

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA

ISABELLA FORMOZINHO DE SÁ GUSMÃO

Ishiy: um catálogo inspirado nos filmes do Studio Ghibli

JUIZ DE FORA

2025

Juiz de Fora

2025

Isabella Formozinho de Sá Gusmão

Ishiy: um catálogo inspirado nos filmes do Studio Ghibli

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof.º Mestre Anirã Marina de Aguiar

Juiz de Fora

2025

Gusmão, Isabella Formozinho de Sá.

Ishiy: um catálogo inspirado nos filmes do Studio Ghibli / Isabella Formozinho de Sá Gusmão. -- 2025.

98 f. : il.

Orientador: Anirã Marina de Aguiar

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2025.

1. Moda. 2. Catálogo. 3. Studio Ghibli. 4. Anime. 5. Streetwear. I. Aguiar, Anirã Marina de, orient. II. Título.

Isabella Formozinho de Sá Gusmão

Ishiy: um catálogo inspirado nos filmes do Studio Ghibli

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 10 de 03 de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.º Mestre Anirã Marina de Aguiar – Orientador Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof.ª Dra. Isabela Monken
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof.^a Mestre Marcelle Lopes
Fundação Getulio Vargas

Dedico este trabalho à minha família, meus amigos e a todos que me ajudaram durante o processo de sua criação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, que sempre estiveram e ainda estão ao meu lado ao longo de todos esses anos. Vocês sempre foram exemplos para mim, oferecendo o melhor de si de maneiras distintas, conversando comigo, me amparando e me proporcionando a liberdade necessária para que eu pudesse ser quem sou. Muito obrigada. Aos meus irmãos, que também sempre me auxiliam em momentos de estresse e estão ao meu lado em qualquer circunstância, agradeço imensamente. Vocês são grandes exemplos e sempre me incentivam a dar o meu melhor.

Aos meus amigos, sou profundamente grata por lidarem com meus momentos de pânico, especialmente à Clara. Você está ao meu lado há 11 anos, sempre me ajudando, aconselhando ou até me corrigindo. Mesmo durante a faculdade ou quando enfrentei dificuldades, sua presença foi constante e forte. Neste trabalho, também me deu valiosas dicas, opiniões e me auxiliou nos desenhos que precisei. Agradeço do fundo do meu coração.

Agradeço também ao meu orientador, Anirã Marina de Aguiar. Você chegou como professor substituto, e isso, de maneira alguma, diminui o quanto você me ajudou e se empenhou durante a produção deste trabalho. Devo grande parte do que ele representa a você. Obrigada por me acalmar, pelo carinho, por ter feito o impossível e ter dado realmente o seu melhor no curto tempo em que nos conhecemos. Todos vocês foram imprescindíveis para a realização deste trabalho.

RESUMO

A partir da análise dos filmes de animação japoneses (animês) do Hayao Miyazaki, diretor e co-proprietário do Studio Ghibli, em especial as obras *Nausicaã do Vale do Vento* e *A viagem de Chihiro*, esse trabalho traz o catálogo de moda Ishiy baseado no *Miyazakiworld*, seus personagens e estética, inspirando-se também na subcultura do *streetwear*. Para tanto, esse trabalho apresenta uma pesquisa teórica que analisa o contexto do surgimento dos animes, como se desenvolveram e tornaram-se globais. Analisando também as obras do diretor, contextualizando suas produções e elucidando o significado de certos símbolos utilizados por Miyazaki, serão utilizadas não somente as filmografias como fontes, mas também textos teóricos e artigos. Por fim, há uma análise também sobre o *streetwear*, trazendo referências para embasar a estética do catálogo, para então seguir com a sua produção.

Palavras-chave: Moda. Catálogo. Studio Ghibli. Anime. Streetwear. Moda de rua.

ABSTRACT

Based on an analysis of the animated Japanese (anime) movies of Hayao Miyazaki, director and co-owner of Studio Ghibli, especially in the animations of *Nausicaä of the Valley of the Wind* and *Spirited Away*, this study presents the Ishiy fashion catalog inspired by *Miyazakiworld*, its characters, and aesthetics, while also drawing inspiration from the streetwear subculture. To this end, this work presents a theoretical research which analyzes the context of the commencement of anime, how it was developed and how it became global. Additionally to scrutinizing the director's works, it contextualizes his productions and elucidates the meaning of specific symbols employed by him, utilizing not only his filmography as a source but also, theoretical texts and articles. Finally, there is also an analysis of streetwear, offering references to support the aesthetic of the catalog, and subsequently moving forward with its production.

Key words: Fashion. Catalog. Studio Ghibli. Anime. Streetwear. Street fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Kosode feminino (Era Edo).....	16
Figura 2 - Kosode masculino (Era Edo).....	16
Figura 3 - Parte superior do conjunto samurai hitatare (Era Edo).....	16
Figura 4 - Parte inferior conjunto samurai hitatare (Era Edo).....	17
Figura 5 - Imperatriz Nakago e Imperador Akihito em seu casamento (1959).....	17
Figura 6 - ‘South Wind, Clear Sky (Gaifū kaisei)’, também conhecido como ‘Red Fuji’, da série ‘As 36 vistas do Monte Fuji’ — Katsushika Hokusai (1760-1849).....	19
Figura 7 - Fragmentos da primeira tela de um ‘Chōjū Giga’ ou ‘Choju-Jinbutsu-Giga’	20
Figura 8 - Cena de “Panda e a Serpente Mágica” (1958).....	22
Figura 9 - Capa da apresentação de Takarazuka no Teatro Municipal de São Paulo (1978)....	23
Figura 10 - Capa do mangá <i>A rosa de versalhes</i> (1972).....	23
Figura 11 - Astro Boy, 1963.....	23
Figura 12 - Miyazaki em frente ao seu estúdio, 2021.....	26
Figura 13 - Satsuki de Meu amigo Totoro.....	28
Figura 14 - Princesa Mononoke defendendo sua “casa”.....	28
Figura 15 - Apocalipse em ‘Nausicaã do Vale do Vento’ (1984).....	30
Figura 16 - Capa do mangá.....	31
Figura 17 - Capa do filme.....	32
Figura 18 - Fukai.....	33
Figura 19 - Ohmu.....	33
Figura 20 - Nausicaã como messias.....	35
Figura 21 - Capa de A Viagem de Chihiro (2001).....	37
Figura 22 - Pais se transformam em porcos.....	39
Figura 23 - Espírito fedorento.....	40
Figura 24 - Sem Rosto.....	40
Figura 25 - Sem Rosto descontrolado.....	41
Figura 26 - O pacífico trem.....	42
Figura 27 - Camisa estampa “World Tour” da Stüssy.....	44

Figura 28 - Lolita.....	47
Figura 29 - Lolita gótica.....	47
Figura 30 - Estilo decora.....	48
Figura 31 - Kogals.....	48
Figura 32 - Estética cyberpunk.....	49
Figura 33 - Estética cybergoth.....	49
Figura 34 - Fairy Kei.....	50
Figura 35 - Camisa estilo Otaku Zoro (One Piece).....	51
Figura 36 - Bolsa Otaku fashion (Sailor Moon).....	51
Figura 37 - Coleção Loewe com Studio Ghibli (O castelo Animado).....	52
Figura 38 - Colab. MSCHF com Astro boy.....	52
Figura 39 - Coleção cápsula Lacoste L!IVE (2013) inspirado em Astro Boy.....	53
Figura 40 - Capa Ishiy.....	57
Figura 41 - Prancha de inspirações pro design do catálogo.....	58
Figura 42 - Prancha de público-alvo.....	60
Figura 43 - Tendência de tecidos outono/inverno 2024.....	62
Figura 44 - Prancha de tendência de cor outono/inverno 2024.....	63
Figura 45 - Prancha de Inspiração dos croquis.....	66
Figura 46 - Prancha Streetwear.....	67
Figura 47 - Croqui 1 rascunho.....	68
Figura 48 - Croqui 2 rascunho.....	68
Figura 49 - Croqui 3 rascunho.....	69
Figura 50 - Croqui 4 rascunho.....	69
Figura 51 - Croqui 5 rascunho.....	70
Figura 52 - Croqui 6 rascunho.....	70
Figura 53 - Croqui 7 rascunho.....	71
Figura 54 - Croqui 8 rascunho.....	71

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 UM BREVE PRELÚDIO AO JAPÃO.....	14
3 ANIME.....	18
4 HAYAO MIYAZAKI.....	25
4.1 NAUSICAÄ DO VALE DO VENTO.....	31
4.2 A VIAGEM DE CHIHIRO.....	36
5 A MODA DO STREETWEAR.....	43
5.1 INTERSECÇÕES ENTRE ANIME E MODA.....	45
6 CATÁLOGO DE MODA.....	53
6.1 IDENTIDADE VISUAL.....	55
6.2 PÚBLICO-ALVO.....	59
7 PESQUISA DE TENDÊNCIA.....	61
8 DESENVOLVIMENTO DO CATÁLOGO DE MODA.....	64
8.1 DESENVOLVIMENTO DOS CROQUIS.....	65
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	72
REFERÊNCIAS.....	74

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho compreende uma análise da animação japonesa chamada anime, mais especificamente de dois filmes produzidos pelo estúdio de animação japonês Ghibli: *Nausicaä do Vale do Vento* (1984) e *A Viagem de Chihiro* (2001), dirigidos por Hayao Miyazaki, a fim de produzir o catálogo de moda. Além do interesse pessoal em animações e fantasia, a escolha desse tema se deu pela memória do primeiro *anime* de longa-metragem assistido, e esse sentimento de um tempo que não há mais retorno (*yearn*), combinado com o nome da autora, deu origem ao catálogo *Ishiy*.

O filme foi justamente o protagonizado por Chihiro, seguido pelo gradual conhecimento e encantamento com o chamado *Miyazakiworld* — termo usado para falar sobre o universo criado por ele em suas animações (Napier, 2019) —, e também pela decepção devido à falta de opções e de estilos de roupas inspirados nessa estética nipônica. Logo, o intuito deste catálogo é apresentar esse universo e essas duas obras, por meio de ilustrações e breves textos, além de demonstrações de possíveis roupas por meio de croquis estilizados, utilizando-se do *streetwear* com o objetivo de trazer não apenas um vestuário com uma estampa centralizada para expressar as obras, conforme o usual nas produções voltadas ao público do anime, mas também detalhes como na própria modelagem ou até mesmo nos adereços.

Para tanto, busca-se um embasamento teórico por meio de uma pesquisa descritiva, utilizando-se de bibliografias, textos acadêmicos, artigos e livros que abordam o tema, como *Japop: o poder da cultura japonesa*, de Cristiane Sato (2007), *A moda e o seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*, de Diana Crane (2009), *Japanese Animation: East Asian Perspective*, organizado por Masao Yokota e Tze-yue Hu (2013), *Imagens urbanas: diálogos entre moda, sujeito e cidade*, de Márlon Calzas (2010), *Diálogos entre moda e rua: Teddy Boys: de subcultura a cultura de massa*, de Máira Zimmermann (2012), *Miyazakiworld: A Life in Art*, de Susan Napier (2019), e as autobiografias de Hayao Miyazaki, *Starting Point: 1979-1996* (2014) e *Turning Point: 1997-2008* (2021).

A priori, é introduzida brevemente a história do Japão. Tratando-se de um país com mais de mil anos de existência, busca-se abordar apenas alguns pontos importantes de sua história que refletiram na cultura pop japonesa e, conseqüentemente, em sua animação. A partir desse entendimento, o terceiro capítulo discorre sobre a temática do anime. Nele, serão apresentadas suas raízes, abordando sua inspiração na cultura ocidental, principalmente dos

Estados Unidos, e a transformação que ocorre a partir da adaptação da indústria ocidental aos padrões orientais. Dessa forma, sendo “ (...) ocidentalizado na forma, mas nipônico no conteúdo.” (Sato, 2007, p. 15).

No quarto capítulo, apresenta-se Hayao Miyazaki, com o objetivo de entender um pouco mais sobre as obras do seu estúdio. Em seguida, os filmes *Nausicaä do Vale do Vento* (1984) e *A Viagem de Chihiro* (2001) são introduzidos, apresentando as narrativas das obras e apontando seu potencial expressivo para o desenvolvimento do catálogo. Diante disso, é importante falar sobre o streetwear, o estilo em que o catálogo é inspirado. Aborda-se um pouco sobre a história dessa estética e sua progressão, como ela utiliza símbolos imagéticos, tanto de logos de marcas renomadas de forma ilegal, quanto de animes, para representar seu movimento de contracultura até ser absorvida pelo mercado e tornar-se tendência.

O catálogo de moda é iniciado no sexto capítulo. Sendo um meio de disseminação de informações (Vailati, 2014), ele será utilizado neste trabalho principalmente como um meio imagético conceitual, por meio de ilustrações e croquis inspirados nas cores, personagens e atmosfera do Studio Ghibli, transformando suas páginas. Para a sua produção, houve o desenvolvimento de uma identidade visual e segmentação de público, que são a fundação do design de qualquer produto. Seguindo essa linha, o sétimo capítulo aborda a pesquisa de tendências, que foi realizada para entender esse público-alvo, com as pranchas imagéticas resultando dessa pesquisa.

Por fim, no capítulo seguinte, as ideias do catálogo começam a tomar forma. O design do produto é estabelecido, tendo uma estética que alude aos mangás, desenvolvendo-se por meio da alternância entre balões e imagens. Esse é o capítulo em que, pranchas de temas, de estética e os rascunhos dos croquis são apresentados, com o objetivo de demonstrar como foram desenvolvidas os croquis oficiais posteriormente no próprio catálogo, o qual reúne toda a pesquisa teórica e imagética, buscando mostrar um fragmento do que foi expandido aqui nesse trabalho e nos filmes do Studio Ghibli.

2 UM BREVE PRELÚDIO AO JAPÃO

Para se falar de anime, primeiro deve-se conhecer um pouco da história do Japão. Este capítulo abordará de forma breve alguns momentos importantes da história do país que determinam sua relação com a cultura, influenciando a evolução do anime/mangá.

O Japão é um país de tradições milenares, no qual seu povo ficou isolado por quase 1.500 anos devido ao fato de ser uma ilha e à sua localização geográfica. Conhecido por sua

cultura do chá e do kimono, sofreu poucas influências externas, além da chinesa, que, assim como a especialista em cultura nipônica Cristiane Sato (2007, p. 14), menciona:

A longa história do Japão demonstra curiosamente que os japoneses sempre foram receptivos a influências externas. Foi assim, por exemplo, que a própria escrita japonesa tornou-se o que é hoje, mistura caracteres criados no país (o hiragana e o katakana) com ideogramas “importados” da China (o kanji).

O Japão teve seu primeiro contato com nações ocidentais no século XVI, com comerciantes portugueses e espanhóis chegando ao país e iniciando um período de trocas comerciais. Porém, já no século seguinte, o país se isola, fechando suas portas para o mundo externo durante 250 anos, o que marca o início da Era Edo (1603-1853). Nesse período, ocorria a prática do xogunato (regime feudal governado por um xogum), uma era em que o país teve um grande investimento e desenvolvimento tanto econômica quanto culturalmente, visando à sua reconstrução. O xogum, então, promove a expulsão dos estrangeiros, a perseguição dos cristãos e o fechamento de seus portos a todos os navios, exceto chineses e holandeses. O país moderniza-se com a agricultura à base de arroz, desenvolve a construção civil e movimentos culturais aparecem, com suas técnicas e estéticas se aperfeiçoando. Assim, sendo um momento em que características próprias são desenvolvidas, a indumentária japonesa se manteve sem muita influência externa.

O traje típico japonês era o kimono, que, segundo Cristiane Sato, tem a tradução literal de “coisa de vestir, roupa”, sendo, então, na realidade, a palavra que descreve roupa e não esse traje específico, como foi entendido pelos estrangeiros. Apesar disso, o kimono passa a expressar de forma genérica as diversas vestes típicas japonesas.

A estética do vestuário da Era Edo é também uma enorme profusão de estampas e cores: quanto mais, melhor. Numa entrevista dada em 2005 à NHK, o estilista Kansai Yamamoto explicou que na Era Edo usavam-se no mínimo 8 cores diferentes num só quimono, e que o visual *street fashion* adolescente usado por jovens japoneses nos últimos anos, numa aparentemente confusa sobreposição de peças e descoordenada mistura de cores e texturas, nada mais é a transferência da antiga estética Edo para blusas, saias, camisas e calças, ou seja, para roupas de estrutura ocidental (Sato, 2007, p. 204).

Figura 1 - *Kosode*
femino (Era Edo)



Fonte: E-museum

Figura 2 - *Kosode* masculino
(Era Edo)



Fonte: E-museum

Figura 3 - Parte superior do conjunto samurai *hitatare* (Era Edo)



Fonte: British Museum

Figura 4 - Parte inferior conjunto samurai *hitatare* (Era Edo)



Fonte: British Museum

Figura 5 - Imperatriz Nakago e Imperador Akihito em seu casamento (1959)



Fonte: Coisas do Japão

Como veremos adiante, ao abrir suas fronteiras, o Japão recebe fortes influências da cultura ocidental, que se misturam à base sólida construída por sua tradição nos seus anos de isolamento.

3 ANIME

O termo anime significa literalmente "animação", porém só foi usado a partir de 1950, sendo a forma contraída como os japoneses escrevem a palavra em inglês (animation). Até então, eram usados ambos os termos *manga-eiga* (filme de quadrinhos) e *dōga* (imagens que se movem) para falar sobre animações do mundo (Clements, 2013, p. 1). Essa terminologia é usada pelos japoneses da mesma forma em que mangá (história em quadrinhos japonesa) é utilizada para se referir à animação no geral, não apenas às provenientes do próprio país. Entretanto, no exterior, ambas são usadas para se referir a produções japonesas.

