do mangá em seus trabalhos, entre eles Minami Keizi<sup>9</sup> e Claudio Seto<sup>10</sup>, que passaram por diversos estorvos como a censura do regime Militar, para conseguir reconhecimento. Em 1984 foi criada a Associação Brasileira de Desenhistas de Mangá e Ilustrações, no mesmo ano Osamu Tezuka visitou o Brasil e apresentou uma exposição com artes brasileiras, de acordo com Rozenberg (2016).

<sup>9</sup> Minami Keizi 9 de junho de 1945 — Itapevi, 14 de dezembro de 2009, uma breve entrevista pode ser vista no site Bigorna. <http://www.bigorna.net/index.php?secao=entrevistas&id=1303069323>.

<sup>10</sup> Claudio Seto nasceu em Guaiçara em 1944 e faleceu em 15 de novembro de 2008. Fonte <http://www.guiadosquadrinhos.com/artista/claudio-seto/1491>.

### 3.2 Anime

Foi a partir de 1909, através dos cinemas, que os japoneses começaram a ver desenhos animados. Esses desenhos eram produções pioneiras que vinham de Nova York e Paris (SATO, 2007). Desde esse contato com produções estrangeiras, que desenhistas de mangá começaram a criar suas próprias animações. Os primeiros passos da história dos animes foram dados em 1910, motivados pelos curtas metragens americanos, o artista Seitaro Kitayama produziu os primeiros animes de teor infantil, *Saru Kani Kassens* (a luta entre o caranguejo e macaco) que foi lançado em 1913, e a evolução do anime aconteceu paulatinamente. Entre 1917 e 1920 foi produzido o anime *Hanahekonai Shinken* (A nova espada de *Hanahekonai*, utilizando mais de um tom de cinza, que era considerado um luxo para época. Com a intenção de baixar o custo da animação, *Oten Shimokawa* fez a experiência de fotografar desenhos em giz numa lousa (LUYTEN, 2012).

O marco da evolução do anime foi em 1920, apesar das contínuas tentativas de baratear a produção houve um crescimento em técnicas artísticas, Noburo Ofuji produziu o primeiro desenho japonês sonoro, o *Osekisho* (O Inspetor de Estação), que foi um grande sucesso da época, logo em seguida Ofuji produziu *Katsura Hime* (Princesa Katsura), o primeiro anime em cores.

**Figura 5** - *Katsura Hime* o primeiro anime em cores



Fonte: Ani Search, 2022

Durante o período da ditadura e da Segunda Guerra, os animes precisaram se adequar às normas militares, apesar da produção cinematográfica ficar restrita ao caráter militar e as propagandas ideológicas, o incentivo financeiro do governo para produção de seu material permitiu uma grande evolução tecnológica da animação.

Com o início da Guerra Sino-Japonesa em 1933, as animações, assim como os desenhos em quadrinhos, passaram a servir como propagandas militaristas, com animações como, *Momotarô no Umiwashi* (Momotaro, o Valente Marinheiro) de 1943 (Sato, 2007). Com o fim da Segunda Guerra, a cultura pop americana penetrou o Oriente, exemplo disso é o nome animê para definir os desenhos nipônicos derivado da palavra inglesa *animation*, antes da influência estrangeira os japoneses usavam a palavra *douga* (imagem em movimento), com o crescimento dos desenhos japoneses a palavra anime consagrou um estilo único.

O pós-guerra instigou também o desenvolvimento do anime em 1953 Noburo Ofugi exhibe a animação japonesa *Kujira* (A Baleia), no Festival de Cannes, e o *Yurei Sen* (Navio Fantasma) é premiado no Festival de Veneza em 1955. Além disso, Taiji Yabushita foi mais um produtor importante na história do anime, responsável pela primeira longa metragem a cores da animação *Haku jaden* (A lenda da Serpente Branca).

**Figura 6** – Cena da animação “Momotaro Umiwashi”



Fonte: <https://mubi.com/fr/films/momotaro-the-sea-eagle>.

Entretanto, foi através da série animada do mangá de maior sucesso de Osamu Tezuka, o *Tetsuwan Atomu*, que foi televisionado em janeiro de 1963 e produzido pela sua própria produtora, que o anime começou a se expandir. E como Nagado (2007, p. 71) relata, “mesmo não tendo sido o primeiro título de anime, o robzinho de Tezuka foi o ponto de partida para o que seria a maior indústria de animação do mundo”.

Com o sucesso de produção da série *Tetsuwan Atom*, “*Astro Boy*” como já foi apresentado anteriormente, outras produtoras de animação começaram a produzir seus próprios trabalhos, criando uma crescente série de animações para a TV. Mas, foi em 1965, que o Japão teve sua primeira série animada produzida em cores, com a estreia da série *Jungle Taitei* (Kimba, o Leão Branco), também produzida pela *Mushi Production*.

De acordo com Sato (2007), a partir daí, Tezuka criou dois padrões que passaram a ser utilizados pelas produtoras de animes a partir de então: o uso de cores vivas e contrastantes, e uma abertura sequenciada da animação, com um videoclipe musical. No Brasil, as primeiras séries da cultura pop japonesa surgiram no final dos anos 1960, estreando com a série de Tokusatsu<sup>11</sup> *National Kid*, exibida pela Record, em 1964. Nos anos 1970, o número de animações aumentou, animes como “*Speed Racer*” e “*A Princesa e o Cavaleiro*” ganharam espaço na TV brasileira, abrindo ainda mais o espaço das animações japonesas nos outros países.

---

<sup>11</sup> É um termo japonês para séries e filmes de ação que fazem uso de efeitos visuais e pirotécnicos. Afinal, trata-se da abreviação de “tokushu kouka satsuei”. Portanto, o significado de tokusatsu é “filmes de efeitos especiais”. Acesso em <<https://tokusatsu.blog.br/tokusatsu/>>.

