

Uma Ampla Variedade de Gostos Populares

Mangá



Revistas de Mangá

Revistas de mangá a venda em uma loja

(Foto: Cortesia de Getty Images)

Com o surgimento do autor e ilustrador Osamu Tezuka depois da Segunda Guerra Mundial, os chamados “mangás de histórias”, ou publicações ilustradas no formato de histórias em quadrinhos, se desenvolveram de forma bastante peculiar no Japão. Inicialmente, os principais leitores dessas publicações eram as pessoas que nasceram durante o “baby boom” de 1946-1949, mas conforme esses leitores foram envelhecendo, muitos tipos diferentes de mangá foram surgindo. A partir dos anos 1960, a leitura de mangás se expandiu fortemente, incluindo desde pessoas muito jovens até leitores na faixa dos 30 e 40 anos.

Em 2011, o mangá representava 36% do volume de todos os livros e revistas vendidos no Japão, exercendo influência em diversas formas de arte e na cultura de forma mais ampla. Embora algumas histórias de mangá sejam voltadas para crianças pequenas que estão começando a aprender a ler, outras são voltadas para garotos e/ou garotas mais velhas, assim como para o público em geral. Existem mangás de humor, especializados em brincadeiras ou situações engraçadas, e mangás experimentais, no sentido de que buscam maneiras inovadoras de expressão. Algumas histórias são de não-ficção, tratando a informação de diferentes formas, seja para o uso prático e imediato ou com uma abordagem histórica e até documental.

O aparecimento de duas revistas de mangá semanais para o público infantil em 1959, “Shonen Magazine” e “Shonen Sunday”, serviu para estabelecer firmemente o tipo de cultura mangá que observamos hoje. As duas revistas publicam uma sucessão de histórias extremamente populares. A partir da década de 80, outra revista de mangá, “Shonen Jump”, permaneceu sendo o centro da cultura mangá por muitos anos, com uma distribuição mensal de mais de 6 milhões de exemplares, além de sistemas de promoção afiliados com adaptações para videogames e animações. Mais tipicamente, histórias de mangá para crianças apresentam personagens jovens e retratam seu crescimento conforme eles lutam contra inimigos e constroem amizades com seus companheiros. Porém, conforme seus leitores envelheceram, os números de leitura para essas revistas de manga para crianças caíram. No fim dos anos 1990, a circulação semanal da Shonen Jump havia caído para em torno de 3 milhões. O que ficou popular, em seu lugar, foram as revistas de mangá com leitores mais velhos. Originalmente visando homens jovens, nos seus 20 e poucos e 30 e poucos anos, esses mangás vêm com uma grande variedade de estilos e tópicos - questões relacionadas à vida de estudante ou de adulto, ou questões sociais e econômicas - capturando uma demografia mais ampla de leitores. Dos meados dos anos 2000, os chamados “moe-manga” ou “crush-manga”, lidando com o amor e a paixão, se tornaram um gênero muito popular. “Moe” é uma gíria do japonês que se refere aos fortes sentimentos que as pessoas desenvolvem por certas personagens. As personagens são desenhadas com linhas curvas e características exageradas; as histórias não são baseadas em combate ou fantasia, como os mangás para crianças, e geralmente se desenvolvem em volta das vidas de jovens mulheres estudantes do ensino médio. Alguns mangás moe têm recebido versões animadas e isso, em troca, tem aumentado sua audiência.

O gênero de mangá para garotas também se tornou prominente. Artistas de mangá femininas nascidas nos anos 1960, além daquelas nascidas na geração do “baby boom”, surgiram para mostrar seus talentos nos anos 70 e 80. Gradualmente, elas expandiram os limites da expressão artística das produções de mangá. Representações psicológicas delicadas são feitas por meio de tipos especiais de técnicas ilustrativas que não são vistas normalmente nos mangás inicialmente produzidos para garotos.

A partir do início dos anos 90, houve um aumento notável na exportação de mangás japoneses para a Europa, América e países da Ásia. Em lugares como Taiwan, Hong Kong e Coréia do Sul, que costumavam ser conhecidos por suas versões pirateadas, muitos exemplares dos mangás populares mais recentes do Japão são publicados traduzidos por meio de acordos especiais com grandes editoras japonesas. Na Europa e América, a popularidade das séries de animação japonesas na televisão aumentou expressivamente o interesse no mangá. Prateleiras cheias de mangás com histórias de séries animadas como “Dragon Ball” (de Akira Toriyama) e “Yu-Gi-Oh!” (de Kazuki Takahashi) são atualmente algo comum nas livrarias dos Estados Unidos. Em 2002, um das principais editoras de mangá estabeleceu uma filial no exterior para comercializar edições traduzidas de mangás japoneses e distribuir animações de mangás. A companhia lançou uma edição mensal em inglês da Shonen Jump em 2003. Até 2009, NARUTO, uma série de mangá da revista Shonen Jump, na qual a personagem principal é um garoto ninja, foi republicada em formato de livro e distribuída em mais de 30 países. A versão animada está no ar em mais de 80 países. Os mangás e as animações japonesas claramente se expandiram além do seu grupo original de fãs incondicionais, para se tornarem uma parte significativa da cultura pop ocidental como um todo.