A história desse estilo de animação marcou um século em 2017. O anime pioneiro foi um curta-metragem feito por Oten Shimokawa em 1917, chamado *A história do zelador Mukuzo Imokawa* [Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki]. Essas animações de curta-metragem eram feitas utilizando técnicas variadas, inspirando-se nas ocidentais, que já estavam sendo exibidas, havendo várias animações experimentais nos primeiros anos da animação japonesa. Em 1921, surge o primeiro estúdio do Japão especializado em animação, Kitayama Eiga Seisakujo (Kitayama Film Studio) (Nobuyuki, 2013).

O anime geralmente tem um material no qual a história se baseia, e esse é o mangá. Atualmente, tem-se um ou outro que são originais; porém, em sua maioria, o mangá é usado não só como material de inspiração para a produção de um anime, como também, e principalmente, como um material de adaptação. Os quadrinhos japoneses aparecem do contato com os do ocidente, que teve como um dos pioneiros "Sr. Vieux-Bois" em 1827, produzido por Rudolph Dirks. Ele também introduziu ao universo dos quadrinhos características que hoje são consideradas típicas do gênero, como o uso dos balões e do elenco montado em quadros.

A palavra mangá é constituída por dois kanji (ideograma japonês): *man* (humor, algo não sério) e *gá* (imagem, desenho), termo creditado a Katsushika Hokusai (1760-1849), um artista japonês do gênero *ukiyo-e*. Neste gênero, originário também do Japão, produziam-se gravuras em madeira em uma técnica semelhante à xilogravura, geralmente retratando pessoas mundanas, cenas de teatro e, posteriormente, surgindo temas históricos e paisagens, com a técnica sendo aperfeiçoada. Katsushika teve como sua obra mais famosa o *Fugaku Sanjūrokkei* (As 36 vistas do Monte Fuji), do gênero *ukiyo-e* que, segundo Sônia B. Luyten

(apud Guglinski, 2011), era em sua essência muito parecido com HQs: divertido, vivaz, contemporâneo (para a época, XVIII-XIX) e barato. Apesar disso, essa coleção não pode ser considerada uma história em quadrinhos, uma vez que:

[...] as Hokusai *Mangá* ainda não eram exatamente HQs, pois, não possuíam duas características essenciais para que pudessem ser definidas como tal: não havia onomatopeias e textos em balões. Mas foi o sucesso dessas ilustrações que tornaram a expressão *mangá* sinônimo de “desenho humorístico” para os japoneses do século XIX (SATO, 2007, p. 59).

Figura 6 - ‘South Wind, Clear Sky (Gaifū kaisei)’, também conhecido como ‘Red Fuji’, da série ‘As 36 vistas do Monte Fuji’ — Katsushika Hokusai (1760-1849)



Fonte: Google Arts and Culture

Estabelecida a origem do nome mangá, suas raízes provêm de uma época ainda anterior, na Era Edo (1603-1868), com o *emakimono*. Este é um distinto tipo de pintura japonesa; apesar disso, encontram-se precedentes na pintura chinesa, a qual buscava tornar as escrituras budistas acessíveis, em pergaminhos enrolados (handscroll), significando literalmente "rolagem de imagem". O *emakimono* é considerado como um ancestral do anime/mangá, ou mesmo precursor.

Figura 7 - Fragmentos da primeira tela de um 'Chōjū Giga' ou 'Choju-Jinbutsu-Giga'



Fonte: Google Arts and Culture

No *emakimono*, o artista arranja e estrutura a ordem da pintura, usualmente de paisagens, formando uma obra de sequência muito reverenciada, sendo considerado por teóricos japoneses como “[...] uma forma de pintura em que os acontecimentos e os eventos são expressos por meio do ato de ilustrar” (Chow, 2013, p. 189, tradução própria), em que o olhar do espectador é guiado pela mudança da posição da pintura, podendo ser assimilado ao filme, no qual este é guiado pelo movimento da câmera, formando, então, uma experiência de narrativa baseada numa localização.

Isso é expresso na própria narrativa japonesa. Segundo uma comparação realizada por Scott McCloud entre mangá e quadrinhos americanos, o primeiro é estatisticamente melhor em se utilizar de diferentes tipos de transições, demonstrando estar acostumado com histórias não-lineares, com diversos pontos de vista, visto de forma mais clara nas animações (Chow, 2013, p. 191).

É interessante notar que o Japão foi forçado a abrir seus portos em 1853 por embarcações americanas, desencadeando o fim do xogunato e, em seu lugar, começa um Império governado pelo imperador Mutsuhito Tenno, iniciando, assim, a Era Meiji (1868-1912), também chamada de governo esclarecido. Essa era é marcada por grandes mudanças, não só políticas e econômicas como também culturais, e o cotidiano da população passa por mudanças drásticas, uma vez que a ocidentalização é impulsionada pelo governo a fim de se tornarem uma “nação civilizada” e evitarem uma colonização. A partir dessa época, a moda passa a refletir esses processos, simultâneos à urbanização das cidades. O mangá, nesse contexto, foi se constituindo por meio de referências ocidentais, através da influência de revistas como *The Japan Punch* (1862) e *Tōbaé* (1887). Em 1902, é publicada a primeira

história em quadrinhos propriamente dita japonesa: *Tagosaku to Mokubee no Tokyo kenbutsu*, traduzida como ‘Togosaku e Mokubee passeiam em Tóquio’, de Rakuten Kitazawa, o qual é posteriormente reconhecido internacionalmente (1929) como o primeiro mangaká (desenhista de quadrinho, hoje reconhecido como artista no Japão). Assim, Paul Gravett (apud Araujo, 2014, p. 33) afirma:

Na verdade, o mangá poderia jamais ter nascido se a longa herança cultural japonesa não tivesse sido violentamente sacudida pelo fluxo de desenhos, caricaturas, tiras de jornal e quadrinhos ocidentais. Negar isso é reescrever a história. O mangá nasceu do encontro do Oriente com o Ocidente, do velho com o novo, ou, como outro slogan da modernização do século XIX colocou, foi um caso de *wakon yosai* — “espírito japonês, aprendizado ocidental”.

A partir desse momento, diversos mangás são criados, consolidando cada vez mais o seu estilo. Nas revistas e jornais, personagens estrangeiros começam a aparecer junto dos japoneses, dividindo espaço com personagens clássicos como Popeye, Mickey, Pato Donald, Pateta e Betty Boop. Porém, com a Segunda Guerra Sino-Japonesa em 1933 e a Segunda Guerra Mundial, ocorreu uma forte censura por meio da “Lei da Preservação da Paz”, que legalizou a intimidação e prisão de desenhistas considerados subversivos ou que não fizessem parte da associação do governo chamada *Shin Nippon Mangá-ka Kyōkai*, criada na década de 1940, que funcionava como propaganda militar do governo japonês.

O período pós-guerra foi marcado por excitação e mobilidade pela modernidade, impulsionando novas identidades que traçavam caminhos bem distintos do conservadorismo de seus antecessores. Ao serem influenciados, assim como o resto do mundo, pelos Estados Unidos, a era do consumo atinge o Japão. Em meio a isso, a carência de recursos financeiros impossibilitou a produção de animações até 1958 e, com a ocupação dos EUA no país, levando a influência americana a se espalhar, as HQs e as animações vêm com força, fazendo muito sucesso e estimulando a produção de mangás.

Apesar de ter sido lançado em 1937, só em 1950 o filme *Branca de Neve e os Sete Anões* foi disponibilizado no Japão, e assim como outras animações da Disney, tornou-se um modelo de referência para os animadores locais. O Japão então cria sua própria forma de entretenimento, usando a cultura americana como um molde; daí surge o pop nipônico. Este movimento está diretamente ligado ao desenvolvimento de comunicação de massas e à cultura de massa — fabricada a partir dos processos industriais de produção.

Em 1958, tem-se a produção da primeira animação de longa-metragem do Japão e a primeira colorida do Japão desde a guerra: *Panda e a Serpente Mágica* [Hakujaden], de 1958.

Foi o primeiro lançamento da Tōei Animation, um estúdio fundado em 1956 que se tornaria muito renomado posteriormente, mas que na época desejava se tornar a “Disney do Leste”. Uma animação de longa-metragem e em cores foi posta em cartaz nos cinemas japoneses. Posteriormente, seria esse o estúdio que traria à vida animações muito famosas como *Dragon Ball* e *Sailor Moon* (Nobuyuki, 2013).

Figura 8 - Cena de “Panda e a Serpente Mágica” (1958)



Fonte: Mangatom

Osamu Tezuka¹ revoluciona a indústria do anime e dos quadrinhos japoneses. Sob influência dos desenhos da Disney e do cinema, produziu sua primeira obra, *Shin Takarajima* (1946), baseada no clássico livro de Robert Louis Stevenson, *A Ilha do Tesouro* (1833), trazendo heroínas com olhos grandes e brilhantes, com cílios destacados, meio andrógenas (inspiradas nas atrizes da Ópera Takarazuka, que usavam maquiagem forte e olhos marcantes), inúmeras páginas e narrativa cinematográfica. Tudo isso é considerado atualmente um clássico das obras da época e dos fundamentos do mangá moderno. Segundo Cristiane Sato (2007, p. 129), “Personagens de olhos grandes e brilhantes, magros e com cabelos espetados, tornaram-se comuns tanto nos mangás femininos quanto nos masculinos, e tal estilo de desenho tornou-se um sinônimo de estilo hoje classificado como ‘japonês’ no exterior.” Por isso, Osamu Tezuka é considerado o “Deus do mangá”.

¹ Nascido em 1926 em Osaka em uma família de classe média, entrou na faculdade de medicina sob o desejo idealista de salvar vidas durante momentos de guerra e violência, porém ao mesmo tempo já publicava seus quadrinhos em jornais. Após o fim da guerra, Tezuka resolve se tornar desenhista, escrevendo histórias recheadas de humanidade, fantasia e mensagens otimistas, posteriormente ele passa a ser considerado o “divisor de águas” da história do mangá e do anime.

Figura 9 - Capa do programa da apresentação de *Takarazuka* no Teatro Municipal de São Paulo, (1978)



Fonte: Cultura japonesa

Figura 10 - Capa do mangá *A Rosa de Versalhes* (1972)



Fonte: Cultura japonesa

Em 1963, Tezuka lança sua primeira série animada japonesa, dando início à indústria do anime televisivo, semanal. *Tetsuwan Atomu*, traduzido no Ocidente como *Astro Boy* foi uma animação inspirada em seu mangá de maior sucesso, produzido por sua própria companhia, a Mushi Production (estabelecida em 1961).

Figura 11 - Astro Boy, 1963



Fonte: Tezuka Osamu

Suas diretrizes de produção² se tornaram um modelo para as produtoras. O sucesso estrondoso da série levou outras produtoras a criar seus próprios trabalhos, criando uma diversidade próspera de séries de animação para a TV. Todavia, novamente, a Mushi

² O diretor se propõe a produzir uma série televisiva animada baseada em uma de suas obras; com episódios de em média 30 minutos, diminuindo rigorosamente o número de desenhos a fim de poder manejar prazos curtos e um curto orçamento. Seriam produzidas mercadorias dos personagens principais e o saldo líquido iria ser usado para financiar outras produções. (Nobuyuki, 2013)

Productions fez uma inovação, lançando, em 1965, a primeira série animada em cores do Japão, *Jungle Taitei (Kimba, o Leão Branco)*, criando mais uma vez um padrão a ser seguido pelas produtoras, ao utilizar cores vivas e contrastantes e ao fazer uma abertura sequenciada com um videoclipe musical.

Paralelamente ao longo das décadas de 1950 e 1960 as subculturas começam a surgir entre os jovens. O jovem, como se sabe, é alguém que está constantemente tentando se definir, redefinir e pertencer, em uma transformação contínua. A identidade, então, transforma-se em uma “celebração móvel” que é formada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou confrontados pelas culturas alheias (Hall, 2006). Nos Estados Unidos, a juventude procura definir sua identidade por meio de produtos e símbolos materiais da indústria cultural, como músicas, roupas e filmes. Esse interesse crescente transformou os jovens no principal alvo do setor industrial, impulsionando a criação de um mercado voltado ao lazer.

A cultura de consumo, por sua vez, é fortalecida e amplamente difundida pelos meios de comunicação e mídias. No Japão, isso é desenvolvido por meio de um movimento auxiliado pelo governo, que se propõe a divulgar o Japão como um ícone de tecnologia, entretenimento, arte, música e cultura contemporânea, com mangás, animes e videogames. Deste modo, os movimentos jovens surgem e tornam-se os maiores alvos da cultura do consumo, movimentando, por sua volatilidade, a relação entre a produção de contracultura e a mercantilização de seus estilos de vida. As subculturas japonesas são exóticas, principalmente quando comparadas às do Ocidente. A mais importante para este trabalho é a dos otakus.

Os *otakus* (nerds) são conhecedores fanáticos de algum assunto, torcedores alucinados de algum esporte, maníacos por coleções, fãs doentes de *tokusatsu* (filmes de monstros e heróis), animes e mangás, geralmente possuem dificuldades de relacionamento social (Sato, 2007, p. 58).

É um termo que, originalmente, definia fãs que idolatravam obsessivamente algo a ponto de se isolarem do mundo e viverem no próprio universo. Contudo, foi transformado em um termo usado, ao menos no Ocidente, para identificar um grupo que é apenas fã, geralmente de mangás e animes, porém não mais necessariamente associado à isolamento ou mesmo à idolatria.

Na década de 1990, em meio ao caos com a quebra da bolsa de valores (primeiro em 1985 e depois em 1990) e às já existentes dificuldades financeiras do Japão, o anime se popularizou e internacionalizou, revitalizando a economia do país. Através da animação japonesa com *Dragon Ball*, *Saint Seiya* (Cavaleiros do Zodíaco), *Yu Yu Hakusho* e *Sailor*

Moon, pessoas de todo o globo passaram a conhecer a estética e a cultura japonesa, ganhando fãs fiéis não só nos animes, como também nos mangás, e essa cultura pop se espalhou pelo mundo.

O anime é, então, consolidado por meio de referências externas miscigenadas a própria cultura, tornando-se um veículo de disseminação de informação da cultura japonesa (Sato apud Ramos, 2022). Sendo assim; o fato das mulheres serem retratadas de forma mais idealizada e sexualizada não é surpreendente. Tal retração é vista principalmente em obras voltadas para o público masculino jovem e também adulto, respectivamente chamados de *shōnen* e *seinen* em que as mulheres são personagens unidimensionais invocando fragilidade, dependência, submissão e sensualidade.

Isso é visto em grandes animes como *Naruto* (2002) e *One Piece* (1999). No primeiro, as mulheres são têm todo seu potencial de força ignorado em prol do protagonista, constantemente precisando de salvação servindo como ferramentas de desenvolvimento da história, não sendo um personagem realmente bem trabalhado. Já em *One Piece*, o aspecto físico das mulheres são bem evidenciados, suas vestes mudam em cada arco com roupas que destacam as características sexuais de seu corpo ampulheta.

A crise asiática ocorreu em 1997, e o país se voltou para a cultura pop, uma vez que sua exportação cultural (composta de quadrinhos, desenhos animados e jogos) estava prosperando em valores consideráveis. Vale acrescentar que o anime não se restringe apenas à animação. Ele é utilizado em comerciais, designs de jogos, *merchandising* (como bonecos colecionáveis, colares, brincos, roupas), e *anisongs* (trilhas sonoras de animes que geralmente tocam durante a abertura ou o encerramento). Tudo isso compõe o mercado em torno do anime, além de alavancar a economia, auxiliando ainda mais na popularização e globalização da animação japonesa.

4 HAYAO MIYAZAKI

Hayao Miyazaki é um diretor, artista, autor de mangá e co-proprietário do Studio Ghibli. Dirige filmes desde 1978, tendo se aposentado em algumas ocasiões, mas retornado várias vezes à direção, totalizando mais de 11 filmes. É considerado um dos grandes nomes da animação japonesa atualmente, com o seu estúdio já tendo ganhado 9 importantes prêmios: 3 do *Animage Grand Prix*, 4 ganharam um prêmio nacional da Academia de Animação Japonesa e 2 *Oscars*, sendo que seus filmes concorreram à estatueta outras sete vezes. É importante destacar que nem todos os filmes do estúdio são dirigidos por Hayao, porém todos os referenciados neste capítulo são.

Figura 12 - Miyazaki em frente ao seu estúdio, 2021



Fonte: The New York Times Style Magazine

O renomado Miyazaki é, segundo a Napier (2019), considerado um *auteur*. Ou seja, um diretor cuja experiência, influência pessoal e visão artística são tão fortes que transparecem em todos os seus filmes, deixando uma marca registrada e oferecendo uma experiência cinematográfica única.

Hayao nasceu em 1941, na cidade de Utsunomiya, em meio à guerra. Sua família vivia muito bem: era dona de uma fábrica que produzia peças de motor para os aviões *Mitsubishi Zero*, possuía uma grande casa com jardins e até acesso a mercadorias raras como a gasolina. Tal participação na guerra e a prosperidade de sua família traziam grande culpa ao diretor, levando-o a refletir a ambiguidade que sentia a essa situação em suas obras, como na dicotomia gerada pela evolução da tecnologia.

A arte do Miyazaki surgiu, em parte, dos destroços da Segunda Guerra Mundial. Diversos elementos devem ser acoplados a fim de se criar um gênio — família, infância, educação, cultura. Certamente outro elemento possível, é o trauma: feridas físicas que nunca cicatrizam. (...) é necessário processar e transcender a dor, e criar um mundo alternativo leva esse processo um passo adiante (Napier, 2019, p. 4, tradução própria)³.

Na autobiografia do diretor intitulada *Starting point: 1979-1996* (Miyazaki, 2014), ele afirma não acreditar ter algum trauma específico, mas sim que todos têm feridas emocionais e suas formas de lidar com isso, a sua sendo imergir e criar fantasias. Segundo ele, perseverar é

³ “Miyazaki’s art arose, in part, out of the ashes of World War II. Many elements must come together to create genius — family, childhood, education, culture. Surely another element may be trauma: physical wounds that never heal. (...) needs to process and transcend pain, creating an alternative world takes that sprcess one step further.”

fundamental e o diretor mostra isso em suas obras: a perseverança, resistência e a aceitação são temáticas recorrentes em seus filmes.