#### 4 A ESTÉTICA JAPONESA E A CRIAÇÃO DA IDENTIDADE JAPONESA

Vivemos em um mundo globalizado, onde a tecnologia é um dos principais meios de reprodução da comunicação de massas, que segundo Gorgatti (2004, p. 3), são “formas industrializadas de produzir informação e entretenimento para a sociedade de consumo”, sejam elas livros, televisão, internet etc. Para Barbosa (2004), nas sociedades ocidentais, é por meio do consumo que são reproduzidos os padrões da vida social, e, portanto, é por meio de seus processos que se pode entender as práticas sociais e culturais desse tipo de existência.

E, hodiernamente, entendemos que, com os meios de comunicação mais desenvolvidos, podemos comprar algo que está a milhares de quilômetros de distância da nossa casa, graças aos meios de comunicação em massa, que atuam como “veículos de geradores de cultura”. E foi a partir desse consumo midiático que o Japão difundiu sua cultura pelo mundo.

O consumo de produtos japoneses bem como mangás, animes, indumentárias, dentre outros produtos, fez com que o Japão e os Estados Unidos se igualem enquanto distribuidores de produtos culturais, já que, como concluiu Paul Gravett (2006 p.156) “[...] a cultura norte-americana pode até ter dominado o mundo durante a maior parte do século XX, mas o século XXI está mostrando uma explosão fenomenal na exportação dos produtos culturais japoneses, a ponto de competirem em pé de igualdade com os norte-americanos [...]”.

Segundo Silva (2000, p.73), a identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Contribuindo, assim, para que a estética japonesa e as manifestações culturais de tal país possam auxiliar para a construção de uma identidade das pessoas de outros países e na sua forma de vestir. Para Souza e outros colaboradores (2018), esclareceram em seu estudo que, enquanto para os japoneses mangá se refere a todo tipo de desenho, para os ocidentais significa um desenho japonês, que se diferencia por sua representação gráfica peculiar e por uma leitura que vai do fim para o início, e da direita para a esquerda.

Segundo Sato (2007), com o “boom” dos animes na década de 1990, a cultura *pop* japonesa ganhou maior número de seguidores no Brasil. Os denominados *otakus*, que são considerados no ocidente, como fãs de mangás e animes. Dessa forma, ainda segundo Sato

(2007), essa nova tribo urbana ajudou na propagação da cultura nipônica no ocidente além da internet. Eles se reúnem nos chamados animêntros, que são eventos sociais nos quais os fãs nipônicos têm a oportunidade de se “fantasiar” de seus personagens prediletos, sejam eles de mangás, animes, jogos ou filmes, dos quais são denominados, *cosplayers*, contribuindo, assim, com a popularização da cultura japonesa e com o consumo da mesma.

De acordo com Silveira (2017) o consumismo é induzido pela grande oferta de produtos e pela publicidade que cria a necessidade de adquirir novos objetos e satisfazer desejos, fortalecendo identidades individuais e laços sociais por meio da aquisição de bens. No contemporâneo de um cenário globalizado, o triunfo do capitalismo como sistema mundial, as novas formas de trabalho, o consumo como uma forma de reprodução de padrões de vida social, e as novas tecnologias aliadas à velocidade de informação, fizeram os estudiosos reconhecer que a publicidade, a propaganda, os meios de comunicação de massa educam e socializam os indivíduos para o consumo.

Assim, nessa relação é produzida uma ampla gama de culturas, que propiciam as multiplicidades dos novos tempos, já que, segundo Biernazki (2000), um grande instrumento na promoção de toda essa interação mundial têm sido as novas tecnologias da comunicação. O acesso instantâneo às informações e ao entretenimento é tão ambíguo que, às vezes, nos esquecemos de que esse é um fenômeno que apareceu muito repentinamente na história.

No sistema capitalista não se produz apenas mercadorias, mas também subjetividades; como nesse sistema tudo é mercadoria, a cultura e a própria subjetividade são também mercadoria. A indústria cultural de massa assume, portanto, um papel importante na atualidade ao produzir os produtos culturais que dão suporte, materializam, essa forma de existência, já que, segundo Miranda (2000), os recursos, produtos e serviços de informação são identificados na Internet com o nome genérico de conteúdos. Em resumo, o conteúdo é tudo o que é operado na Internet. Uma das contribuições mais extraordinárias da Internet é permitir que qualquer usuário, em caráter individual ou institucional, possa vir a ser produtor, intermediário e usuário de conteúdos. E o alcance dos conteúdos é universal, resguardadas as barreiras linguísticas e tecnológicas do processo de difusão.

Aqui no Brasil, “parte dos simbolismos e tradições japonesas foram trazidas inicialmente no ano de 1908, quando 781 imigrantes vindos pelo navio Kasato-Maru chegaram em terras brasileiras, tornando-se, anos depois, a maior colônia de japoneses fora do Japão” (Luyten, 2012, p. 148). Mesmo que de início as famílias nipônicas tivessem o desejo de estadia temporária, seu desenvolvimento no Brasil acabou convertendo-se em uma permanência, possibilitando uma ampliação da comunidade.

Entretanto, segundo Pereira (2017), para que houvesse uma continuidade nas tradições e leituras japonesas, foram criadas escolas próprias para o prosseguimento desse ensino com o objetivo de preservação. O papel dos mangás pode ser demonstrado através, novamente, dos estudos de Pereira (2017), onde é apontado que o papel que eles tiveram foi como promotores da língua japonesa entre os descendentes de imigrantes. As capas das revistas e suas histórias eram divertidas e atraíam o olhar das crianças que, em muitas ocasiões, dedicavam-se a aprender o japonês apenas por obediência aos pais.

Com tamanha demanda literária, foram criadas muitas empresas focadas nas importações de conteúdo para este público e, como Pereira (2017) ressalta, os mangás podem ser considerados os primeiros representantes da cultura pop japonesa no Brasil. Como centro destas empresas, em São Paulo, no bairro Liberdade, foram instalados grande parte dos imigrantes orientais, não apenas japoneses, mas também coreanos, chineses e tailandeses, tornando-se um ponto de referência da cultura oriental.

## 5 AKIRA

Assim, é possível iniciar a discussão sobre a obra que foi analisada, a animação de Katsuhiro Ôtomo, *Akira*, que segundo Brown (2010), é conhecido por sua animação revolucionária, trilha sonora icônica e narrativa complexa que aborda questões como poder, tecnologia, corrupção e a natureza da humanidade.