Em 1945, sua cidade natal, Utsunomiya, foi bombardeada. Intrigantemente, não foi o bombardeio que o marcou, mesmo que ainda se lembre de ver sua rua queimando, mas sim o que ocorreu enquanto evacuavam. Apesar de sua memória não poder ser totalmente confiável para com a veracidade, uma vez que ele tinha apenas quatro anos, isso não tira o peso e o trauma do que ele parece lembrar: a rua queimando no meio da noite, sua família tentando fugir com um carro abastecido de gasolina da empresa de seu tio, e ele recorda de ver uma mulher carregando uma criança (mãe e filha) implorando para deixá-la entrar no carro, porém é ignorada com o carro só seguindo em frente.

De acordo com Napier (2019), essa é uma memória que afetou o diretor. Um dos seus pesares foi não ter pedido para sua família parar o carro, mas ele reconhece que é irreal pedir isso de uma criança de quatro anos. Esse é um dos motivos dos personagens principais em seus filmes serem em sua maioria crianças idealizadas. Elas assumem grandes responsabilidades, consideradas até adultas e carregam grandes fardo. Com isso, ela alega:

No *Miyazakiworld*, crianças se tornam indivíduos mais dinâmicos e responsáveis. Essas crianças carregam fardos e servem como guias, não somente para seus companheiros, mas também para a audiência do diretor. Os impulsos utópicos do Miyazaki têm um de seus principais fundamentos: a noção da infância como um espaço de inocência, liberdade e conexão (Napier, 2019, p. 14, tradução própria)⁴.

Segundo a autora supracitada, o fardo carregado do ponto de vista de uma criança o alivia. Por mais que, no universo criado por Hayao, elas sejam o agente de mudança, há uma sinceridade inexplicavelmente palpável. Elas passam por muitas dificuldades, tomam grandes incumbências e sofrem, mas, ao aguentarem e persistirem, transcendem. Essas responsabilidades podem variar desde ter de cuidar da casa (arrumar, cozinhar...) como a Satsuki faz em *Meu vizinho Totoro* até a de defender seu lar da destruição (a floresta), como em *Princesa Mononoke*(1997).

⁴ “In Miyazakizworld little children become more dynamic, responsible individuals. These children shoulder burdens and serve as a guide, not only to their fellow characters but to Miyazaki’s general audience. His utopian impulses have one of their main foundations: the notion of childhood as a space of innocence, freedom and connection.”

Figura 13 - Satsuki de *Meu amigo Totoro*

Fonte: Studio Ghibli

Figura 14 - Princesa Mononoke defendendo sua “casa”



Fonte: Studio Ghibli

Hayao Miyazaki, como representado nas figuras acima, retrata mulheres muito diferentes entre si: desde guerreiras a bruxas, bruxas a mães, idosas a crianças. Algo em comum entre todas elas é o fato de não necessitarem da salvação de um homem e nem dependerem dele para serem definidas enquanto personagens. As mulheres de Miyazaki são independentes que têm seus próprios objetivos e apresentam muitas dimensões. Não precisam de um salvador, mas sim de companheiros que as apoiem, estabelecendo relações mútuas e muitas vezes platônicas que fazem parte de seu crescimento, uma vez que muitos dos seus personagens são crianças/adolescentes (Ramos, 2022). Sendo assim, o diretor é alguém que tem muito cuidado em não sexualizar seus personagens ou mesmo usar do romance como

objetivo principal, o que não só foge da trama padrão da indústria e popular dos filmes da Disney, como também cria narrativas que valorizam a mulher e a representam de maneira realista.

Essa valorização da figura feminina e a relação entre os personagens são um dos grandes motivos da escolha desse estúdio para a realização deste trabalho. Em específico, *Nausicãa do Vale do Vento* (1984) foi o escolhido não por ser o primeiro filme do estúdio, mas sim por ter sido uma obra que representou o caminho que o diretor tomaria em relação às mulheres. Seu papel como heroína, sua feminilidade e força foram revolucionários à época e continuam sendo muito contemporâneos. *A viagem de Chihiro* (2002), já representa a mulher em outro espectro, sendo uma garota normal que passa por grandes desafios com a ajuda de seus companheiros, havendo aqui também o reforço de que ela não precisa de salvação, mas sim é quem vai salvar tanto seus pais quanto seu amigo. Essas obras, apesar de terem similaridades são, na realidade, dicotômicas. Essa dicotomia gritante entre essas duas obras de sucesso, não só pelos assuntos tratados, mas também pelo esquema de paleta de cores e os sentimentos que essas obras transmitem, as fez obras perfeitas para demonstrar um pouco do *Miyazakiworld*.

Os autores e diretores nos quais o diretor se espelha até hoje são, na maioria, ocidentais, tendo uma grande admiração pelas paisagens europeias, suas ruínas e construções celtas. Essa admiração influenciou diretamente seus trabalhos, havendo um reflexo direto dos mencionados acima. Da mesma forma, o fato de esses autores terem lutado contra doenças físicas/mentais também é refletido. Nota-se isso em alguns de seus personagens masculinos que carregam maldições, como o *O castelo animado* (2004) que teve seu coração aprisionado em troca de poder, e o Haku de *A viagem de Chihiro* (2001) que está preso a Yubaba.

Mas Haku não é humano, e sim o deus do rio. Não só ele, mas há também outro personagem no mesmo filme que é um espírito do rio e, devido à poluição, transformou-se em um espírito fedorento, significando não só os problemas ambientais, mas também a poluição espiritual que o diretor viu no Japão no final do século XX, com uma obsessão cada vez maior pelo consumo. Essa é uma das várias referências nos filmes do diretor para com o xintoísmo.

O xintoísmo é uma religião animista do Japão. Trata-se de um conjunto de crenças populares e práticas de povos originários que viam o mundo como reinado por espíritos e por deuses (*kami*) os quais estariam presentes em árvores, pedras e na sua conexão com os seres humanos. Considerando os elementos do cotidiano e até mesmo da natureza como sagrados e importantes, traz consigo uma reverência à natureza. Em um lugar como o Japão, que passou por tantos terremotos e tsunamis, essa reverência leva, segundo Napier (2019), a uma visão

japonesa chamada “*imagination of disaster*” (imaginação do desastre) a qual está fundamentalmente ligada a uma visão pessimista sobre o mundo. Essa visão é muito bem retratada pelo diretor, expressando, de forma paradoxal, a beleza no desastre em vários de seus filmes ao mostrar ruínas de batalhas, destruição generalizada e, por fim, suas consequências em um cenário pós-apocalíptico como em *Nausicaä do Vale do Vento* de 1984, ao mesmo tempo que há um respeito intrínseco com que a natureza é tratada.

Figura 15 - Apocalipse em ‘Nausicaä do Vale do Vento’ (1984)



Fonte: Studio Ghibli

O filme *O Panda e a Serpente Mágica* dirigido pela Tōei, mencionado no capítulo anterior (figura 8), foi sua maior influência enquanto jovem adulto, fazendo Hayao se voltar para a animação. Começou a trabalhar com animação aos 22 anos (1966) na Tōei, que foi o lugar que o ensinou tudo. Foi onde aprendeu a dar vidas às suas criações, aperfeiçoando-se em diversas técnicas, e onde encontrou o Isao Takahata, que se tornaria co-fundador do Studio Ghibli.

Só em 1985 o Studio Ghibli foi criado, apesar disso, o diretor já havia trazido alguns longa-metragens dirigidos por ele. Seu primeiro longa foi *O castelo Cagliostro* (1978), uma animação fluída que desafia as leis da gravidade. Em 1984 é lançado *Nausicaä do Vale do Vento*, considerado o primeiro filme do Studio Ghibli⁵, é o filme que possibilitou a fundação do estúdio.

⁵ Apesar de não saber o motivo do *O castelo Cagliostro* não fazer parte da filmografia do Studio Ghibli (possivelmente por direito autoral), é constatado em seu site oficial *Nausicaä do Vale do Vento* como o seu primeiro filme. Disponível em: <<https://studioghlibli.com.br/filmografia/>>. Acesso em: set. 2024.

4.1 NAUSICAÄ DO VALE DO VENTO

Lançado em 1984 pelo estúdio Topcraft, onde Miyazaki trabalhava, baseado no mangá de mesmo nome de autoria própria. O diretor publicou o quadrinho em 1982, tendo apenas dois volumes quando foi sugerido realizar uma produção cinematográfica. A obra se passa no século XXX em um mundo pós-apocalíptico que incorpora seres humanos e não humanos em suas relações políticas, a ganância do homem, confrontos épicos e até mesmo a figura de um messias. O filme tem como protagonista a Nausicaä, a princesa do Vale do Vento e seu amigo esquilo Teto, em um ambiente que parece querer destruir os poucos humanos que restaram.

Figura 16 - Capa do mangá



Fonte: Editora JBC

Figura 17 - Capa do filme



Fonte: Studio Ghibli

Após duas catástrofes atingirem o mundo (a Guerra das Cerâmicas e os Setes Dias de Fogo), a maioria do ecossistema e da civilização foram destruídos, surgindo daí o *fukai*⁶, uma floresta tóxica e sombria, que vai se espalhando pela terra matando a humanidade por meio do miasma⁷, uma forma de névoa que sufoca os pulmões e endurece os membros. A floresta é animada predominantemente em tons de azul e roxo, com ocasionais toques vermelhos, o que traz uma sensação de alteridade ao *fukai* — segundo Neves (2017), alteridade é a natureza ou condição do outro, do que é distinto:

[...] em qualquer indicação acerca da sua natureza, nomeadamente humana, podendo designar um qualquer “outro” que não humano –, no contexto de uma pluralidade ou “diversidade”, como “um de dois”, assim o entendendo como “diferente” perante o igual, e numa relação de “oposição” face à identidade (Neves, 2017, p. 71).

Ou seja, os formatos orgânicos em conjunto com sua paleta trazem uma estranheza e uma beleza que emergem, dando luz ao não pertencimento, representado pelos únicos seres que parecem sobreviver a esse miasma mortal, os *Ohmus*, insetos gigantes.

⁶ Traduzido no Brasil para ou “Mar da Corrupção” ou “Mar da Podridão”.

⁷ E também dos esporos de plantas, uma vez que crescendo nesse lugar tóxico, ele também apresenta e espalha essas toxinas.

Figura 18 - Fukai



Fonte: Studio Ghibli

Figura 19 - Ohmu



Fonte: Studio Ghibli

Inspirado em *Dune* (1965) do Frank Herbert, nota-se uma semelhança entre o Ohmu com o verme da areia (*sandworm*), e *The Long Afternoon of Earth* (1962) do Brian Aldiss. Esta se dá pelo fato de ambas as obras abordarem a temática de humanos tentando sobreviver em um mundo dominado por plantas e insetos gigantes.

Durante o filme, além do desenvolvimento incrível e natural do imaginário do universo tratado em *Nausicaã*, percebem-se claros indicativos do xintoísmo. O diretor até

ganhou posteriormente um título⁸ devido à forma como maneja as conexões entre humano e não-humano, em um ecossistema bem-pensado e estruturado em camadas.

[...] Ohmu é uma palavra baseada tanto na pronúncia japonesa da palavra inglesa “worm” (popularizado por Frank Herbert em sua ficção popular épica *Dune* com os seus vermes de areia) quanto na palavra sagrada budista “Om”. Os Ohmus são entidades majestosas, a primeira de várias criações estranhas e memoráveis a virem da mente fértil do Miyazaki, [...] (Napier, 2019, p. 73, tradução própria)⁹.

O Ohmu é o verdadeiro habitante desse cenário, uma vez que não é afetado pelo miasma, não é um ser plano como normalmente se pensa em insetos. Ele tem dimensão, tem sentimentos, tem memórias e poder, tanto físico, visto em seu tamanho, quanto mental e é por meio deste que a história se desenvolve.

Como mencionado, a Nausicaã é a princesa do Vale do Vento e, mesmo em um contexto distópico e com os perigos do miasma, ela sente uma conexão com essa natureza e até mesmo um certo conforto.

O vento que sopra sobre ela é ambos seu inimigo e seu agente. Os esporos são tóxicos e podem destruir qualquer ser humano que não use uma máscara, porém o vento é também o seu aliado, dado que ele a carrega em seu planador de volta para o Vale do Vento. É o vento que mantém o vale limpo e seu desaparecimento repentino e subsequente reaparecimento no final do filme sinaliza outro tipo de ressurreição, o da própria natureza (Napier, 2019, p. 80, tradução própria)¹⁰.

É válido lembrar que apesar de ser comum atualmente, em 1984 eram raras as protagonistas femininas, especialmente com a complexidade de Nausicaã. Na obra, Miyazaki mistura atributos convencionalmente femininos como o amor maternal da personagem e sua compaixão, com uma vontade de ferro ao ativamente se envolver e engajar nos problemas e na ação — algo convencionalmente atribuído, principalmente na época no Japão, ao masculino. Ela é, então, uma protagonista forte a qual emana grande poder de decisão, o que pavimentava o caminho para suas próximas personagens femininas, que, em sua maioria, serão as principais.

⁸ Título de diretor ambientalista, dado à artistas que são especialmente sensíveis aos estresses ambientais capaz de expressá-lo e demonstrar as conexões entre humanos e não-humanos (Napier, 2019)

⁹ “(...) Ohmu, a word based both on the Japanese pronunciation of the English word for “worm” (popularized by the sandworms of Frank Herbert’s popular science fiction epic *Dune*) and on the Buddhist sacred word “Om”. The Ohmu are majestic and mysterious entities, the first of many strange and memorable creations to come from Miyazaki’s fertile mind, (...)”

¹⁰ “The wind that blows spores over her is both her enemy and her agent. The spores are toxic and can destroy any human who does not wear a mask, but the wind is also her helper, since it will carry her in her glider back to the Valley of the Wind. It is the wind that keeps the valley clean and its sudden disappearance and subsequent reappearance at the movie’s end signals another kind of resurrection, that of nature itself.”

Figura 20 - Nausicä como messias



Fonte: Studio Ghibli

Assim, esta é uma obra de profunda complexidade e inovação, sendo exploradas temáticas como a sobrevivência e a harmonia por meio da relação entre seres humanos e a natureza ameaçadora do *fukai*. A figura central, Nausicaä, não é só uma personificação da conexão intrínseca entre o humano e o não-humano, mas também uma representação de uma força feminina avançada para a época, desafiando as convenções tradicionais com sua combinação de compaixão e bravura.

A obra se destaca tanto pela riqueza estética quanto pela riqueza simbólica, refletindo influências literárias e uma abordagem xintoísta que enriquece sua narrativa. O conceito de Ohmus, com sua majestade e profundidade, simboliza a resistência e a complexidade do ecossistema, enquanto a evolução da personagem de Nausicaä oferece uma representação mais diversificada e empoderada das mulheres no cinema. *Nausicaä do Vale do Vento* não é apenas um marco na filmografia de Miyazaki, mas também um exemplar atemporal de como a animação pode explorar e expressar questões complexas e universais, como a relação entre humanidade e natureza. Através da personagem *Nausicaä*, Miyazaki apresenta uma figura de força, empatia e coragem que, ao lidar com um mundo devastado, demonstra uma visão profunda e sensível sobre as consequências das ações humanas.

Logo, a temática ambiental, essencialmente presente na obra, ganha uma relevância ainda mais contundente nos dias atuais, em que o desmatamento desenfreado, a poluição e os impactos das mudanças climáticas continuam a ameaçar nosso planeta. O filme se torna,

portanto, não apenas uma crítica ao comportamento humano em relação à natureza, mas também um lembrete urgente da necessidade de preservação e harmonia com o meio ambiente. Assim, *Nausicaä do Vale do Vento* transcende seu tempo, permanecendo como um farol de reflexão e inspiração para as gerações presentes e futuras, que ainda enfrentam os desafios que a obra tão claramente anteviu.

4.2 A VIAGEM DE CHIHIRO

A viagem de Chihiro foi lançada em 2001 e foi um *megahit*. O filme alcançou o público no exterior e o conquistou, tornando-se assim o seu primeiro filme a ganhar o *Oscar* de melhor filme de animação (2003) e a primeira animação de língua estrangeira a vencer essa categoria. Foi também co-vencedor¹¹ do *Urso de Ouro* no Festival de Berlim (2002). Em 2016, após consulta a mais de 170 analistas do cinema ao redor do mundo, foi eleito pela BBC o quarto melhor filme do século XXI, o segundo melhor filme do século XXI, segundo o jornal do *The New York Times* (2017) e se encontra na lista compilada pelo British Film Institute.

¹¹ Dividiu o prêmio com o drama histórico “Domingo Sangrento” (2002), dirigido por: Paul Greengrass, James Nesbitt e Tim Pigott-Smith.

Figura 21 - Capa de A Viagem de Chihiro (2001)



Fonte: Studio Ghibli

Possivelmente, o sucesso se deve ao fato do diretor ter feito da personagem principal uma “garota completamente ordinária”¹², gerando uma grande identificação mundialmente. Em um momento onde ser especial e ter poderes mágicos estavam em alta no Japão, o diretor resolveu trazer como personagem principal uma criança inicialmente comum, que vai se desenvolvendo e amadurecendo ao longo da história, o que a insere em um gênero muito trabalhado pelo diretor: o *coming of age*, tratando-se justamente de obras de crescimento pessoal (Napier, 2019).

O filme nasceu em meio a uma época turbulenta no estúdio: Miyazaki havia se demitido em 1998, mas uma semana depois retornou devido à morte do “diretor herdeiro” (que lideraria o Studio Ghibli) e com isso o estúdio estava um caos, refletido no filme. Não por ser um filme desorganizado, mas sim por se passar em um ambiente onde diversas coisas estão acontecendo ao mesmo tempo, trazendo uma intensidade e uma riqueza de imagem e de criatividade que o faz ser considerado um dos melhores filmes.

¹² Segundo o próprio diretor (Napier, 2019)

A premissa do filme é bem diferente de *Nausicaä*, não tendo o mesmo ar sombrio. A história se inicia com Chihiro, uma criança de 10 anos, em um carro extremamente lotado — faz referência a cultura do consumo que o Japão vivia na época e Miyazaki repudiava. A personagem está de mudança junto de seus pais, mas ao se perderem acabam se deparando com um túnel que lançará sobre eles um feitiço. Assim, Chihiro deve fazer de tudo para resgatá-los. É dessa cena, logo no início, que sai o *slogan* do filme: “Do outro lado do túnel, havia uma misteriosa e esplendorosa (*fushigi*)¹³ aldeia.” (Napier, 2019, p. 197), o que sugere, de fato, a ideia geral do filme.

O longa é uma mistura de fantasia e realismo psicológico. Com a animação brilhante extravagante do diretor, recheada de cor, é ora deslumbrantemente iluminado, ora tingido por tons do crepúsculo e ora um redemoinho de vermelhos e azuis. Desenhando sua própria psique, ele cria um trabalho imaginativo conivente e belo que, ao mesmo tempo, também é grotesco e perturbador.

O filme separa o seu universo em duas esferas: o do real (antes do túnel, onde a mudança iria ocorrer) e o da fantasia, o “outro lado” onde pode acontecer de tudo e o fato de estarem conectados pelo túnel sugere uma conexão real entre ambas esferas, assim como o subconsciente está ligado inerentemente à forma que se vive, sejam memórias reprimidas, sentimentos ou mesmo sonhos. Tal narrativa é semelhante a contos como *Alice no país das Maravilhas* de Lewis Carroll e *O mágico de Oz* do Frank L. Baum, em ambos, as garotas acabam em mundos fantásticos e realizam sua jornada buscando retornar ao mundo real.

Quando seus pais são transformados em porcos, a protagonista vive um dos chamados apocalipses íntimos dentro do Miyazakiworld — uma temática que já apareceu em uma de suas obras, que envolve crianças (geralmente) lidando com uma perda íntima e possivelmente traumática.

¹³ Também é traduzido como estranho.

Figura 22 - Pais se transformam em porcos



Fonte: Studio Ghibli

Anoitece e de repente o lugar que estava vazio se torna cheio. Em uma tentativa de ficar segura e descobrir como trazer seus pais de volta a forma humana, Chihiro entrega o seu nome, e assim, sua identidade se transforma, ela não é mais Chihiro filha de seus pais, mas sim Sen, trabalhadora da casa de banho.

Para quem não assistiu ao filme, não é possível saber que essa referência se faz ao fato da personagem de Chihiro ter sido escravizada na casa de banho, tendo seu nome “roubado”, sendo obrigada pela bruxa Yubaba a adotar o codinome Sen. Essa é a maneira que a bruxa encontra para controlar seus prisioneiros, pois não lembrando seus nomes verdadeiros, nunca poderá sair de seu domínio, retornando ao mundo real (Orgado, 2010, p. 64).

Chihiro é avisada para não esquecer seu nome real, pois uma vez que o faz, não haverá lugar para retornar, reforçando a importância da identidade, especialmente diante da narrativa de transformação através de seu processo de amadurecimento.

O filme é ambientado principalmente em uma casa de banho, onde a agora chamada Sen (Chihiro) é introduzida a várias pessoas e deuses. O deus do fedor é um personagem memorável, parecendo ser feito de lama e excrementos, sujando onde passava e de cheiro desagradável, fazendo referência a poluição não só ambiental como também espiritual das pessoas cegas pela cultura do consumo. Ele se transforma ao entrar na banheira, metamorfoseando-se em um limpo deus do rio. Outro espírito é o Sem Rosto, que se torna importante na segunda metade do filme, ele é alguém que estava do lado de fora da casa de banho e é convidado por Chihiro a entrar, de vestes pretas e uma máscara branca, ele se transforma em um colosso e devora os habitantes da casa de banho e os regurgita.

Figura 23 - Espírito fedorento



Fonte: Cultura Genial

Figura 24 - Sem Rosto



Fonte: Studio Ghibli

No geral, Miyazaki odiava as ondas de indiferença e apatia que também vinham da nova geração, ele queria que eles experimentassem o mundo; por isso Chihiro passa pelos desafios por meio de trabalho físico, disciplina, vontade e aceitando a bondade dos outros. A

verdadeira emoção do filme se encontra no amadurecimento da personagem em seus confrontos com o comportamento gradativamente mais bizarro do Sem Rosto, em vez de um clímax violento que seria mais óbvio.

Seu personagem foi construído de forma simples a fim de facilitar a projeção dos próprios medos e desejos por parte do espectador nele e a *Nippon TV* (rede que apresenta especiais de filmes) comenta uma fala do Miyazaki:

Quem é exatamente o Sem Rosto? O diretor Hayao Miyazaki responde, “Existem muitas pessoas como o Sem Rosto em nossas vidas... é o tipo de pessoa que quer se agarrar nos outros e que não tem um senso de si, de individualidade. Eles estão em todo lugar (tradução própria)¹⁴.

Figura 25 - Sem Rosto descontrolado



Fonte: Studio Ghibli

Em uma jornada que demarca o passo final para sua independência, Chihiro e Sem Face fogem do local e entram no trem em uma viagem. Essa viagem é feita em um sonho dentro de um sonho, longe do animado e barulhento mundo da casa de banho. Miyazaki explica que “[...] queria escrever uma história em que a menina pega o trem por vontade própria, em um mundo que ela experimenta pela primeira vez. Nós sabemos que ela está com medo e incerta sobre o que fazer.” (Napier, 2019, p. 210, tradução própria)¹⁵.

¹⁴ Who exactly is No Face? Director Hayao Miyazaki says, "There are many people like No Face in our midst... it's the type of person who wants to latch on to others but doesn't have a sense of themselves. They are everywhere." (2024) Disponível em: <<https://comicbook.com/anime/news/spirited-away-no-face-identity-miyazaki/>>. Acesso em: nov. 2024.

¹⁵ “I wanted to write a story where the girl catches the train with her own will in a world that she experiences for the first time. We know that she is very afraid and unsure of what to do.”

Figura 26 - O pacífico trem



Fonte: Studio Ghibli

Esse momento sereno de introspecção tingido por cores do crepúsculo é inspirado no livro *Night on the Galactic Railroad* (1934), do Kenji Miyazawa. Nesta obra dois jovens se encontram em um trem em uma história calma e tranquila na qual trabalha muito com introspecção e, segundo Napier (2019), “O clareamento da visão de Chihiro pode ser visto como o amadurecimento de uma criança em entender que seus pais não são, de fato, bestas, [...]” (p. 211, tradução própria)¹⁶ e assim, ela consegue voltar à realidade.

Desse modo, “A viagem de Chihiro” (2001) é uma obra-prima da animação, destacando-se não apenas por seu sucesso comercial, mas também por sua profunda ressonância emocional e crítica cultural. A abordagem de Miyazaki ao retratar Chihiro como uma “garota completamente ordinária” em um mundo fantástico, ofereceu uma perspectiva fresca e identificável em um momento em que a animação era dominada por personagens com habilidades extraordinárias.

Assim, tal perspectiva em conjunto com a trama, que mistura fantasia e realismo psicológico, explora temas universais de identidade, amadurecimento e transformação através da jornada de Chihiro no mundo mágico da casa de banho, solidificando a reputação de Hayao Miyazaki como um mestre da narrativa visual e psicológica. Assim, ao entrelaçar elementos de sua própria psique com influências literárias, Miyazaki não apenas cria uma

¹⁶ “Chihiro’s enlightened vision can be read as a child’s maturation into understanding that her parents are not, in fact, beasts, [...]”

obra visualmente deslumbrante, mas também um conto de amadurecimento que continua a tocar o coração de espectadores ao redor do mundo.

5 A MODA DO STREETWEAR

O *streetwear* surge após o fim da Segunda Guerra, como resultado da ascensão da cultura jovem e da criação do *prêt-à-porter* — “pronto para vestir”, refere-se à industrialização da produção de roupa que barateou os produtos dando acesso ao público. Devido a isso, a moda se distingue e, não sendo mais centrada na elite, se fragmenta e se transforma “[...] num veículo estético para a experiência sobre o gosto, como um meio político de expressão das dissidências, da revolta e das reformas sociais.” (Wilson, 1989, p. 19), cujas suas tendências são difundidas por e para a cultura juvenil, de baixo para cima¹⁷.

Como consequência desse rompimento com os valores tradicionais, as ruas passaram a ser locais de referência, uma vez que há uma grande disseminação e produção de novos estilos de cultura urbana, sendo “[...] nas ruas que as modas se construíram, ficavam conhecidas e eram aclamadas ou rejeitadas pelo público, passando a copiá-las e depois desapareciam.” (Crane, 2006, p. 10). Isso, segundo Braga (2004), foi essencial para o nascimento do *streetwear*, pois deu abertura à exploração de novas personalidade, filosofias de vida e identidades, propiciando o aparecimento de subculturas urbanas.

A moda de rua é um símbolo de revolução não só para esses grupos, mas também para aqueles que se tornam tão influentes que impactam o mundo da moda em geral. Um exemplo disso é Mary Quant, que transformou a moda feminina com a minissaia. Em seu depoimento, ela afirma: “A ideia da minissaia não é minha, nem de Courrèges. Foi a rua quem a inventou” (Baudot, 2002, p. 224).

A moda agora leva em conta a cultura jovem e a cultura das ruas, elementos que estão muito presentes na moda *streetwear* e este desponta. O *streetwear* tem como preocupação traduzir a vida urbana para símbolos usados na moda e impor sua identidade por meio do vestuário, sendo uma estética heterogênea, visto que sendo intrinsecamente relacionado a rua e, com as peças variando dependendo da cultura popular, padrões e estilos de vida. Assim, Guimarães (2006, p. 2) fala: “O Streetwear, pensado dessa forma, procura captar aquilo que surge com outra função: criar identidades, destacar diferenças, fortalecer mensagens, chocar para transformar”.

¹⁷ Referência aos dois movimentos de funcionamento e difusão de moda propostos por Polhemus (1994): *trickle-down effect*, ocorrida até a década de 50 em que a moda era difundida das camadas mais altas para as mais baixas, e *bubble up*, que a difusão já era de baixo para cima.

O nascimento do *streetwear* pode ser traçado até a cultura do surfe e do skate, tendo como um de seus pioneiros o Shawn Stüssy. Estampando bonés e camisetas com seu sobrenome Stüssy (mesmo nome de sua marca) inspirados no surfe com uma estética urbana desde 1980 e em 1988 ele abre uma boutique em Soho, Nova Iorque, sendo assim lançadas as bases para o que viria a se tornar um fenômeno global.

Figura 27 - Camisa estampa “World Tour” da Stüssy



Fonte: Hyper Beast

Esse estilo é descomplicado. Caracterizado pelo uso de roupas mais largas, de visual despojado, ousado e irregular, ele é representado e evidenciado em diversos contextos, cenários e “ruas”, tendo sido formado em comunidades as quais continham variadas influências de movimentos culturais e artísticos, como a do *punk*, do *grunge*, do *skateboarding*, do *reggae*, do *hip-hop* e do *graffiti* (Calzas, 2010).

Em 1970, as roupas esportivas apareceram, com casacos, moletons e calças largas, roupas confortáveis que por serem mais largas, foram adotadas posteriormente pelos artistas de hip-hop, que popularizaram o *streetwear* ao usarem camiseta e jeans de tamanhos exagerados com calçados de marcas, muitas vezes incorporando gráficos ousados, logotipos de marcas e elementos esportivos. A adoção dessas roupas e subsequente popularização fez com que grandes marcas notassem essa estética e a produzissem para eles (Pollini, apud Oliveira, 2020).

Polhemus (apud Zimmerman, 2012) refere-se ao *streetwear* atual como um “supermercado de estilos”, no qual existe uma abundância de “opções” de mercadorias voltadas para estilos e subculturas díspares. Isso possibilita a realidade de escolher o que quiser para a formação identitária de um indivíduo e é justamente o que o autor supracitado incentiva. O *streetwear* não deve se limitar a um estilo singular, os jovens devem misturar as tendências.

Essa relação entre a moda de subculturas e as indústrias culturais é simbiótica. Enquanto os cinemas, os animes, os mangás e as músicas se utilizam e inspiram nas subculturas e incorporam seus símbolos em determinado momento, o oposto também ocorre, com a cultura popular, como vimos durante esse capítulo, também influenciando o *streetwear* — e outras subculturas. Nesse processo, a conexão fica cada vez mais intrínseca e, assim como ocorreu com o *streetwear*, essas subculturas que eram um movimento de contracultura, são aderidas à cultura popular, tornando-se *mainstream*.

Diante disso, nota-se que o *streetwear* se deu, e dá, por meio de mesclagens. Utilizando-se e inspirando-se em outras estéticas, como o *punk* e a *sportswear*, ele foi se construindo e ainda pode ser interpretado de forma completamente diferente, dependendo, por exemplo, do país do indivíduo. É uma moda que está sempre em mudança, incorporando constantemente elementos do comportamento jovem urbano e a da cultura que ele consome. Um exemplo é a cultura do anime, que como é apresentado a seguir, tem a rua como palco para apresentar a sua estética e acabou sendo incorporado no próprio *streetwear*.

5.1 INTERSECÇÕES ENTRE ANIME E MODA

A revolução na moda japonesa começou nos anos 1950/1960 com o auge da cultura de massa, quando as subculturas viram como forma de se rebelar contra a cultura dominante. Uma vez que a sociedade japonesa era muito homogeneizada, rígida e com forte senso de coletividade, isso não abria espaço para a expressão individual. Assim, os jovens tentam resolver essa questão e se livrar dessas pressões sociais por meio da moda urbana alternativa, entendida como *street fashion* japonesa, que se torna um fenômeno presente ainda hoje proveniente dos centros de Harajuku e Shibuya (Sato, 2007).

O *street fashion* japonês é um estilo produzido para adolescentes japoneses e exige ousadia por quebrar os padrões da moda tradicional. E até servem de inspiração para estilistas da alta-costura. Lá o “show da passarela” é visto nas ruas. A moda é uma mistura de elementos artísticos e, muitas vezes, com mangás e animes (Peres, apud Guglinski, 2011, p. 42).

Os diversos estilos e subculturas de moda japonesa atuais surgiram, dentre outros fatores, do cruzamento entre as culturas ocidentais com as orientais. Um conceito considerado essencial para adentrar esse universo estético japonês é o “kawaii”, traduzido como fofo/adorável, é uma estética (1970) associada a ideia de pureza, infantilidade, está essencialmente presente em acessórios ou servindo de inspiração para outras subculturas, popularizou-se com *Hello Kitty* no final dos anos 70 e início dos 80.

O estilo Lolita, ou Loli, diferentemente do romance escrito por Vladimir Nabokov, não tem nada a ver com a sexualização de crianças ou erotismo. Ele é uma subcultura inspirada no *kawaii* que objetiva evocar fofura, inocência, doçura e beleza de uma boneca vitoriana, caracterizando-se com vestidos baseados no período do Rococó e da era Vitoriana. Possivelmente inspirado pelo mangá *A Rosa de Versalhes* (figura 10), que ficou extremamente famoso na década de 70. História *shoujo* (direcionado para o público feminino), se passava na era de Maria Antonieta com um romance açucarado e belas roupas.

A Loli utiliza-se de vestidos, com saias volumosas, cheias de renda, apliques, laços em tons pasteis, a fim de “(...) um mundo que elas imaginam ser mais feliz do que o real e encontraram uma imagem do que eles querem na Europa dos séculos XVIII e XIX.” (Yunker, 2011, p. 102). Uma variante desse estilo é o *Gothic Lolita*, a qual se veste no mesmo estilo, mas com cores predominantemente escuras, utilizando-se de acessórios e estampas como crucifixos, caveiras e morcegos.

Figura 28 - Lolita



Fonte: Tokyo Fashion

Figura 29 - Lolita gótica



Fonte: Tokyo Fashion

O estilo *Decora* é um dos mais alegres e coloridos dentre as correntes de moda urbana japonesa. É o mais ligado à cultura *kawaii*, caracteriza-se por excessos de acessórios, cores, texturas, estampas, o indivíduo, literalmente, se decora. O *Kogal*, por sua vez, está associado às colegiais. Elas se rebelam contra o uso dos uniformes nas escolas, levando-as a caracterizá-los, suas principais características são minissaias, meias até os joelhos largas e cabelos descoloridos e maquiagem forte; ela inspirou a estética em vários animes.

Figura 30 - Estilo *decora*

Fonte: Tokyo Fashion

Figura 31 - *Kogals*Fonte: Flickr¹⁸

Outras duas estéticas inspiradas nos animes são o *cyberpunk* e o *cybergoth*. Se baseiam em animes clássicos como *Akira* (1988) e *Ghost in the Shell* (1995) — ambos configurando um marco para os gêneros e tendo um papel crucial no desenvolvimento da

¹⁸ Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/tokyofashion/3645350155/in/album-72157616624742453/>>. Acesso em: ago. 2024.

estética. Enquanto o gótico tem predominância do preto, o punk mistura o preto com cores neon a fim de remeter à tecnologia, dando-lhe uma aparência mais fantasiosa, além de usar extensões sintéticas, também coloridas.

Figura 32 - Estética *cyberpunk*



Fonte: Tokyo Fashion

Figura 33 - Estética *cybergoth*



Fonte: Moda de subculturas

O *Fairy Kei* é um estilo inspirado nas garotas mágicas dos anos 80. Mangás e, posteriormente, animes como *Sailor Moon* e *Sakura Card Captor* são os clássicos e essa estética tem seu estilo caracterizado por tons pastéis, imagens nostálgicas, dando-lhe um ar etéreo, geralmente combinando saias tutu, meias altas, acessórios infantis, realmente, o auge da garota mágica.