O filme ajudou a popularizar o anime em todo o mundo e influenciou muitos cineastas e artistas, deixando uma marca na cultura pop. Originalmente, segundo Claret (2011), foi publicado como uma série de mangá a partir de 1987. O documento para a análise deste estudo é o anime, o qual foi exibido somente em julho de 1988. Desta forma, argumenta-se que a narrativa do referido anime possui como seu conteúdo a questão dos perigos do uso da tecnologia das armas atômicas, e, como significado iconológico, uma espécie de “pesadelo” japonês acerca do terror oriundo das experiências de Hiroshima e de Nagasaki.

**Figura 07** - Cena do filme, bomba na capital



Fonte: Cinema Sétima Arte, 2023

O enredo de Akira inicia-se com uma cena de explosão em Tokyo em 16 de julho de 1988. Logo em sequência o anime apresenta seu espaço e tempo de ocorrência no universo do enredo. A história desenvolve-se no ano de 2019 na cidade de Neo Tóquio construída após a destruição de Tóquio em 1988 pela primeira explosão de Akira. Quando a primeira explosão ocorre, inicia também a Terceira Guerra Mundial. Apesar de não haver referência à duração desta Terceira Guerra, somos informados de que o enredo de Akira transcorre trinta e um anos depois do término da guerra (Claret, 2011, p.04). Neo Tóquio foi construída sobre a Baía de Tokyo para substituir a antiga capital.

A nova capital foi criada por Katsuhiro Otomo como uma representação futurística da Tokyo de sua época. Foi feito um grande trabalho de pesquisa visual para elencar características da capital original a serem utilizadas na formulação da Neo capital. Ademais, Neo Tóquio foi construída em interface com Tóquio para dar uma impressão de realidade aos telespectadores em relação à animação, de acordo com Gibson (2015). Era preciso de um lugar que pudesse comportar ao mesmo tempo um cenário futurístico distante e também uma familiaridade palpável para os leitores, e o Japão, especificamente Tóquio, com seus prédios altos, luzes de néon, alta tecnologia e uma crescente população parecia ideal, facilitando para o anime a importação da própria cultura e a executando de forma muito mais confortável.

Segundo o enredo, a catástrofe foi iniciada pelo crescimento dos poderes sobrenaturais de uma criança chamada Akira, a qual estava sendo utilizada como parte de pesquisas de um programa secreto do governo japonês para o desenvolvimento de uma poderosa arma de guerra. Na história do anime, um grupo de jovens pilotos de motos, que poderíamos identificar como uma gangue, liderados por um jovem chamado “Shotaro Kaneda”, se enfrenta com um grupo rival quando um de seus membros, o personagem “Shima Tetsuo”, se depara com uma misteriosa criança de pele azulada.

**Figura 08** – Pôster promocional de “Akira”



Fonte: Adoro Cinema, 2022

O Exército japonês surge, então, juntamente com membros de seu projeto de pesquisas em armas especiais para resgatar a criança azulada que havia escapado das instalações governamentais. Tetsuo é levado para exames de verificação de contaminação por

ter entrado em contato com a estranha criança. A partir de então, Tetsuo é submetido a experiências que demonstram e desenvolvem seu incrível potencial como arma psíquica, potencial este somente equiparado ao de Akira. O problema foi que devido à arrogância e à irresponsabilidade desmedidas do cientista encarregado do projeto de pesquisas com armas especiais, as habilidades de Tetsuo foram evoluídas além do limite controlável pelos homens.

O figurino é um dos objetos na identificação e corporificação do personagem numa narrativa visual, pois carregam valor comunicativo por ser a primeira característica visual transmitida e reconhecida pelo público (VOLPI, 2012, p.292). É dessa forma que os figurinos dos personagens da obra cinematográfica se tornam hodiernamente. O figurino, que é a jaqueta vermelha, do personagem “Kaneda” repercute em diversas imagens promocionais do filme e amplifica a ideia sobre como esse item de vestuário se torna presente, comunicativo e fácil de identificar, trazendo, consigo, o sucesso do poster promocional da animação, que é o personagem indo em direção a sua moto.

### 5.1 A estética da obra “Akira”

Sendo conhecido por sua animação, cada quadro do filme foi composto com uma maior atenção aos detalhes e às cores. Tal ocorrência proporcionou uma riqueza de difícil comparação, em especial devido ao uso de cores saturadas e misturadas com tecnologia. Nesse sentido, um de seus maiores destaques, além da narrativa, é o uso da iluminação ao trazer a aplicação de néon tanto para definir o aspecto visual, com seu brilho colorido, quanto para provocar uma sensação *retrowave*<sup>12</sup>, já que, para Mesquita (2008), a moda, sendo produtora de sentidos, articula-se, também, como linguagem visual. Dessa forma, tal estética ainda representa um significado especial para o gênero *cyberpunk*<sup>13</sup>, com um lado distópico e futurista, que segundo Bonadio (2010), o futurismo, dentro do projeto social e industrial, prioriza uma desordem na estrutura da estética moderna.

---

<sup>12</sup> O *retrowave* é a imersão total aos anos 1980, ganhou mais visibilidade em 2010, no ambiente virtual, onde foi criado. Inspirado principalmente por trilhas sonoras de filmes, videogames e séries de televisão “oldschool”. A estética desse estilo é bem variada, podendo ser voltada para as principais formas de expressão artística dos anos 80 como também para um período tecnologicamente avançado. Fonte: [https://muraldaanapaula.com.br/coluna\\_musical/retrowave-o-genero-que-revive-os-anos-80/](https://muraldaanapaula.com.br/coluna_musical/retrowave-o-genero-que-revive-os-anos-80/) Acesso em: 12/09/2023.