Figura 34 - Fairy Kei



Fonte: Tokyo Fashion

Já o *Otaku fashion* e o *Cosplay casual* são subculturas exclusivamente influenciadas e inspiradas por animes. Na primeira, o fã geralmente usa roupas com estampas de personagens, frases ou referências a determinado anime, muitas vezes incluindo acessórios como um colar ou um brinco referente à animação. Apesar de ter como principal referência as animações japonesas e ser o estilo mais difundido para os fãs, trata-se de uma estética que representa muito a cultura da massificação, uma vez que seus designs não são tão elaborados a fim de poderem ser reutilizados apenas mudando cores e estampas. Enquanto isso, o *Cosplay casual* — diferente do tradicional, em que o indivíduo literalmente se fantasia do personagem, como se vê em eventos como a CCXP (evento de Comic-Con que reúne desde fãs de ficção científica, super-heróis e *otakus*) — pode ou não ser ainda mais sutil, adaptando elementos da sua fantasia original para criar looks cotidianos, usáveis no dia a dia.

Figura 35 - Camisa estilo *Otaku Zoro (One Piece)*

Fonte: Gato geek

Figura 36 - Bolsa *Otaku fashion (Sailor Moon)*

Fonte: Gato geek

A cultura pop japonesa não só aparece nas passarelas, como o autor supracitado menciona, mas também vai além. O fandom (os *otakus*) vai além das ruas de Tóquio, chegando ao mundo inteiro, e com isso as marcas começam a se movimentar para suprir esse mercado. Diversas colaborações são feitas. A Loewe (uma marca de luxo espanhola especializada em bens de couro e acessórios), por exemplo, criou mais de uma coleção junto ao Studio Ghibli, inspirada em clássicos como *O castelo animado* (2004), *A viagem de Chihiro* (2001), e *Meu amigo Totoro* (1988).

Figura 37 - Coleção Loewe com Studio Ghibli (O castelo Animado)



Fonte: Loewe

Outra colaboração foi entre a MSCHF (marca conhecida por outros lançamentos polêmicos) e *Astro Boy*. Foram lançadas as *Big Red Boots* (Grandes botas vermelhas), que viralizaram na internet em 2023, feitas de borracha e aparência lisa buscando remeter às botas da animação do Osamu Tezuka de maneira bastante literal. Outra marca que se utilizou dessa produção como fonte de inspiração foi a Lacoste L!ve em uma coleção de outono/inverno em 2013.

Figura 38 - Colab. MSCHF com Astro boy



Fonte: Hypnotique

Figura 39 - Coleção cápsula Lacoste L!IVE (2013) inspirado em Astro Boy



Fonte: Funcking Young

O estilista Naoto Hirooka, por exemplo, incorpora em seus designs a estética de anime e mangá. Trazendo o *loli* e o *gothic loli*, em 2001 ele começou a conectar mais suas criações ao mundo da música e começou a vestir nomes da música japonesa e até mesmo artistas renomados ocidentais como a cantora Amy Lee do Evanescence, em 2012.

Nota-se, então, que elementos da cultura pop japonesa se popularizam cada vez mais no ocidente, difundindo-se não apenas pela moda, mas também por meio de mangás e animes, que com suas diversas histórias e estéticas contribuem para essa difusão. A animação japonesa é uma grande fonte de inspiração, os jovens ocidentais reproduzem isso sobretudo por meio da *otaku fashion*, com a qual esse trabalho objetiva abordar.

6 CATÁLOGO DE MODA

O universo da moda tem um mercado extremamente concorrido. Como visto anteriormente, há diversos tipos de estilos e subculturas, as pessoas procuram cada vez mais se individualizar concomitante ao que também procuram se encontrar, resultando na diversificação dos produtos de moda e em um mercado cada vez mais concorrencial, em que a relação com o consumidor é extremamente necessária para não se perder em meio às diversas opções de marca. Devido a isso, a procura de artifícios e meios para a disseminação dos seus ideais como marca e fidelizar o seu consumidor — objetivando ter uma relação mais íntima com o seu público —, tornou-se uma necessidade, com o catálogo de moda sendo uma de suas ferramentas e o artifício que será usado neste trabalho.

O catálogo pode ser produzido em formatos como no papel e mesmo na Internet, o último sendo, atualmente, o mais comum. Ele tem como função apresentar os principais produtos de uma empresa, expondo informações por meio de imagens de forma que desperte

o interesse e desejo para com os consumidores. Utilizado como um “transmissor visual”, além da listagem de produtos, o catálogo também difunde estilos de vida e conceitos, proporcionando ao público o vislumbre de uma história. (Vailati, 2014)

Portanto, o catálogo é uma ótima fonte de orientação de informação para diversas áreas de trabalho. O catálogo de moda, por sua vez, contém peças de determinada coleção de determinada marca, com a intenção de divulgar os seus produtos e a si mesma. Por meio de uma produção e de um *stylist*, ele dissemina tendências, conceitos e a identidade da marca, o que é fundamental para induzir o público-alvo e potenciais consumidores ao consumo.

Os catálogos de moda ligados à indústria da indumentária são mais do que simples apelo ao consumo, refletem imagens e padrões que ditam comportamentos. Isto não está ligado apenas a padrões corporais, assim como influencia padrões raciais, sociais e de conduta, registrando a informação visual próxima ao real (Braun apud Vailati, 2014, p. 7).

Um dos catálogos mais famosos é o do denominado “Rei da moda”, Paul Poiret¹⁹. Obteve o renome de costureiro-artista “(...) por saber alinhar a arte e a moda, compreendendo o caráter espetáculo-coisa das roupas”(Dias, 2017, p. 122). Foi o primeiro a usar o catálogo de moda, anteriormente conhecido como álbuns de moda, como uma ferramenta para disseminar seu trabalho para o mundo. Em 1908 lança o *Les robes de Paul Poiret* e em 1911 o *Les Choses de Paul Poiret*. Segundo Braga

Esse fato ocorreu em razão do seu gosto excessivo pelo uso de cores fortes através de combinações inusitadas. Como nessa época ainda não existia a fotografia colorida, Poiret achava que as imagens em preto e branco não dialogavam com o seu conceito. Assim, convidou ilustradores para registrar seus vestidos em cores, por meio de seus álbuns – o primeiro elaborado por Paul Iribe e o seguinte por Georges Lepape. (2022, p. 2)

Segundo Teixeira (2012), apesar do catálogo ter como protagonista a fotografia, a fotografia e a ilustração de moda são bem similares, tendo a sua concepção como diferencial. Ainda de acordo com Teixeira, “O encanto da ilustração é considerado por muitos profissionais ligados à moda (...) como um recurso “charmoso” para vender moda.” (2012, p. 61), enquanto a fotografia é geralmente o meio mais utilizado para a divulgação de uma coleção. Assim, ela afirma que há dois principais tipos de catálogo, o de imagem e o de produto.

¹⁹Nascido em 1879, filho de comerciante de tecidos. Iniciou sua carreira aos vinte anos criando guarda-chuvas, posteriormente trabalhou como assistente de Jacques Doucet e na Maison Worth por dois anos e em 1903 abriu sua própria Casa de Costura, conhecido por revolucionar a moda com a abolição do espartilho do guarda-roupa feminino.

O catálogo de produto (CP) visa divulgar os produtos de moda ao público, destacando então em suas fotografias detalhes do produto, como o caimento da roupa, do tecido, ou a cor da peça, tendo como finalidade principal apresentar e vender a mercadoria. Em contrapartida, o catálogo de imagem (CI) tem uma abordagem mais conceitual, se utilizando de fotografias e ilustrações, no qual o lúdico aparece com mais frequência. Enquanto as roupas e a fotografia tem, sim, grande importância, assim como em todo catálogo — uma vez que apresentar o produto é sempre importante —, as características do CI são apresentadas de forma criativa, sendo divulgado não só o produto, mas também um estilo de vida. Este tipo tem uma construção de linguagem e narrativa mais elaborada, visto que ele se utiliza de mais ferramentas imagéticas, assim tendo uma maior conexão com seu público e seu design (Ibid.).

Sendo um catálogo de imagens utilizado principalmente para a exposição imagética de caráter mais conceitual, esse trabalho tem uma proposta diferente ao se utilizar de imagens feitas a partir de desenhos e artes digitais — e não de fotografias — a fim de expressar a temática proposta dos filmes do Studio Ghibli.

Os filmes escolhidos — *Nausicaä do Vale do Vento* e *A viagem de Chihiro* — têm uma estética rica, que não só surpreenderam as pessoas na época de seus respectivos lançamentos como ainda surpreendem. A pureza dessas histórias, a gradação dos acontecimentos, tudo ocorre de forma a trazer uma enxurrada de sentimentos e por fim, um aconchego aos telespectadores. Esse sentimento de admiração pelos filmes, além da animação japonesa no geral, trouxe luz a ideia deste catálogo.

6.1 IDENTIDADE VISUAL

O catálogo foi nomeado como Ishiy, proveniente da mistura do nome da autora com a palavra em inglês do sentimento de saudosismo (*yearn*). Isso, pois são justamente esses sentimentos transmitidos pelos filmes, essa conexão com tempos que não têm como retornar, como mencionado anteriormente pela Susan Napier (2019), que conectam o público com essas obras.

Não desejando usar fotografias de roupas, esse CI planeja dar forma a esses filmes, utilizando-se deles para introduzir o universo do Studio Ghibli por meio de ilustrações inspiradas nas obras mencionadas. Através disso o leitor será informado sobre o diretor Miyazaki e o estúdio criado por ele, havendo tanto ilustrações ao fundo dessas informações como também “páginas de respiro” — em referências aos “momentos de respiro”, comuns nos filmes do Hayao a fim de dar um tempo para o público absorver as informações e pensar sobre elas.

Sendo um catálogo de moda, a apresentação dos croquis será intercalada com as informações. Ilustrados com o objetivo de representar os filmes não só por meio de estampas mas também na própria construção das próprias roupas, nas suas modelagens, escolhas de tecidos, de cores ou mesmo na sua manipulação, trazendo também a sensação de estranheza presente nas criações do diretor.

A estética do streetwear foi a escolhida para ser trabalhada aqui, buscando não só atrair o público-alvo como também novos consumidores. Ademais, como visto no capítulo anterior, ela é uma estética efêmera em constante mudança, que se adapta a diversas localidades de formas distintas. Além de ter surgido por meio da junção de outras estéticas, essa adaptabilidade foi um dos motivos da escolha dessa vertente. O uso de sobreposições, com estampas diferentes e mesmo modelagem diferenciadas, fez da subcultura do streetwear o melhor alvo para interpretar essas histórias de formação do Studio Ghibli.

Figura 40 - Capa Ishiy



Fonte: Autoria própria (2024)

6.2 PÚBLICO-ALVO

A segmentação do mercado é de extrema importância para qualquer campo, mas especialmente para a moda. Essa segmentação consiste na identificação de grupos a partir de suas preferências e características, levando em consideração seu cotidiano, poder de compra, localização geográfica, hábitos, entre outras características. Tudo isso é importante para a produção de um catálogo, dado que ele já foi estabelecido como um transmissor visual voltado para a moda. “Conhecendo quem é o público-alvo, fica mais fácil entregar o produto ou o serviço perfeito para o cliente ou consumidor certo, da forma que ele sempre esperou e com algo a mais do que o esperado[...]” (Haas, et. al., apud Prudente, 2021, p. 54).

O público-alvo da Ishiy são mulheres jovens, de 18 a 35 anos, moradoras majoritariamente de áreas urbanas. Elas têm hábitos noturnos, vivem novas experiências ao invés de se enfiar no quarto como muitos otakus, gostando de sair para bares e lugares temáticos, como, por exemplo, os que contenham jogos, interessando-se em assistir filmes e séries, principalmente de romance, fantasia e ficção científica. Prezam pela leitura de livros e de mangás, *games*, e assistem animações e animes, adorando consumir conteúdos de redes sociais. Vale salientar que, mesmo sendo pessoas noturnas, suas saídas são mais em fins de semana, não com tanta frequência, já que trabalham/estudam durante a semana.

Para esse público, ter um tempo sozinha para si mesma é necessário. Ouvir música é uma constância em sua vida, além de ter um gosto por moda, com o seu guarda-roupa contendo algumas peças mais criativas, favorecendo comedidamente à ousadia. Apesar de não necessariamente seguir tendências, adora misturar estilos de roupas diferentes e se arrumar antes de sair com o seu ciclo social, vindo com mais acessórios, penteados e maquiagens para compor sua roupa. Seguindo uma estética que, assim como diversas atualmente, exaltam a juventude e tentam prolongá-la, “[...] como um momento de experimentação e maior ousadia, incita esse público-alvo a tomar escolhas inovadoras, o que reflete na moda e na sua predileção por peças de vanguarda.” (Prudente, 2021, p. 55).

Gostam e consomem também os filmes do Studio Ghibli, podendo ter começado a tanto na infância quanto na idade adulta. Essa variedade é possível uma vez que os filmes apesar de poderem ser assistido também por um público infantil, assim como mencionado anteriormente, apesar de abordarem temáticas profundas, ganhando novos sentidos ao longo do tempo.

7 PESQUISA DE TENDÊNCIA

Dado que a segmentação de mercado tem tanta importância, a pesquisa de tendências é tão necessária quanto a definição do seu público. Recorrer a pesquisas de opinião, levantamentos e estatísticas, é preciso para embasar uma criação. Dessa forma, à medida que as tendências captam as preferências do seu público, elas são transformadas em roupas e levadas às passarelas; tornando-se, então, essencial observar o que está em evidência em grandes desfiles de moda.

A arte de identificar tendências por meio de pesquisas consiste em encontrar grupos que estejam interessados nas mesmas atividades e que tenham os mesmos anseios, que já estão unidos de alguma maneira ou podem vir a se reunir por meio do apelo certo que cristalize suas necessidades (Penn, 2007, p. 17).

Atualmente tal arte é ainda mais intensa. Por meio das redes sociais, como Instagram e Tiktok, o contato com outras culturas está ainda mais acentuado, com novos grupos se formando e desfazendo em ciclos cada vez menores, tendo por exemplo o *Cottagecore*, *Fairycore* e o *Balletcore*²² como microtendências em 2022, sendo vistas nas redes mencionadas. Devido a isso, foi realizada uma pesquisa sobre cores e tecidos usados nos desfiles outono/inverno de 2024, utilizando-se de sites como *Tag Walk* e *Inova Moda Digital*.

As pranchas imagéticas a seguir são resultados dessas pesquisas. A prancha de tecidos procura expor tipos de tecidos exaltados nas passarelas, trazendo transparências e uso de peles naturais ou sintéticas. A prancha de cor busca expor não só o que estava em alta nos desfiles de 2024, mas também paletas que combinam com a estética dos filmes aqui trabalhados, trazendo então imagens que foram usadas como referência para constituir e dar uma visão da paleta.

²² *Cottagecore* é uma estética que idealiza a vida rural europeia, o bucólico; *Fairycore* inspira-se no mundo fantástico, em fadas e elfos utilizando-se de elementos da natureza, já o *Balletcore* utiliza-se de elementos e inspirações do ballet.

Figura 43 - Tendência de tecidos outono/inverno 2024



Fonte: Autoria própria (2024)²³

²³ Montagem feita a partir de imagens coletadas nos sites *Tag Walk* e *Pinterest*.

Figura 44 - Prancha de tendência de cor outono/inverno 2024



Fonte: Autoria própria (2024)²⁴

²⁴ Montagem feita a partir de imagens coletadas nos sites *Tag Walk* e *Studio Ghibli*.

8 DESENVOLVIMENTO DO CATÁLOGO DE MODA

Como mencionado anteriormente, o tipo de catálogo será o imagético. Utilizando-se tanto de ilustrações autorais quanto de imagens dos filmes, o catálogo tem uma leitura e um design comum em mangás, em ziguezague com o auxílio de balões que explicam o tema proposto alternando entre esses e as imagens. A fim de retratar um pouco do Universo do Estúdio Ghibli e poder explicá-lo ao consumidor, foi realizada a construção de um roteiro para o desenvolvimento do produto.

Quadro 1 — Roteiro do catálogo de moda

1ª página	Capa	Dando destaque a roupa, a ilustração autoral mostra a personagem sendo atraída por um “Universo” que vem à vida por meio de um livro, na estética do estúdio tratado.
2ª página	Introdução	Um breve texto introdutório que explica o objetivo do catálogo.
3ª página	Studio Ghibli	Iniciando com o título “Estúdio Ghibli”, abaixo terá uma grande imagem de um de seus famosos filmes, “Ponyo” (2008), com uma breve explicação sobre ser um uma das produtoras mais conceituadas na área de animação, fundado em 1985.
4ª página	Quem é o Hayao Miyazaki?	Explicar sobre ele ser o co-fundador e como é considerado não só um dos grandes diretores mas também um “auteur” (sua visão artística e pessoa são tão fortes que se transforma em uma marca registrada), alternando o texto com imagens.
5ª página	Hayao Miyazaki	Um pouco da bibliografia do Miyazaki.
6ª página	Hayao Miyazaki	Falar em como as crianças se tornaram esses personagens fortes e independentes para o diretor, resultado do trauma que teve em sua infância.
7ª página	Hayao Miyazaki	Breve nota sobre a importância da natureza em seu trabalho, dando introdução à Nausicaã.
8ª página	Página de respiro	Ilustração inspirada na estética trabalhada por Miyazaki em Nausicaã, dando a oportunidade do consumidor absorver o conteúdo.
9ª página	Nausicã do Vale do Vento	Introduzir o filme, resumindo-o: Nausicaã, princesa do Vale do Vento num mundo pós-apocalíptico se vê obrigada a participar de uma jornada para evitar o início de uma guerra.
10ª página	Nausicã do Vale do Vento	Falar sobre o Ohmu, o verdadeiro herdeiro desse cenário que não é afetado pelo miasma venenoso, compor com o croqui inspirado nele.

11ª página	Nausicä do Vale do Vento	Falar sobre a Nausicaä, como ela transcende sua época, inserir croqui.
12ª página	Nausicä do Vale do Vento	Sua sensibilidade para com a natureza e os seres dela, inserir mais um croqui inspirado na Nausicaä.
13ª página	Nausicä do Vale do Vento	Falar sobre a Obaba, uma senhora respeitada do Vale, que fala sobre a necessidade de respeitar a natureza e os Ohmus e finalizar exaltando o filme, inserir o croqui inspirado na senhora.
14ª página	Página de respiro	Uma nova ilustração, agora se baseando em Chihiro.
15ª página	A viagem de Chihiro	Introduzir o filme: Chihiro ao passar por um túnel com seus pais, acaba perdendo-os e ao se ver em outro mundo, entra numa jornada para salvá-los.
16ª página	A viagem de Chihiro	Falar mais sobre a Chihiro, como veio a trabalhar na casa de banho e suas inspirações como <i>O mágico e de Oz</i> e <i>Alice no país das Maravilhas</i> , croqui baseado na personagem.
17ª página	A viagem de Chihiro	Falar sobre o Kamaji, como a ajudou a conseguir o trabalho e por o croqui inspirado nele e no Susuwatari (bolinhas de fuligem).
18ª página	A viagem de Chihiro	Yubaba, a dona da casa de banho e bruxa que os escraviza, e também o Sem Face, o perseguidor da Chihiro, inserindo o croqui baseado neles
19ª página	A viagem de Chihiro	Finalmente, o Haku, o maior ajudante da Chihiro, com um croqui inspirado nele e finalizar exaltando a animação

Fonte: Autoria própria (2025)

8.1 DESENVOLVIMENTO DOS CROQUIS

O sucesso deste catálogo depende não somente das ilustrações, como também do desenvolvimento dos croquis. Neste trabalho, cada croqui é majoritariamente inspirado em um personagem, buscando expressá-los por meio de texturas, cores ou formas, apesar disso é válido apontar que há exceções. Para tal, pranchas de inspiração também foram desenvolvidas a fim de se ter uma maior noção de quais personagens, seres ou mesmo plantas seriam baseados e aprofundar um pouco no estilo de roupa que iria seguir, não sendo somente sobre o básico do streetwear ocidental, tendo forte inspiração no japonês de marcas como como Adidasy3, South2 West8, Yohji Yamamoto, Neighborhood.

Figura 45 - Prancha de Inspiração dos croquis



²⁵ Montagem feita a partir de imagens retiradas do site do Studio Ghibli.

Figura 46 - Prancha Streetwear



Fonte: Autoria própria (2025)²⁶

²⁶ Montagem feita a partir de sites como Pinterest e Instagram.

Figura 47 - Croqui 1 rascunho



Fonte: Autoria Própria (2024)

Figura 48 - Croqui 2 rascunho



Fonte: Autoria própria (2025)

Figura 49 - Croqui 3 rascunho



Fonte: Autoria própria (2025)

Figura 50 - Croqui 4 rascunho



Fonte: Autoria Própria (2025)

Figura 51 - Croqui 5 rascunho



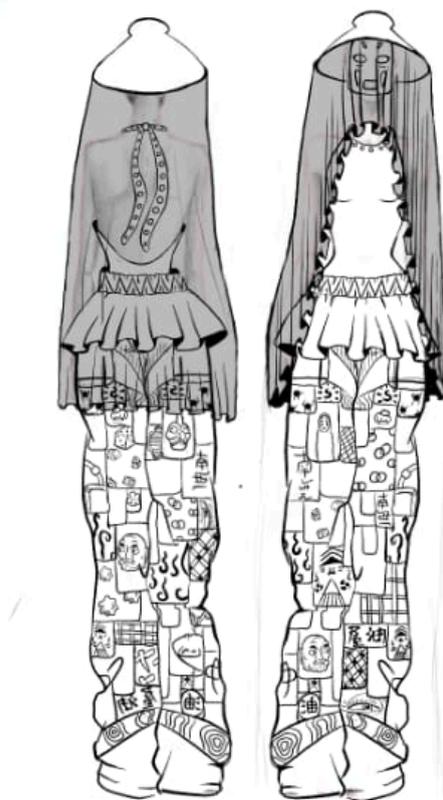
Fonte: Autoria Própria (2025)

Figura 52 - Croqui 6 rascunho



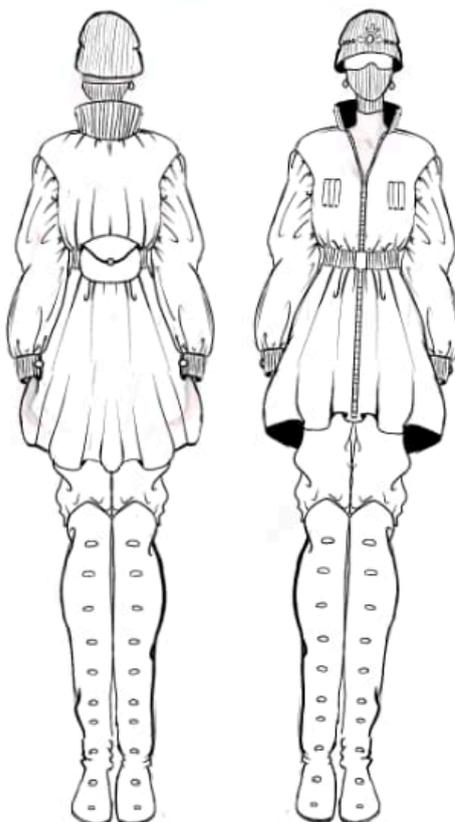
Fonte: Autoria Própria (2025)

Figura 53 - Croqui 7 rascunho



Fonte: Autoria Própria (2025)

Figura 54 - Croqui 8 rascunho



Fonte: Autoria Própria (2025)

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste catálogo é resultado de um processo de pesquisa teórica, imagética e midiática. Ele surge de duas principais necessidades: a busca por uma expansão dos produtos disponibilizados ao público *otaku*, caracterizados comumente com estampas centralizadas em camisas lisas, experimentando novas modelagens, cores e texturas; além do interesse em expor mais especificidades sobre o *Miyazakiworld*, universo criado por um artista renomado mundialmente e autor de obras atualmente tão aclamadas, desejando não somente explicar ao espectador sobre suas criações, mas também convidá-lo a conhecer mais sobre esse universo único. Para melhor representá-lo, foram escolhidos dois filmes dentre sua coleção, *Nausicaä do Vale do Vento* (1984) e *A viagem de Chihiro* (2001), com o intuito de reduzir a gama de possibilidades e expandir de forma mais concentrada o assunto, podendo dar luz as imagens e as sensações ligadas à experiência de assistir os filmes.

Essas propostas, então, culminaram na realização do catálogo de moda Ishiy. Para isso, foi analisado desde a origem do mangá nos *emakimono*s baseados nos pergaminhos enrolados da China, até seu desenvolvimento posterior para histórias em quadrinhos japoneses e finalmente, o anime, sendo uma das variáveis que levaram o Hayao Miyazaki a entrar no mundo da animação, ao assistir o filme animado *O panda e a serpente* (1958). Diante disso, foi importante usar a estética do mangá para desenvolver o catálogo, utilizando a noção de uma obra sequenciada, apelando a uma leitura mais contínua e imagética com textos mais curtos.

Durante o processo de execução do trabalho desafios foram encontrados. O principal foi a escassez de referências de catálogos de moda, tanto em trabalhos de conclusão de curso teórico-práticos acerca do assunto, quanto em catálogos imagéticos em si, só encontrando catálogos de produto voltados à venda. Tal crise foi superada ao considerar formato de *lookbook*, revistas fotográficas, o que proporcionou uma definição mais clara do design do catálogo.

Outro impasse foi o das ilustrações, que deveriam representar uma transição fluida entre as páginas. Objetivando tal fluidez, croquis não podiam ser diferentes e como consequência disso houve uma busca e esforço em escolher poses dinâmicas que almejavam demonstrá-la. Apesar de essencial para o trabalho, a dificuldade em realizar ilustrações dinâmicas, aliada à falta de conhecimento específico sobre o tema, aumentou a complexidade da tarefa. Para superar essa limitação, foram utilizadas referências imagéticas e apoio externo para a correção de perspectiva, anatomia e execução dos croquis oficiais.

Em conclusão, o desenvolvimento deste catálogo *Ishiy* reflete não apenas uma análise minuciosa da estética do universo de Miyazaki, mas também a busca por soluções criativas para um formato inovador de catalogação de moda. A abordagem investigativa, que transitou entre diferentes campos de estudo, desde a história do mangá até os desafios práticos da ilustração de moda, permitiu que o projeto se consolidasse como um estudo sobre como elementos da cultura pop japonesa podem ser traduzidos para o vestuário de maneira mais engenhosa.

Embora os desafios encontrados ao longo do processo, tenham sido obstáculos consideráveis, a superação desses impasses resultou em um catálogo que não apenas representa a essência de Miyazaki e sua obra, mas também traz uma proposta original de vestuário para um público ávido por alternativas na moda. O projeto, portanto, procurou não se resumir a um simples catálogo, mas se tornar uma fusão entre arte, cultura e estilo, convidando o espectador a imergir em um mundo visualmente instigante e sensorialmente envolvente.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Mayara Coelho Balbino de. **A modularidade no vestuário**: catálogo de peças transformáveis. 2020. 101 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Moda) — UFJF. Juiz de Fora, 2020.
- ARAUJO, Dayse Karoline. **A cultura pop japonesa**: o animê como fonte de inspiração no desenvolvimento de coleção de moda. 2014. 97 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado no Curso de Graduação em Design) — UFPE. Caruaru, 2014.
- A VIAGEM DE CHIHIRO. Direção: Hayao Miyazaki. Japão: Toho Co. Ltd, 2001. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/60023642>>.
- B. Adriano. **Lacoste L!Ve X Osamu Tezuka Capsule Collection**. Fucking young. Maio, 2021. Disponível em: <<https://fuckingyoung.es/lacoste-lve-x-osamu-tezuka-capsule-collection/>>. Acesso em: ago. 2024.
- BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac & Naif, 2002
- BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 4 ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
- _____. Histórias: o talentoso Paul Poiret. **dObras** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 5, n. 11, p. 19–21, 2012. DOI: 10.26563/dobras.v5i11.153. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/153>. Acesso em: 31 mar. 2025.
- CALZAS, Márlon Uliana. Imagens Urbanas: Diálogos entre moda, sujeito e cidade. **Moda palavra e-periódico**. Florianópolis. n. 6, p. 1-8, jul/dec. 2010. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051717002>>. Acesso em: ago. 2024.
- CARVALHO DIAS, Dolean. **Mangás e Animês**: Entretenimento e influências culturais. 2007. 50 f. Monografia de conclusão de curso (Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda — uniCEUB. Brasília, 2007.
- CÉ, Otávia Alves. Lolitas, Maids e Kegadols: Representações do corpo feminino na cultura pop japonesa. **Anais do 10º Fazendo Gênero**. Seminário Internacional do Fazendo Gênero, Florianópolis, abril, 2013. Disponível em: <http://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1373310829_ARQUIVO_artigo-fazendogenero10.pdf>. Acesso em: ago. 2024.
- CHAVES, Ravena Amorim; TORRES, José Wanderson Lima. Distopia e animação: O universo fantástico em Nausicã do Vale do Vento, de Hayao Miyazaki. **Desenredos**. Teresina, v. 9, n. 27, p. 169-175, jan. 2017.
- CHENG, Zara. Acte.2 x Stüssy First Anniversary Tee: A limited edition T-shirt to celebrate the premium French boutique's happy one-year. **Hypebeast**. Disponível em: <<https://hypebeast.com/2015/12/stussy-acte-2-tee>>. Acesso em: ago. 2024.
- CHOW, Kenny K. N. From Haiku and Handscroll to Tezuka: Refocusing Space and Camera in the Narrative of Animation. In: OKOTA, Masao; HU, Tze-yue (Orgs). **Japanese Animation**: East Asian Perspective. Mississippi: University Press of Mississippi, 2013. p. 183-195.
- CLEMENTS, Jonathan. **Anime**: A History. Reino Unido: British Film Institute, 2013. v.1, 256 p. ISBN 978-1844573905.
- COISAS do Japão. **Imperador Akihito e Imperatriz Michiko celebram 60 anos de casamento**.

2017. Disponível em:

<<https://coisasdojapao.com/2019/04/imperador-akihito-e-imperatriz-michiko-celebram-60-anos-de-casamento/>>. Acesso em jul. 2024.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2009. 529 p. ISBN 9788573598110.

CULTURA japonesa. **Teatro Takarazuka, quem diria, já esteve no Brasil**. Nov. 2021.

Disponível em:

<<https://www.culturajaponesa.com.br/index.php/teatro-takarazuka-quem-diria-ja-esteve-no-brasil/>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Revivendo 50 anos depois “A Rosa de Versalhes”**. Jul. 2021. Disponível em:

<<https://www.culturajaponesa.com.br/index.php/revivendo-50-anos-depois-rosa-de-versalhes/>>. Acesso em: ago. 2024.

DIAS, Camila Carmona. Moda e arte: um olhar histórico-semiótico do álbum Les Choses de Paul Poiret. **Caderno Intersaberes**, v. 7, n. 12, p. 119-140, 2018.

EDITORA Jbc. **Nausicaã do Vale do Vento #1**. Disponível em:

<<https://editorajbc.com.br/mangas/colecao/nausicaa-do-vale-do-vento/vol/nausicaa-do-vale-do-vento-01/>>. Acesso em: ago. 2024.

E-MUSEUM. **Kosode (kimono with small wrist openings), flower-and-bird pattern on white silk-warp fabric in tsuji-ga-hana-zome (combination of tie-dyeing and hand-painting)**. Era Edo. 1 peça. Disponível em:

<https://emuseum.nich.go.jp/detail?langId=en&webView=&content_base_id=100558&content_part_id=0&content_pict_id=0>. Acesso em: jul. 2024.

GATO Geek. **Camiseta Zoro streetwear**. Disponível em:

<<https://www.gatogeek.com.br/collections/camisetas-m/products/2022-summer-new-roronoa-zoro-print-t-shirt-women-men-one-piece-anime-tee-shirt-oversized-new-unisex-t-shirts-streetwear-cosplay?variant=47549142335789>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Bolsa gata lua**. Disponível em:

<<https://www.gatogeek.com.br/collections/bolsas-e-mochilas/products/bolsa-gata-lua?variant=45503828427053>>. Acesso em: ago. 2024.

GOOGLE arts&culture. **Fragmentos da primeira tela de um ‘Chōjū Giga’**. Tinta sobre papel.

Disponível em:

<<https://artsandculture.google.com/asset/unknown-artist-a-part-of-ch%C5%8Dj%C5%AB-giga-first-screen/SgEUuCB9zN38aw>>. Acesso em: jul. 2024.

GUGLINSKI, Luciana Oliveira. **A influência do mangá e do animê na moda japonesa**. 2011. 56 f. Monografia de conclusão de curso (Especialização em Moda, Cultura e Arte) — UFJF, Juiz de Fora, 2011.

GUIMARÃES, Maria Eduarda. **A moda, a rua e a rede: novas configurações da cultura**. 2013. 14f. 9º Colóquio de Moda — Centro Universitário SENAC. Fortaleza, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. 102 p. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HANDA, Francisco. História do Japão. **Cultura Japonesa**. Disponível em <<https://www.culturajaponesa.com.br/index.php/historia/historia-do-japao/>>. Acesso em: jul. 2024.

HOKUSAI, Katsushika. **Red Fuji**. 1830-1832. 1 gravura, xilograv., color., (25.4 x 37.8 cm).

Disponível em:
 <<https://artsandculture.google.com/asset/%E5%86%A8%E5%B6%BD%E4%B8%89%E5%8D%81%E5%85%AD%E6%99%AF%E3%80%80%E5%87%B1%E9%A2%A8%E5%BF%AB%E6%99%B4-south-wind-clear-sky-gaif%C5%AB-kaisei-also-known-as-red-fuji-from-the-series-thirty-six-views-of-mount-fuji-fugaku-sanj%C5%ABrokkei-0001/3wE980WqnHL34Q>>. Acesso em: jul. 2024.

HU, Tze-yue. Frameworks of Teaching and Researching Japanese Animation. In: YOKOTA, Masao; HU, Tze-yue (Orgs). **Japanese Animation: East Asian Perspective**. Mississippi: University Press of Mississippi, 2013. p. 3-14.

HYPNOTIQUE. **MSCHF vai lançar as botas do Astro Boy**. Fev. 2023. Disponível em:
 <<https://hypnotique.com.br/moda/msCHF-vai-lancar-as-botas-do-astro-boy/>>. Acesso em: ago. 2024.

KŌRIN, Ogata. **Kosode (kimono with small wrist openings), autumn flower-plants pattern on twill weave fabric**. Era Edo. 1 peça. Disponível em:
 <https://emuseum.nich.go.jp/detail?langId=en&webView=&content_base_id=100547&content_part_id=0&content_pict_id=0>. Acesso em: jul. 2024.

LIPOVETSKY, G. (2005). **O Império do Efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras.

LOEWE. **LOEWE x Howl's Moving Castle Collection**. Disponível em:
 <https://www.loewe.com/usa/en/ct/howls_moving_castle_collection>. Acesso em: ago. 2024.

MANGATOM. **On the Screen: Hakujaden – O primeiro filme de anime em cores**. Jan. 2021. Disponível em: <<https://mangatom.com.br/?p=1072>>. Acesso em: ago. 2024.

MANSO, Bárbara; GUEDES, Maria da Graça; VASCONCELOS, Rosa M. O impacto da moda urbana japonesa na cultura. In: WORLD CONGRESS ON COMMUNICATION AND ARTS, 5, 2012, Guimarães, Portugal. **Atas...** Guimarães: Universidade do Minho, 2012. p. 41-45. Disponível em:
 <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/19068/1/O%20impacto%20da%20moda%20urbana%20japonesa%20na%20cultura.pdf>>. Acesso em jul. 2024.