<sup>13</sup> Cyberpunk é um subgênero de ficção científica conhecido pelo foco em alta tecnologia, baixa qualidade de vida e decadência social, os personagens costumam ser marginalizados, solitários e vivem em futuros distópicos, onde a vida diária é impactada pela rápida mudança tecnológica, por uma atmosfera de informação computadorizada e pelas modificações invasivas do corpo humano. Fonte: <https://cineclick.uol.com.br/noticias/entenda-o-que-que-e-cyberpunk-de-blade-runner-a-matrix> Acesso em: 12/09/2023.

**Figura 09** – Cena da animação japonesa “Akira”



Fonte: Adoro Cinema, 2023

A paisagem de Neo Tokyo é uma parte da análise, com foco em sua arquitetura, os cenários da cidade são repletos de arranha-céus imponentes e com uma arquitetura futurista, o que cria uma sensação de grandiosidade e tecnologia avançada. Somos apresentados à localidade por meio de uma sequência futurista de perseguição de motocicleta em alta velocidade pelas enormes interestaduais que percorrem a cidade.

Nas aventuras da gangue pela madrugada, eles passam por construções em andamento quanto mais se afastam do centro da cidade. A abertura do filme mostra flashes do centro da cidade e a variedade de arranha-céus, condomínios, anúncios, letreiros (completos com seus próprios hologramas), favelas menos luxuosas e becos cheios de lixo.

A gangue de Kaneda passa esta sequência perseguindo sua gangue rival de motoqueiros “Os Palhaços”, com a intenção de derrubar os Palhaços de suas motos (por meio de manobras, empunhando pés de cabra, etc.). Quando a polícia aparece, as duas gangues decolam e a câmera faz uma panorâmica para cima, mostrando o conjunto de arquitetura que compõe o centro da cidade de Neo Tokyo.

Assim, enquanto nos apresenta um futuro distópico depois de uma terceira guerra mundial e uma sociedade em crise devido ao período de recuperação pós-guerra, encontramos os problemas e fenômenos que têm enfrentado a civilização humana em todas as sociedades e épocas, bem como crise econômica, superpopulação, marginalização, totalitarismo militar, corrupção e mais uma lista que parece se repetir em toda a vontade de construir uma cidade perfeita.

A obra cinematográfica nos mostra a regulamentação da vida depois de um desastre de dimensões catastróficas. Sobre as ruínas da velha capital nasce uma nova cidade, mais compacta e densificada, cheia de arranha-céus que, em conjunto, parecem formar uma nova torre. Ela se estabelece sobre uma ilha artificial conectada com o resto do território unicamente por longas pontes. Os militares vigiam as ruas noite e dia impondo lei marcial.

Após a grande explosão, a nova capital ergue-se como uma ilha. Protege-se do resto do território devastado, aglomerando grande luxo e prosperidade dentro de si, com o lago em sua volta, além de ser coberta de arranha-céus altamente densificados que se acrescentam conforme vão se aproximando do centro da cidade.

**Figura 10** – Cena da animação japonesa “Akira”



Fonte: Site Dicas Jornalismo Lab, 2022

Em constante crise, a megalópole procura atrair, mediante o turismo, o capital para seu renascimento são vistos também centenas de anúncios e luzes brilhantes pelas suas ruas. A cidade busca criar uma imagem chamativa e universal, dessa forma, por conta do pouco espaço que tem para se habitar, o nível do solo foi colocado em segundo plano para o transporte automotivo ficar apenas nas ruas, é no alto dos edifícios que se desenvolveram as calçadas, os parques e os espaços públicos.

Protegendo-se do exterior, são os próprios edifícios que servem de muralha. E, nos locais mais distantes do centro, enormes tubos desembocam nas águas contaminando o lago que rodeia a cidade. Dessa forma, para o governo da cidade não interessa o desenvolvimento do resto da população, a qual vive marginalizada, sem oportunidades e em condições desumanas de vida.

## 5.2 As influências e as parcerias entre animes e coleções de moda

Essa moda pop tem recebido cada vez mais os olhares dos profissionais de moda por conta das cores e dos estilos presentes nela. Bem como a essa riqueza de informações e ao crescimento desta cultura que várias coleções de moda são inspiradas em um de seus principais produtos pop, o anime.

Segundo Luyten (2005, p. 9) as mídias constituem que “tornaram-se um rápido veículo de divulgação dessa cultura”, bem como marcas como a Lacoste que já usaram o mundo dos mangás para desenvolverem a coleção de outono/inverno de 2013. Estilistas brasileiros não ficam por fora desta lista, Gloria Coelho (Figura 3) e Fause Hatem já tiveram como suas principais inspirações para coleções animes e mangás, fazendo com que a cultura pop se tornasse uma tendência nas passarelas.

**Figura 11** – Desfile do *São Paulo Fashion Week* (SPFW) de 2011 de Gloria Coelho



Fonte: G1, 2022

Além dos estilistas brasileiros, grifes de renomes também participam dessa lista. Na coleção de abril de 2022 aconteceu a *Dolce&Gabbana x Jujutsu Kaisen Special Collection*, uma criatividade que gerou novas sinergias entre arte e estilo. Inspirada no universo único de Jujutsu Kaisen, uma das séries de anime japonesas mais populares, a coleção especial mistura o DNA da grife com a arte do anime e a estética de rua japonesa dos bairros vibrantes e contemporâneos de Tóquio, em particular *Shibuya* e *Harajuku*. O resultado é uma nova forma de beleza onde a excelência da alfaiataria italiana se mistura com a cultura pop<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Segundo Soares (2014), cultura pop é todo conteúdo que se torna popular, ou seja, que cai nas graças do público, e está presente nos mais diversos âmbitos, principalmente no entretenimento, na tecnologia e na moda.

Ilustrado pelo diretor do anime, Sungho Park, as identidades dos personagens da animação são traduzidas em roupas e acessórios distintos, introduzindo uma estética ousada sem gênero por meio de materiais inovadores e técnicas de fabricação. T-shirts de algodão e jersey, sweatshirts e casacos de nylon são personalizados com serigrafia, impressão 3D digitais e ideogramas japoneses para oferecer novos volumes e um apelo contemporâneo.