MIYAZAKI, Hayao. 作品静止画 (1988): My Neighborhood Totoro. Studio Ghibli. Disponível em:
 <<https://www.ghibli.jp/works/totoro/#&gid=1&pid=14>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 風の谷のナウシカ (1984): Nausicaä of the Valley of the Wind. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/nausicaa/>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 風の谷のナウシカ (1984): Nausicaä of the Valley of the Wind. Studio Ghibli. 1988. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/nausicaa/#&gid=1&pid=1>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 風の谷のナウシカ (1984): Nausicaä of the Valley of the Wind. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/nausicaa/#&gid=1&pid=2>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 風の谷のナウシカ (1984): Nausicaä of the Valley of the Wind. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/nausicaa/#&gid=1&pid=39>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 風の谷のナウシカ (1984): Nausicaä of the Valley of the Wind. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/nausicaa/#&gid=1&pid=46>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. もののけ姫 (1997): Princess Mononoke. Studio Ghibli. 1988. Disponível em:
 <<https://www.ghibli.jp/works/mononoke/#&gid=1&pid=15>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 千と千尋の神隠し (2001): Spirited Away. Studio Ghibli. Disponível em:
 <<https://www.ghibli.jp/works/chihiro/#frame&gid=1&pid=6>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 千と千尋の神隠し (2001): Spirited Away. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/chihiro/#frame&gid=1&pid=20>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 千と千尋の神隠し (2001): Spirited Away. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/chihiro/#frame&gid=1&pid=39>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. 千と千尋の神隠し (2001): Spirited Away. Studio Ghibli. Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/chihiro/#frame&gid=1&pid=43>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Starting point:** 1979-1996. 1 ed. [S.l.]: Viz Media. 2014. 461 p. V.1. ISBN 978-1421561042.

_____. **Turning Point:** 1997-2008. 1 ed. [S.l.]: Viz Media. 2021. 461 p. V.2. ISBN 978-1974724505.

MISHAN, Ligaya. Hayao Miyazaki Prepares to Cast One Last Spell. The New York Times Style Magazine. Nov. 2021. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/11/23/t-magazine/hayao-miyazaki-studio-ghibli.html>>. Acesso em: ago. 2024.

NAUSICÁ DO VALE DO VENTO. Direção: Hayao Miyazaki. Japão: Tōei Company, 1984. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/70019062?source=35>>

NAPIER, Susan. **Miyazakiworld:** A life in art. 1 ed. [S.l.]: Yale University Press. 2019. 344 p. V.1. ISBN 978-0300248593.

NEVES, Luiz Henrique Sisto das. **Moda streetwear-identificação de propósitos através da comunicação entre marcas e consumidores.** 2019. 142 f. Monografia de conclusão de curso (Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda) — Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2019.

NEVES, Maria do Céu Patrão. Alteridade e deveres fundamentais: uma abordagem ética. **Revista Direitos Fundamentais e Alteridade.** Salvador. V. I N° 01, p. 69 a 86, jul-dez, 2017. ISSN 2595-0614.

NOBUYUKI, Tsuguta. A Bipolar Approach to Understanding the History of Japanese Animation. In: OKOTA, Masao; HU, Tze-yue (Orgs). **Japanese Animation: East Asian Perspective.** Mississippi: University Press of Mississippi, 2013. p. 25-33.

OLIVEIRA, Bruno Medeiros de. **Supreme: o Hype e a ascensão do Streetwear no consumo de vestuário.** 2020. 43f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020.

ORGADO, Gisele Tyba Mayrink Redondo. **A tradução de metáforas no filme japonês A viagem de Chihiro.** 112 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) — UFSC, Florianópolis, 2010.

PENN, Mark J. **Microtendências:** as pequenas forças por trás das grandes mudanças do amanhã. 1 ed. Best Seller. 2008. 588 p. ISBN 978-8576841357.

PIACITELLI, Beatriz Biachi, SILVA, Raissa Oliveira. **A influência da moda asiática no Brasil: um olhar para o centro de São Paulo.** 2021. 85f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) — Faculdade de Tecnologia de Americana, “Ministro Ralph Biasi” Americana, 2021.

PRUDENTE, Daniela de Oliveira. **Razor girl:** processo criativo de uma coleção a partir da análise da estética cyberpunk e da obra Neuromancer. 2021. 122 f. Monografia de conclusão de curso (Bacharelado em Moda) — UFJF, Juiz de Fora, 2021.

RAMOS, Natália Guidarini. **A representação feminina nas obras de Hayao Miyazaki**. 2022. 84f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) — Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

SATO, Cristiane A. **JAPOPOP - O Poder da cultura pop japonesa**. São Paulo: Hakkosha, 2007.

SATO, Francisco Noriyuki. Quem foi Osamu Tezuka?. **Cultura japonesa**. Disponível em: <<https://www.culturajaponesa.com.br/index.php/cultura-pop/quem-foi-osamu-tezuka/>>. Acesso em: set. 2024.

SILVA, Jária Laís Correia da; MARCELINO, João Gabriel Carvalho. A viagem de Chihiro: Uma leitura do Fantástico através do Simbólico na obra de Hayao Miyazaki. **Anais 2018 Flipa**. Festival Literário de Paulo Afonso, Bahia, nov. 2018. Disponível em: <https://www.unirios.edu.br/eventos/flipa/anais/arquivos/2018/a_viagem_de_chihiro.pdf>. Acesso em: ago. 2024

STUCKMANN, Chris. **Anime impact: The movies and shows that changed the world of Japanese animation**. 1 ed. [S.l.]: Mango. 2018. 330 p. V.1. ISBN 978-1633537323.

TEIXEIRA, Sandrina Francisca. Os catálogos como ferramenta de comunicação com públicos do setor do vestuário. 2012. 15f. **Cadernos de Estudos Mediáticos**, n. 9, Fernando Pessoa, p. 53-67 — UFP. Fernando Pessoa, 2012.

TEZUKA Osamu. **Astro boy**. Disponível em: <<https://tezukaosamu.net/en/anime/30.html>>. Acesso em: ago. 2024.

THE British Museum. **Jacket, trousers**. Era Edo. 2 peças. Disponível em: <https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1998-0717-1-1-2>. Acesso em: jul. 2024.

TOKYO Fashion. **ACDC Rag Furry Pastel Jacket in Harajuku w/ Twin Buns, Rabbit Mask, Plushies, No Camera Perler Bead Necklace, Kawaii Print T-Shirt, EL Rodeo Smiley Pants, Daiso & Metallic Platform Sneakers**. Maio. 2021. Disponível em: <<https://tokyofashion.com/acdc-rag-pastel-jacket-harajuku-rabbit-mask-plushies-no-camera-perler-bead-necklace-kawaii/>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Angelic Pretty Japanese Lolita Street Style w/ Unicorn Horn & Ozz On Japan Bag**. Dez. 2021. Disponível em: <<https://tokyofashion.com/angelic-pretty-japanese-style-unicorn-horn-ozz-on-japan-bag/>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Harajuku Girl in Fairy Kei Fashion Style w/ Liz Lisa Shearling Coat & Nile Perch Ruffle Dress**. Dez. 2017. Disponível em: <<https://tokyofashion.com/harajuku-girl-in-fairy-kei-fashion-style-w-liz-lisa-shearling-coat-nile-perch-ruffle-dress/>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Japanese Cyber Goth/Punk Street Style in Harajuku**. Mar. 2012. Disponível em: <<https://tokyofashion.com/japanese-cyber-goth-punk-street-style-harajuku/>>. Acesso em: ago. 2024.

_____. **Japanese Gothic Lolita in Harajuku w/ Marble Fashion, Moi-Meme-Moitie, Current Mood & Démonia**. Dez. 2021. Disponível em: <<https://tokyofashion.com/japanese-gothic-lolita-harajuku-marble-fashion-moi-meme-moitie/>>.

Acesso em: ago. 2024. VAILATI, Jariani. **O impacto do catálogo de moda: Um estudo de caso da marca Reverso Jeans**. 2014. 171f. Dissertação de mestrado — Design e Comunicação de Moda Universidade do Minho. 2014.

VAILITI, Jariane; GAMA, Maria Gabriela; VASCONCELOS, Rosa M. O impacto do catálogo de

moda, como meio efetivo de comunicação: um estudo de caso. In: PROCEEDINGS OF WORLD CONGRESS ON COMMUNICATION AND ARTS, 8, 2015, Salvador, Brasil. **Atas...** Salvador: UNEB, 2015., p. 94-99. Disponível em: <<https://copec.eu/congresses/wcca2015/proc/works/21.pdf>>. Acesso em: out. 2024.

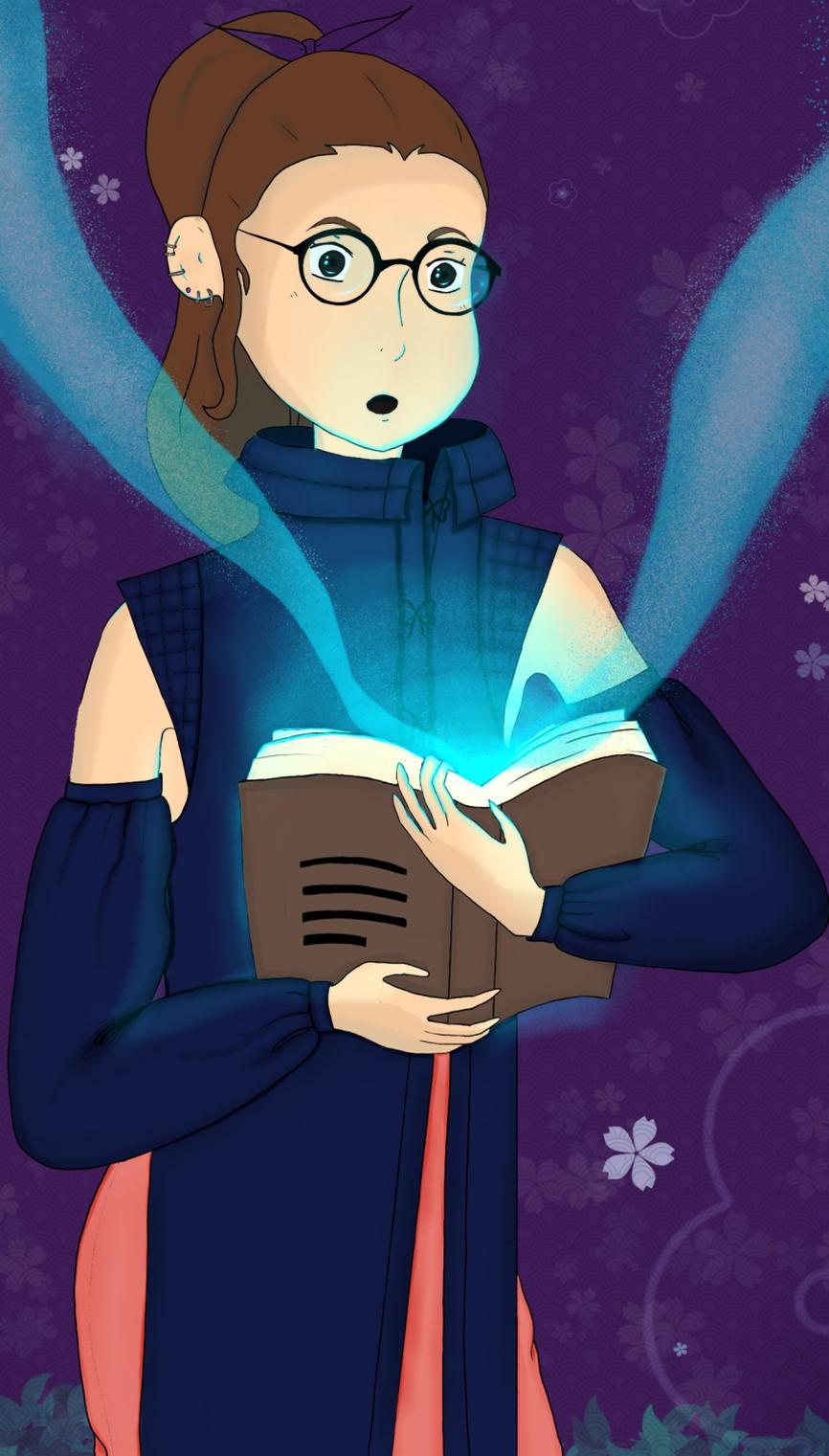
WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**. Lisboa, edições 70, 1989.

YOKOTA, Masao. Some Thoughts on the Research Essay and Commentary. In: YOKOTA, Masao; HU, Tze-yue (Orgs). **Japanese Animation: East Asian Perspective**. Mississippi: University Press of Mississippi, 2013. p. 15-22.

YOUNKER, Teresa. Lolita: Dreaming, Despairing, Defying. **Journal of East Asian Affairs**, Stanford, v.11, n.1, p. 97- 110, 2011.

ZIMMERMANN, Máira. Diálogos entre moda e rua: Teddy Boys: de subcultura a cultura de massa. **Ponto Urbe [Online]**. Dez. 2012. DOI: <https://doi.org/10.4000/pontourbe.1113>. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/pontourbe/1113>>. Acesso em: ago. 2024.

ISHIY





Um catálogo de moda que se inspira no universo do Studio Ghibli, criado por Hayao Miyazaki.

Studio Ghibli

Ponyo (2008)



Fundado em 1985, o Studio Ghibli é uma das mais renomadas produtoras de animação. Trabalhando com animações japonesas, mais conhecidas como "anime", suas produções extremamente detalhadas e coloridas, com temáticas que atraem tanto o público infantil quanto o adulto, vêm transcendendo o mundo dos animações e chamando cada vez mais atenção das grandes massas.

O castelo animado (2004)



Quem é o Hayao Miyazaki?

Hayao Miyazaki, 2008

Hayao Miyazaki é o aclamado diretor e co-proprietário do Studio Ghibli, conhecido por sua arte única e influente na animação japonesa.



O castelo no céu (1986)



Desde 1978, ele dirigiu mais de onze filmes, conquistando prêmios importantes, como Oscars e medalhas do Animage Grand Prix. Miyazaki é considerado um "auteur", cujos filmes carregam sua visão pessoal e artística.

O serviço de entrega da Kiki (1989)





Nascido em 1941, durante a segunda Guerra Mundial, ele cresceu em uma família próspera, mas com a culpa da participação no esforço de guerra. Esse conflito gerou uma ambiguidade em suas obras, especialmente sobre os avanços tecnológicos e seus impactos.

Embora Miyazaki não veja suas experiências como traumas, ele afirma que todos têm feridas emocionais que lidam de formas diferentes. Ele usa suas fantasias como uma maneira de processar essas emoções e isso é refletido nas temáticas de perseverança, resistência e aceitação em seus filmes.



Nessa cena de "O Castelo Animado", por exemplo, a heroína Sophie está junto da bruxa que a almagou, algo que nos contos de fadas a tornaria vilã, no Universo do Miyazaki é uma personagem mais multifacetada.



Meu vizinho Totoro (1988)

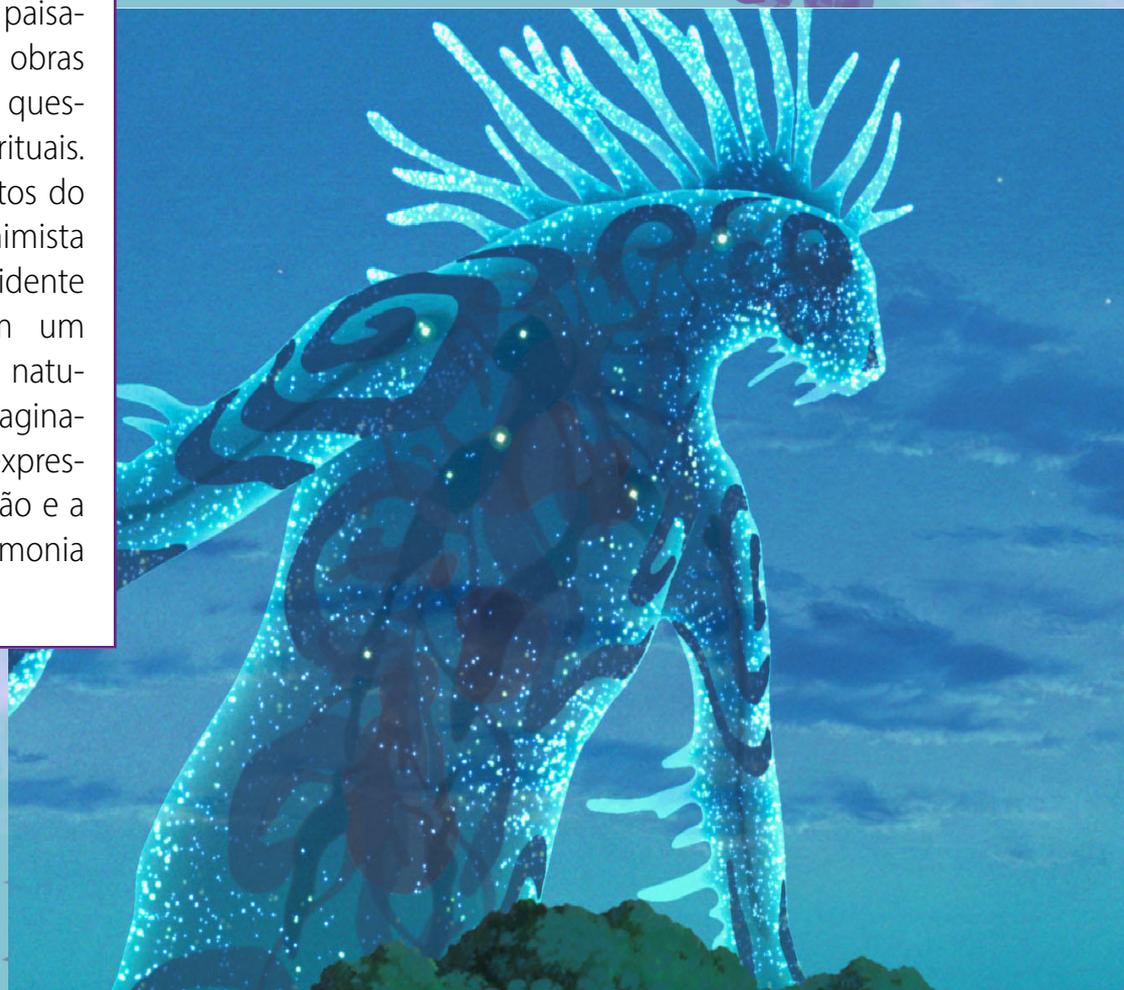
A guerra também marcou sua infância, principalmente um episódio de evacuação em que testemunhou a dor de uma mulher que implorava por ajuda.

Esse episódio influenciou sua abordagem sobre personagens infantis em suas obras. Além de geralmente serem os personagens principais, carregam grandes responsabilidades e se tornam guias para o público.



Ponyo (2008)

Miyazaki se inspira principalmente em autores e paisagens europeias, e suas obras muitas vezes refletem questões ambientais e espirituais. A presença de elementos do xintoísmo¹, religião animista japonesa, também é evidente em seus filmes, com um profundo respeito pela natureza e uma visão de "imaginação do desastre", que expressa a beleza da destruição e a necessidade de harmonia com o ambiente.



Espírito da floresta
Princesa Mononoke
(1997)

Sua carreira começou na Toei Animation, onde aprendeu técnicas essenciais e conheceu Isao Takahata (1935 - 2018), co-fundador do Studio Ghibli. Em 1985, o estúdio foi criado, com Nausicaä do Vale do Vento (1984) sendo o filme precursor que possibilitou sua fundação.



Hayao Miyazaki, Toshio Suzuki e Isao Takahata no documentário "Reino de sonhos e da loucura"

¹É um conjunto de crenças populares e práticas de povos originários que viam o mundo como reinado por espíritos e por deuses (kami) os quais estão presentes em árvores, pedras e na sua conexão com humanos.





Nausicaã do Vale do Vento

Capa do filme Nausicaã do Vale do Vento, de 1984.

Lançado em 1984, Nausicaã do Vale do Vento é uma obra-prima de Hayao Miyazaki, baseada em seu mangá, de mesmo nome, de 1982.



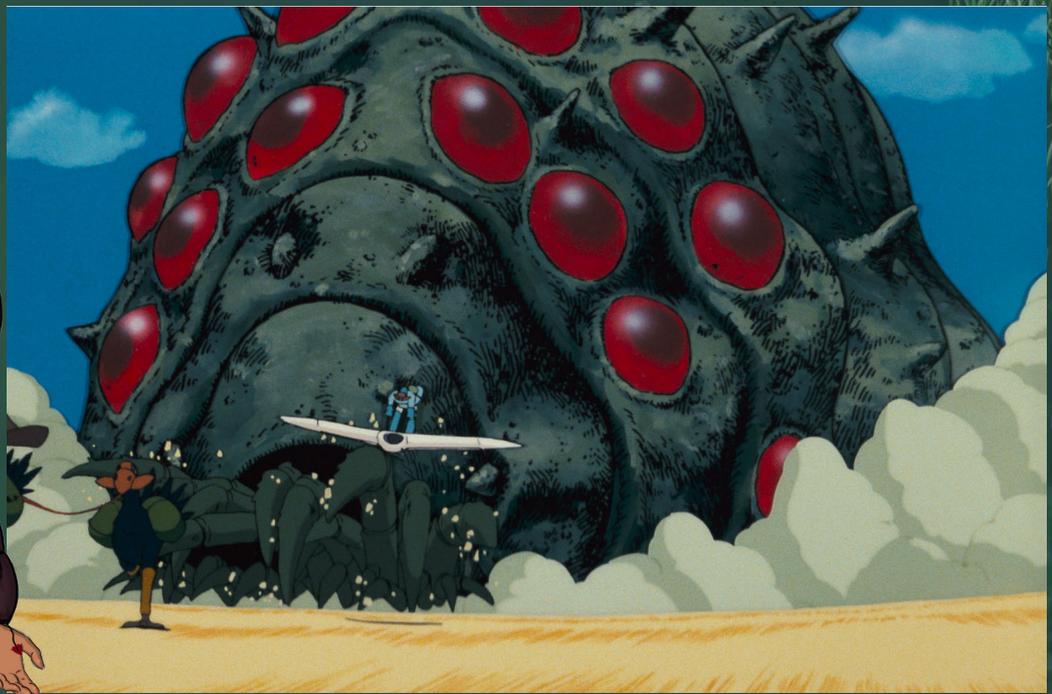
Ambientada em um futuro pós-apocalíptico, a história segue Nausicaã, a princesa do Vale do Vento, num mundo devastado por catástrofes que deram origem ao fukai, uma floresta que exala gases venenosos. Com sua sensibilidade à natureza ao seu redor, se vê obrigada a participar de uma jornada a fim de evitar uma outra guerra.

Fukai — traduzido para “Mar da Corrupção” no Brasil





L'ormozinho



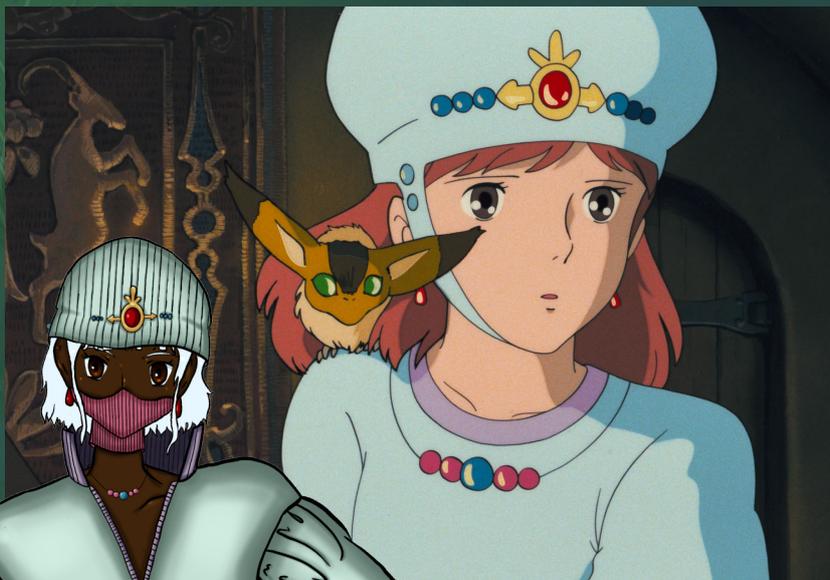
Ohmu



L'ormozinho

O filme se destaca por seu imaginário, inspirado por obras como *Dune* e *The Long Afternoon of Earth*, e influenciado pelo xintoísmo, que reflete sobre a conexão entre humanos e o meio ambiente. Miyazaki desenvolve um ecossistema complexo, onde o Ohmu, um ser majestoso e imune ao miasma, é o verdadeiro herdeiro da floresta, ele não é afetado pelos esporos, simbolizando a complexidade e a resistência da natureza.

Nausicaä com seu amigo Teto



Nausicaä, uma personagem feminina forte e complexa, desafia os estereótipos da época com sua mistura de paixão, coragem e determinação. Sua jornada, que enfatiza temas de sobrevivência e harmonia com o ambiente, pavimentou o caminho para representações mais empoderadas das mulheres no cinema.



Mesmo em sua infância, Nausicaä demonstrava sua conexão com a natureza, desde sua apreciação pelo Fukai até pelo filhote de Ohmu que tentou proteger.

L'Formozinho

L'Formozinho

Tal sensibilidade permaneceu, e é demonstrado durante o enredo, com a princesa mostrando o seu laboratório onde estuda as plantas da floresta e têm-se a descoberta que o fukai não é tóxico



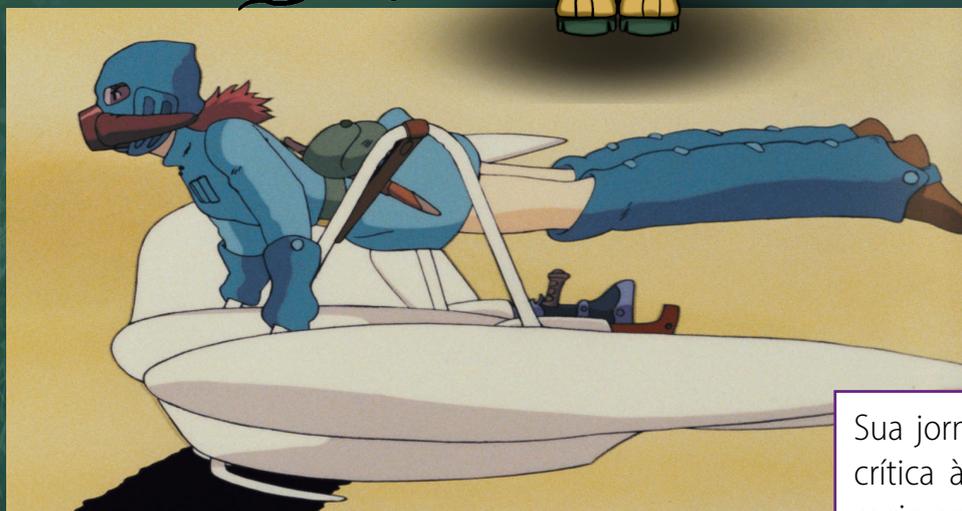
Nausicaä pegando uma amostra dos esporos



Gracia Lormozinho



Lormozinho



Nausicaä em seu planador.

Sua jornada de coragem e empatia reflete uma crítica às ações humanas que desestabilizam o meio ambiente, uma temática ainda muito relevante no contexto atual de poluição e destruição ambiental.

Além de sua riqueza estética e simbólica, a obra também faz um paralelo com questões ambientais atuais, como a poluição e o desmatamento, alertando para os danos causados pelas ações humanas. Durante vários momentos do filme, é mencionado pelos cidadãos do Vale do Vento a importância do Fukai e como não se deve destruí-lo, sendo uma visão ensinada pelos anciões do vale, como a Obaba.



Obaba



L'ormozinho

Nausicaãdo Vale do Vento não só é um marco na filmografia de Miyazaki, mas também um reflexo atemporal das questões ambientais e da evolução na representação feminina no cinema.

L'ormozinho



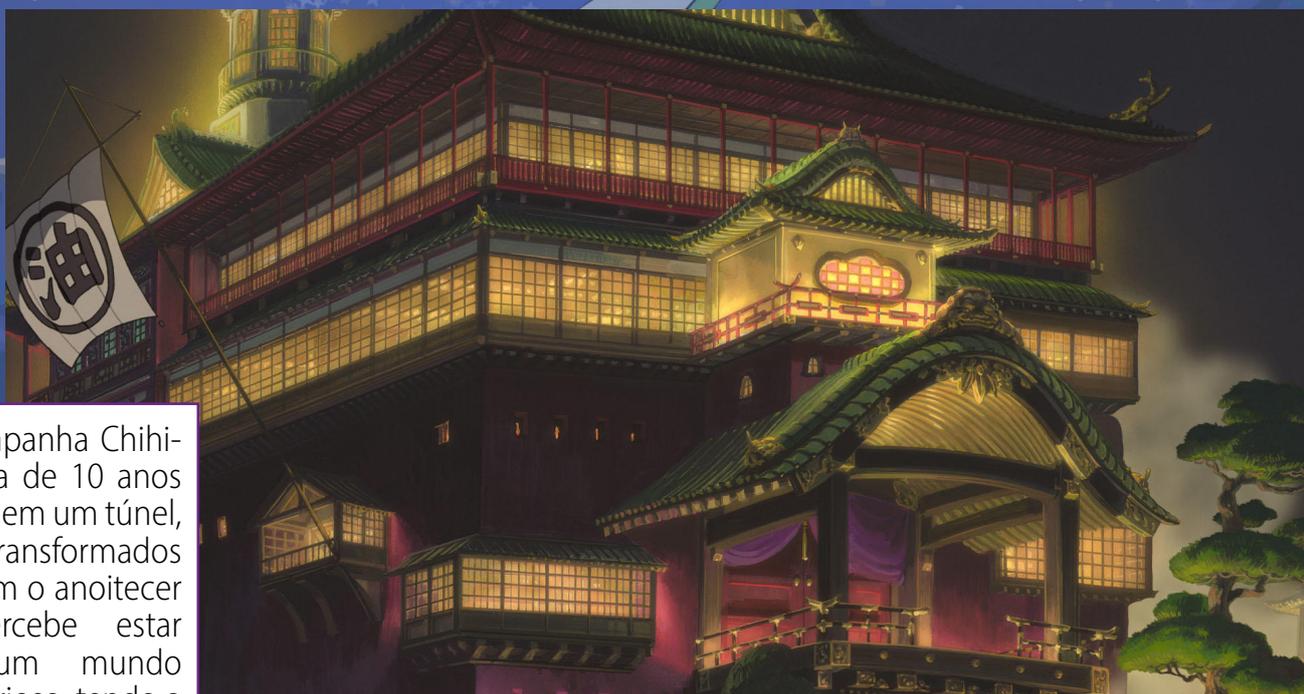
A Viagem de Chihiro

Lançado em 2001, A Viagem de Chihiro tornou-se um sucesso global, conquistando o Urso de Ouro em 2002 Oscar de Melhor Filme de Animação em 2003.



O filme, aclamado pela crítica, foi descrito como uma obra-prima da animação, destacando-se pela identificação que cria com o público ao apresentar uma protagonista que contrapõe à Nausicaä, ao ser "completamente ordinária", ou seja, uma criança comum em um mundo fantástico. Isso o diferencia de outras obras que celebram personagens com habilidades extraordinárias.

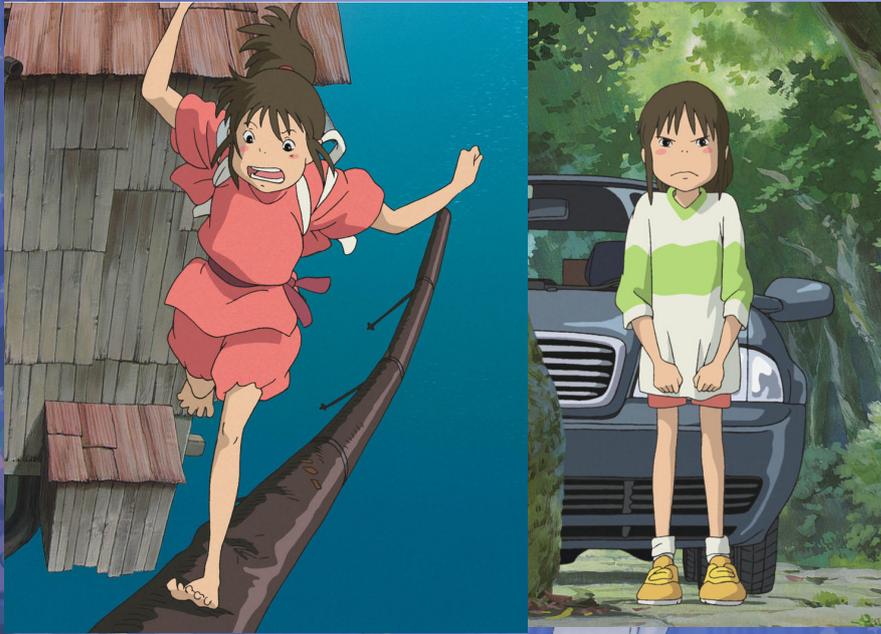
Capa de "A Viagem de Chihiro" (2002)



A história acompanha Chihiro, uma menina de 10 anos que após entrar em um túnel, vê seu pai transformados em porcos. Com o anoitecer chegando, percebe estar dentro de um mundo mágico e misterioso, tendo a missão de resgatar seus pais.

Casa de banho — cenário central da trama

Chihiro



A história, que mistura fantasia com realismo psicológico, faz uso de imagens deslumbrantes e simbólicas para explorar temas de amadurecimento, identidade e transformação, enquanto Chihiro amadurece ao enfrentar desafios no mundo da casa de banho, onde encontra deuses e espíritos.



L'Formozinho

O filme, então, se divide entre o mundo real e o fantástico, refletindo como o subconsciente molda a experiência de vida, muito similar a clássicos como *Alice no País das Maravilhas* e *O Mágico de Oz*.



Kamaji

Ao entrar nesse mundo, Chihiro consegue a ajuda inesperada de diversas pessoas, primeiro a de um garoto chamado Haku, que a ajudou a entrar na casa de banho, e Kamaji, um senhor com seis braços que trabalha na caldeira desse local e a auxilia a conseguir o emprego lá.



Formozinho



Formozinho

Ao conseguir o emprego, um feitiço é lançado que faz Chihiro perder a sua identidade, tornando-se Sen, e esse é um ponto crucial para a narrativa que enfatiza a importância de saber a si, quem ela é e de manter fiel a si mesmo.



Nessa casa de banho, Yubaba, dona da propriedade e a bruxa que escravizou a heroína, instrui Chihiro a trabalhar servindo espíritos e deuses, servindo comida, limpando e cuidando das banheiras que os purificam.



Granca Formozinho



Granca Formozinho

Lá, ela conhece diversos espíritos e deuses, dentre eles o Sem Face, um espírito que personifica a falta de identidade e a busca desesperada por reconhecimento começa a perseguir a protagonista quando ela lhe mostra bondade.



Sem Face



O filme aborda, assim, o amadurecimento de Chihiro por meio do trabalho, da disciplina e da aceitação da bondade alheia. Seu clímax ocorre com a Chihiro pegando um trem junto do Sem Face para poder salvar Haku, apesar disso, o clímax não é violento e sim calmo, como um momento de respiro.

Formozinho



Ao encontrar Haku novamente, Chihiro o liberta lembrando-o de seu nome. Em resumo, A Viagem de Chihiro é uma obra-prima visual e emocionalmente rica, que explora de forma única a identidade e o amadurecimento. Miyazaki, ao criar um mundo fantástico habitado por deuses e espíritos, faz mais do que entreter ao propor uma reflexão profunda sobre o crescimento pessoal, tornando o filme um clássico atemporal na história da animação.

Formozinho