**Figura 12** – Coleção da *Dolce&Gabbana x Jujutsu Kaisen*



Fonte: Site da Asian Break, 2023

Ademais, outra obra japonesa que foi agraciada com uma collab de uma grife italiana em setembro de 2020 foi One Piece. Os personagens do mangá que conta com mais de 26 anos de história, escrito pelo japonês Eiichiro Oda, assumiram o lançamento do lookbook da Gucci. Segundo José (2019), a história do mangá se concentra em um personagem chamado Monkey D. Luffy que tem uma grande admiração pelo pirata “Shanks, o Ruivo”, a pessoa com quem Luffy cria laços chegando até a ganhar o chapéu de palha do pirata.

O personagem principal sonha em se tornar O Rei dos Piratas, e vive mencionando o bordão “*Kaizoku ou ni ore wa naru*, em tradução livre: “Eu vou me tornar o Rei dos piratas”, mas, para que isso aconteça, Luffy precisa juntar sua tripulação de piratas (denominados “*Nakama*”, que significa “Companheiros” em português) e encontrar o grande tesouro denominado “*One Piece*”.

Oda foi encarregado de criar a capa da coleção “*Fake/Not*” *Fall/Winter* 2020 da casa de moda italiana com sua capa icônica para uma das edições da *Elle Man* da China. Além de enfeitar a capa, os personagens “Monkey D. Luffy” e “Roronoa Zoro” estão vestidos com esmero do lookbook da coleção Gucci.

Os piratas canalizam seus modelos de moda internos, fazendo poses que seguem a linha entre mangá/anime e ícone da alta costura.

**Figura 13** - Collab “*One Piece*” x Gucci



Fonte:

<https://ptanime.com/one-piece-e-gucci-colaboram-para-a-revista-elle-men/><Acesso em 14 de agosto de 2023>

Outrossim, outra grife que ficou conhecida por fazer uma parceria com os animes foi a grife de Manfred Thierry Mugler, que combinou moda, tecnologia, ficção científica e surrealismo no final dos anos 1980 e 1990, revitalizando o mundo da moda. Sua afinidade com a forma feminina era evidente ao longo de seu trabalho, ele transformava mulheres em criaturas de outro mundo. Sua abordagem excêntrica e futurista auxiliou a cultivar algumas das belezas mais estilosas de *Sailor Moon*. Com personagens envoltos em peças estilo Mugler da notável coleção de outono de 1992. Naoko Takeuchi, a mente por trás de *Sailor Moon*, abraçou a alta costura enquanto criava um universo empoderador para meninas.

**Figura 14** – Mugler x “*Sailor Moon*”



Fonte: Site PAPER, 2022

A influência de Mugler no anime abrange até o perfume e o cabelo de Karen Mulder na sua coleção de outono de 1992 . Seu *best-seller Angel 'Eau de Parfum'* com Amy Wesson inspirou uma capa de Vento Aureo.

Outra parceria foi da grife espanhola Loewe com o filme japonês “O Castelo Animado”. De acordo com Danko (2004), baseado no romance de 1986 de mesmo nome, a obra inicia com a protagonista “Sophie”, que, certo dia quando saiu para visitar sua irmã “Lettie” e acaba se deparando com o mago “Howl”. Esse encontro atrai a atenção da “Bruxa das Terras Devastadas”, que lança um feitiço sobre Sophie, e a transforma numa velha. Esta então decide sair de casa para encontrar um modo de quebrar a maldição e então chega ao castelo animado do mago Howl.

Lá ela encontra o demônio de fogo “Calcifer” que propõe quebrar seu feitiço desde que ela quebre o contrato que o prende ao mago. “O Castelo Animado” foi uma das criações favoritas de Hayao Miyazaki, diretor da obra, e um dos filmes de maior sucesso comercial da história japonesa. O enredo é baseado no romance homônimo de Diana Wynne Jones, contando a história de lealdade e compaixão em um cenário de magia, tecnologia imponente e os efeitos destrutivos da guerra.

**Figura 15** - Loewe x Castelo Animado



Fonte: Site RLS50, 2023

Os personagens criados pelo diretor do estúdio *Ghibli*<sup>15</sup> Hayao Miyazaki estampam bolsas, camisas, pijamas, camisetas e outros acessórios. A coleção tem edição limitada, de acordo com a revista americana *Variety*, e começou a ser vendida no site oficial da Loewe em fevereiro de 2023. As peças da coleção trazem os principais personagens do filme animado, como Calcifer (demônio do fogo), Sophie, Hin (cachorro) e, claro, o feiticeiro Howl, protagonista da animação.

**Figura 16** - Loewe x Castelo Animado

---

<sup>15</sup> Segundo Miyazaki (1996), o nome *Ghibli* é oriundo do italiano que designa um vento caloroso e forte que sopra do Saara. A escolha do nome se deu pelo desejo dos criadores do estúdio, que desejavam que suas animações fossem um sopro quente e impactante para aqueles que a assistissem. Outrossim, homenageando as paixões de Miyazaki pela aviação e a Itália, o termo também faz referência ao modelo do avião de reconhecimento italiano usado durante a Segunda Guerra Mundial.



Fonte: Site RLS50, 2023

Miyazaki, além de ter suas memórias de infância diretamente ligadas à guerra, vivenciou sua juventude durante o auge das revistas de mangá. Esse período também foi marcado pela ascensão de Tezuka na indústria, e, ao fim do seu período escolar, Hayao entrou em contato com o filme *Hakujaden* (1958), dirigido por Taiji Yabushita. A obra impactou em sua escolha de ingressar posteriormente na indústria do entretenimento, despertando nele o desejo de criar algo único e inovador, distante do que já era visto em revistas e filmes da época (Miyazaki, 2016).

## 6 A ANIMAÇÃO AKIRA PRESENTE NAS COLEÇÕES DE MODA

Após toda a introdução de como animes influenciam nas coleções de moda e podem preencher seus lugares nas grandes passarelas de moda, é possível iniciar a análise de como *Akira* já inspirou várias marcas de moda atualmente, bem como *Undercover* e *Kenzo*, e, especialmente, marcas de *streetwear*. Marcas como *Comme des Garçons* já venderam uma linha de bolsas inspiradas na animação do filme, em 2013. Já no mundo do *streetwear*, a Supreme lançou, em 2017, uma coleção com desenhos de mangás originais e, em 2019, Loewe juntou-se ao autor de *Akira*, Otomo, para criar itens do vestuário da grife espanhola.

### 6.1 *Comme Des Garçons* X AKIRA

De acordo com Alvares (2021), a *Comme des Garçons* é uma marca de moda japonesa fundada em Tóquio por Rei Kawakubo em 1973, e seu nome se traduz "como os meninos", do francês. Ela ficou famosa a partir dos anos 1980, na França, juntamente com Issey Miyake, Yohji Yamamoto e ficaram popularmente conhecidos pelas roupas não-convencionais para os padrões da época.

Considerada uma revolução no ramo da moda, os japoneses questionaram conceitos de beleza e forma de vestir, propondo uma nova maneira de produzir roupas, a partir de “*shapes*”<sup>16</sup> e fabricação de tecidos inovadores.

**Figura 17-** Logo da grife *Comme Des Garçons*



Fonte: Gazeta do Povo, 2023

<sup>16</sup> (...) termo muito utilizado na moda e significa, literalmente, “forma”. Ele é utilizado para definir as linhas de uma modelagem, que pode ser na linha H (tubinho), na linha Y (ombros mais largos) e na linha A (trapézio), de acordo com HESS (2020).

Rei Kawakubo desconstruía suas roupas, sendo uma das precursoras do pauperismo na moda, que se caracteriza por roupas rasgadas, sobreposições e cores escuras, que eram geralmente associadas a moradores de rua. Como uma das poucas mulheres presentes nesse movimento, e pela sua formação em filosofia, arte e literatura, é por muitos associada a esse diferente olhar do vestir e, conseqüentemente, à condição da mulher de se vestir, ainda segundo Alvares (2021).

**Figura 18** - Homenagem da marca no MET Gala de 2017



Fonte: Blog Etiqueta Única, 2023

A *Comme des Garçons* colaborou com o criador da animação, Katsuhiro Ôtomo, e a editora *Nobrow*, em sua última temporada. Eles trabalharam na arte de *mash-up* para os catálogos de mala direta Primavera/Verão 2013 da grife. A cada ano, a empresa sediada em Tóquio destaca um artista em particular, escolhendo o autor do mangá Otomo e sua série seminal “Akira” no ano de 2013.

**Figura 19** – *Comme Des Garçons* x Akira



Fonte: Site Archive, 2022

“*Comme des Garçons* nos procurou para perguntar se eles poderiam fazer uma espécie de mash-up de alguns dos trabalhos de nossas primeiras edições da revista *Nobrow* com o trabalho de Otomo”, disse o co-fundador e editor da *Nobrow*, Sam Arthur, ao “*The Beat*”, segundo Rodrigues (2015). O catálogo Primavera/Verão de 2013 mostra os personagens do autor, “Shōtarō Kaneda” e “Kei”, na capa em uma imagem familiar aos fãs de quadrinhos, e no centro a criança no trono dentro do estádio que se passa no final do filme. Desenhada pela fundadora da marca, Rei Kawakubo, a publicação mostra a arte de *Akira* de Otomo em uma série de colagens montadas e coloridas pela própria estilista Kawakubo, ainda segundo Rodrigues (2015).

**Figura 20** - Cena final de *Akira*



Fonte:

<https://velesvoid.tumblr.com/post/190934398553/akira-vol-4-cover-katsuhiro-otomo-delete><Acesso em 29 de novembro de 2023>

## 6.2 Supreme X AKIRA

Supreme nasceu como uma marca de roupas fundada por James Jebbia em abril de 1994, na cidade de Nova Iorque. Atualmente, pode defini-la como uma empresa que vende um estilo de vida, ampliando seu nicho de produtos a muito mais do que apenas roupas. Sua fundação tem raízes fortes na cultura do skateboard, *hip hop*, *punk rock*, e no cenário *underground* em geral. Para amantes da moda, é impossível falar sobre moda de Nova Iorque sem citar a Supreme. Como curiosidade, o logo da marca, um retângulo vermelho com o nome escrito em branco utilizando a fonte *Futura Heavy Oblique*, foi inspirado na arte de Barbara Kruger, segundo Highxtar (2017).

A marca é conhecida mundialmente por uma lista de colaborações com empresas gigantes como Nike, Air Jordan, Vans, *The North Face*, Hanes, Playboy, Levi's e *Comme des Garçons*. Em 2017, em um dos momentos da marca, Louis Vuitton realizou um desfile onde uma colaboração entre as duas marcas foi revelada, confirmando rumores (VICE, 2016).

**Figura 21** – Supreme x Akira



Fonte: Globo.com, 2023

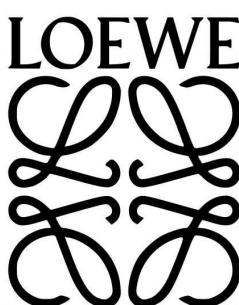
Os fãs são apresentados a vários produtos que expõem as obras originais da série de mangás, que, entre os itens de vestuário, incluem jaquetas de trabalho, macacões, blusas de manga comprida jacquard, blusa de futebol e moletoms com capuz. A coleção da Supreme x Akira ficou disponível na loja online e nos locais físicos da Supreme em 2017, nas cidades de Nova Iorque, Los Angeles, Londres e Paris.

### **6.3 Loewe x AKIRA**

Comentada anteriormente e adquirida pelo grupo LVMH<sup>17</sup> em 1996, a grife Loewe foi fundada em Madrid no ano de 1846 por uma dupla de artesãos que confeccionavam artigos de couro e camurça. Loewe tem o nome de origem germânica que significa “leão”, e só foi escolhido em 1872, com a chegada do mercante alemão Enrique Loewe Roessberg, que juntou aos fundadores originais e batizou o negócio com o seu sobrenome, segundo Scaraboto (2006). Os produtos conquistaram o coração da realeza local e, em 1905, a Loewe recebeu o selo de fabricante oficial da coroa real espanhola. Assim, com o tempo, famosos se tornaram clientes, bem como Ernest Hemingway, Ava Gardner, Sophia Loren e Marlene Dietrich.

Logo depois, a primeira coleção *prêt-à-porter* foi lançada em 1965 e a expansão mundial iniciou via Londres em 1969, mas a década de 1970 foi a mais decisiva, trazendo elementos cruciais para a marca, começando pela logo desenhado por Vicente Vela, o anagrama de quatro "Ls" entrelaçados que é usado até hoje.

**Figura 22** - Logo da grife Loewe



Fonte: Site da LVMH, 2023

Ainda segundo Scaraboto (2006), a virada ocorreu em 2013 com Jonathan Anderson sendo o diretor criativo, e focando na qualidade artesanal incomparável e honrando o espírito espanhol, o estilista irlandês introduziu coleções masculinas, relançou modelos antigos e injetou frescor nas criações. A estratégia inclui produtos tradicionais apresentados de formas criativas e modernas ao lado de designs que viralizam, mas que não esquecem dos códigos fundamentais da grife.

---

<sup>17</sup> De acordo com Geargeoura (1997), LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton S.A.) é o maior conglomerado de luxo francês especializada em artigos de luxo. Foi formado pelas fusões dos grupos Moët et Chandon e Hennessy e, posteriormente, do grupo resultante com a Louis Vuitton.

Em 2019, mais uma *collab*<sup>18</sup> entre uma grife e o diretor da animação de Akira, Katsuhiro Ôtomo, foi apresentada para o público. Ôtomo criou uma nova estampa que foi sublimada em tecidos planos para serem feitos casacos e calças para os consumidores da marca, a estampa apresenta vários personagens da gangue “Os Palhaços” em vários quadros espalhados pela roupa, retratados na obra cinematográfica com a cor da jaqueta do personagem “Kaneda”, o “vermelho Akira”.

**Figura 23** - *Collab Loewe x Akira*



Fonte: Site da GQ, 2022

A grife vendeu as peças da collab em suas lojas de Tóquio, Milão, Zurique, Xangai e Dubai. Em conclusão, foi possível entender e analisar as influências que a obra cinematográfica trouxe para as coleções de moda, sejam elas itens do vestuário ou acessórios. Assim, novamente segundo Sato (2007), por conta da disseminação dos mangás e dos animes no mundo, a cultura nipônica pôde ser propagada e tais coleções puderam usar a obra como instrumento de inspiração, criando assim, coleções que foram difundidas em todo o mundo.

---

<sup>18</sup> “Collab”, de acordo com Carvalho (2020), é uma abreviação do termo em inglês “*collaboration*”, que significa “colaboração” em português. É um conceito amplamente utilizado para descrever parcerias ou colaborações estabelecidas entre indivíduos, empresas ou artistas com o objetivo de trabalhar juntos em um projeto específico.

## 7 CONCLUSÃO

Os desenhos animados têm sido uma parte considerável do entretenimento e do lazer na indústria cultural, desde o seu surgimento até a sua consolidação. Com esses avanços tecnológicos e criativos, as animações se tornaram capazes de entregar diferentes experiências, proporcionando entretenimento e escapismo para um público cada vez mais amplo e diversificado.

Ao longo do tempo, cada país desenvolveu suas próprias produções culturais nos desenhos animados, refletindo aspectos sociais, econômicos e culturais específicos. Essa diversidade de produções contribuiu para a uma gama de variedades, que em razão da globalização, ultrapassaram as barreiras geográficas e foram exportados para diferentes países, deixando de serem restritos apenas aos seus países de origem. Assim, a partir da disseminação internacional, pessoas de diversas culturas puderam ter acesso a diferentes estilos, narrativas e perspectivas presentes nos desenhos animados.

O Brasil não foi exceção. Ao fim da década de 1960, como foi dito anteriormente, os animes, desenhos animados de origem japonesa, invadiram a programação brasileira das emissoras televisivas, a novidade e o fácil acesso a esse tipo de conteúdo resultou numa extrema aceitação do público, culminando na fidelização de fãs de todas as idades. Além disso, essa influência cultural das animações japonesas no Brasil não se restringiu apenas às televisões, estendendo-se a outras mídias como quadrinhos, filmes e eventos temáticos. É neste contexto de prospecção cultural, em que ocorreu um maior investimento para trazer mais obras nipônicas para as televisões, eventos e cinemas brasileiros. Como resultado desse movimento, em 9 de agosto de 1991, foi lançada a animação “*Akira*”.

Tal obra foi responsável por consolidar o nome do filme na mente dos consumidores brasileiros de anime. No entanto, para criar uma conexão com o público e permitir uma imersão nesse mundo onde o real e o imaginário se entrelaçam são necessários certos elementos. A narrativa por si só não é capaz de transportar o espectador para esse universo onde figuras imaginárias se tornam reais e palpáveis. Logo, elementos, como trilha e efeitos sonoros, bem como, elementos visuais, incluindo cenários, efeitos especiais e, principalmente, os personagens da história, os figurinos darão apoio para o enredo e para a sua estética.

Paralelamente a isso, a todo momento um contingente da moda vai se estendendo cada vez mais, e, dessa forma, os estilistas procuram eternizar e contemplar também outros artistas dentro do meio artístico, bem como Rei Kawakubo, que, em 2013, fez uma collab com o

diretor de Akira, Katsuhiro Ôtomo. Por isso, a proposta do trabalho teve como objetivo a análise da obra cinematográfica “Akira” e a sua inspiração para as coleções de moda. Por tantos outros caminhos que esses dois meios se entrelaçam, a moda e as animações japonesas já apresentaram diversas coleções em conjunto, e, foi por meio deste trabalho que foram explicadas a influência da animação “Akira” para a concretização de tais coleções. Para tanto, foi necessário um embasamento teórico para conhecer um pouco sobre essa cultura pop japonesa e suas influências culturais disseminadas pelo mundo.

Dessa forma, foi apresentado sobre o contexto histórico de tais elementos culturais, e como surgiram as primeiras animações japonesas. Além disso, este trabalho apresentou também sobre a estética japonesa, e o consumo midiático do Japão, bem como tal cultura foi propagada e como ela chegou até o Brasil. Outrossim, foi discutido também como os animes e os mangás foram utilizados como inspiração em coleções de moda hodiernamente, além das parcerias que tiveram em marcas e grifes por todo o mundo. A seguir, é explicado sobre a estética da obra Akira, e como seus figurinos e sua linguagem visual contribuíram para a difusão da animação. Finalmente, foram analisadas coleções que fizeram da obra de Otomo um instrumento de inspiração, como a da *Comme Des Garçons* de 2013 que fez uma linha inteira de bolsas com os elementos da obra, a coleção da *Supreme* em 2017 que fez peças voltadas para o streetwear, e a coleção da *Loewe* em 2019, que fez peças em alfaiataria sublimadas com os personagens da obra nas roupas. Logo, foi possível concluir que o estudo em profundidade para um tema de animações japonesas revela-se de extrema importância, já que promove a necessária coerência da mesma.

## REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6022: **artigo em publicação periódica técnica e/ou científica: apresentação**. 2. ed. Rio de Janeiro, 2018.
- ALVARES, Elisa. **Comme Des Garçons**: Projeto de fixação da marca a partir de um espaço efêmero. Uberlândia, 2021
- BASTOS, Cleverson Leite; KELLER, Vicente. **Aprendendo a aprender**: introdução à metodologia científica. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.
- BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BONADIO, Maria Claudia. **Moda e conhecimento**: interfaces com as ciências humanas e comunicação. São Paulo: IARA - Revista de moda, cultura e arte, 2010.
- CARVALHAL, André. **A moda imita a vida**: como construir uma marca de moda. 1ª ed. – São Paulo: Paralela, 2020.
- FIGUEIREDO, N.M.A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 2ª ed. São Caetano do Sul, São Paulo, Yendis Editora, 2007.
- GEARGEOURA, L. J. **Marketing para Bens de Luxo**. Um estudo exploratório no setor de objetos de viagem, couro e acessórios de moda – o caso Louis Vuitton, Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1997.
- GORGATTI, Eliana Cristina de Alvarenga Saraiva. **A influência da cultura japonesa através dos desenhos animados: animês culturais ou fruto da cultura de massa?**. Revista SulAmericana de Filosofia e Educação.
- GRAVETT, Paul. **Mangá**: como o Japão reinventou os quadrinhos. São Paulo: Conrad Editora Brasil, 2006.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: Como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo, Editora: G. Gili, 2014.

HESS, Francieli. **O que é shape? Definição do termo na moda + diferentes modelagens.** Fashion Bubbles, 2020.

HIGHXTAR. **Barbara Kruger Performs A Fake Supreme.** 2017.

LAKATOS, Eva Maria; DE ANDRADE MARCONI, Marina. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 2001.

LUYTEN, Sônia M Bibe. **Cultura pop japonesa:** mangá e animê. Sônia M. Bibe Luyten (Org.). São Paulo: Hedra, 2005.

MESQUITA, Cristiane. **Ziguezague:** moda e arte. Rio de Janeiro: dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 2008.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade.** 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIYAZAKI, Hayao. **Starting Point: 1979-1996.** San Francisco: VIZ Media, 1996.

MIYAZAKI, Hayao. **Turning Point: 1997-2008.** San Francisco: VIZ Media, 2016.

MUNIZ, Rosane. **Vestindo os nus:** o figurino em cena. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

NAGADO, Alexandre. **Almanaque da Cultura Pop Japonesa.** São Paulo: Via Lettera, 2007.

SATO, Cristina A. **Japop:** o poder da cultura pop japonesa. São Paulo: NSP – Hakkosha, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000 p. 73-102.

BROWN, T. Steven. **Cyberpunk de Tóquio:** pós-humanismo na cultura visual japonesa. Oregon, USA: Palgrave MacMillan, 2010.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa.** Petrópolis, Vozes, 2007.

RODRIGUES, Isadora. **A arte de Rei Kawakubo:** diálogos entre a moda e arte no universo Comme Des Garçons. Santa Catarina: Revista Udesc, 2015.

ROZENBERG, **Paula**. **Mudanças nos eventos de animê brasileiros:** da cultura pop japonesa à cultura pop mundial. Rio de Janeiro, RJ, 2016.

SATO, Cristiane A. **Japop:** o poder da cultura pop japonesa. São Paulo: NSPHAKKOSHA, ed. e promoções, 2007.

SCARABOTO, D. Zilles. **Pequenos Luxos, Grandes Prazeres:** Significado do Consumo e Valores dos Consumidores de Joalheria e Vestuário de Luxo, Anais do II EMA – Encontro de Marketing da ANPAD, CD-ROM, DEA/FEA/USP, Rio de Janeiro, 2006.

SCHAUMLÖFFEL, Marina. **A identificação de elementos do design nos figurinos de David Bowie.** Novo Hamburgo: 2016.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre a cultura pop. Rio de Janeiro: Logos, 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Biblioteca Universitária. **Guia de normalização de trabalhos acadêmicos da Universidade Federal do Ceará.** Fortaleza, 2017.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VICE. **Supreme de A a Z.** 2016.

<http://www.klickeducacao.com.br/conteudo/pagina/0,6313,POR-1307-10082-,00.html>

<https://www.pinterest.pt/pin/115123334216771957/>

<https://mubi.com/fr/films/momotaro-the-sea-eagle>

<https://g1.globo.com/pop-arte/spfw/inverno-2011/noticia/2011/02/pokemon>

<inspira-desfile-de-gloria-coelho-na-spfw.html>

<https://www.pinterest.pt/pin/595741856966569464/>

<https://muraldaanapaula.com.br/coluna-musical/retrowave-o-genero-que-revive-os-anos-80/>

<https://cineclick.uol.com.br/noticias/entenda-o-que-que-e-cyberpunk-deblade-runner-a-matrix>

<https://velesvoid.tumblr.com/post/190934398553/akira-vol-4-cover-katsuhiro-otomo-delete>