Visite também o Site do Museu Internacional do Mangá em Kyoto

<http://www.kyotomm.jp/english/>

Filmes de Animação

Longas de animação japoneses podem ser categorizados, de forma geral, em trabalhos originais isolados ou edições para cinema de séries animadas de televisão. Alguns exemplos pioneiros desse último grupo incluem os filmes de Osamu Tezuka (“Astro Boy”, etc.) e os filmes “Space Cruiser Yamato” (de 1977, lançado fora do Japão com o nome de “Patrulha Estelar”) e “Galaxy Express 999” (de 1979), ambos de Leiji Matsumoto. Populares séries animadas de televisão como “Crayon Shinchan”, “Doraemon”, e o sucesso fenomenal “Pokémon” (“Pocket Monsters”) lançam produções para cinema com frequência regular.



*Cena de um animê
(Foto: Cortesia de AFLO)*

Por mais de duas décadas, o mercado para filmes animados originais foi dominado pelo diretor Hayao Miyazaki. Combinando humor, crítica social, ativismo ambiental e lírica poética, Miyazaki produziu uma série de sucessos artísticos e comerciais que incluem “Nausicaa do Vale do Vento” (1984), “Meu Vizinho Totoro” (1988), “A Princesa Mononoke” (1997), “A Viagem de Chihiro” (2001; ganhador do Oscar de 2003 por melhor filme de animação), e “Castelo Encantado” (2004). Outro importante diretor de filmes animados é Mamoru Oshii, responsável pelos dois filmes “Ghost in the Shell” (1995 e 2004), que são trabalhos inovadores de ficção científica que questionam o conceito de humanidade. Tanto

Oshii como Miyazaki lançaram importantes filmes de animação em 2008. "The Sky Crawlers", de Oshii, é uma história de ação e aventura sobre jovens pilotos de caças, e "Ponyo à beira-mar", de Miyazaki, é o conto de uma jovem sereia que quer se tornar humana.

*Cena de um animê
(Foto: Cortesia de AFLO)*



Indústria Cinematográfica

Akira Kurosawa instigou o interesse internacional nos filmes japoneses quando sua produção de "Rashomon - As Portas do Inferno" (1950) ganhou o Leão de Ouro no Festival de Cinema de Veneza em 1951. Outros de seus trabalhos incluem "Ikiru" (1952, Viver), "Shichinin no samurai" (1954, Os Sete Samurais), "Kagemusha" (1980, A Sombra de um Samurai), e "Ran" (1985, Os Senhores da Guerra). Kurosawa ganhou o Oscar de Melhor Filme Estrangeiro por "Dersu Uzala" (A Águia das Estepes) em 1975, e recebeu um Oscar honorário especial na Cerimônia de Premiação de 1990 pelo conjunto de sua obra como artista cinematográfico. Outro diretor japonês amplamente aclamado é Yasujiro Ozu, que dirigiu filmes como "Banshun" (1949, Pai e filha) e "Tokyo monogatari" (1953, Era uma vez em Tóquio). Nesses filmes, ele representa de forma poética as sensibilidades da vida dos japoneses comuns. Suas técnicas de edição (que excluem tanto fade-ins quanto fade-outs) tiveram grande influência sobre o cinema europeu.

Durante os anos 50, os filmes eram a principal forma de entretenimento popular mas, na década de 1960, muitas pessoas compraram seus primeiros televisores e pararam de ir ao cinema, causando um declínio de público de um ápice de 1,1 bilhões de espectadores em 1958 para 246 milhões em 1970. O principal diretor da década de 70 foi Yoji Yamada, que obteve um grande sucesso popular com a série "Torasan". Esses filmes fundiam dois dos argumentos básicos do cinema japonês: a vida cotidiana coletiva de uma família e as aventuras de um viajante solitário.

O ano de 1997 registrou uma atenção fora do comum no exterior para os filmes não-animados japoneses. Em particular, o filme "Hana-bi - Fogos de Artifício", dirigido pelo famoso comediante japonês Takeshi Kitano, ganhou o Leão de Ouro no 54º Festival Internacional de Cinema de Veneza; "Unagi" (A Enguia), dirigido por Shohei Imamura, ganhou a Palma de Ouro no Festival Internacional de Cinema de Cannes; "Moe no Suzaku" (Suzaku), dirigido por Naomi Kawase, ganhou a Câmera de Ouro no mesmo festival; e "Tokyo yakyoku", dirigido por Jun Ishikawa, foi escolhido para o prêmio de Melhor Diretor no Festival Mundial de Cinema de Montreal. Em 2003, o filme de época "Zatoichi", de Takeshi Kitano, ganhou prêmios de prestígio nos Festivais de Cinema de Veneza e Toronto. Embora poucos filmes japoneses ganhem ampla distribuição no exterior, nos últimos anos diversos remakes de filmes japoneses tem sido lançados em inglês, como, por exemplo, "O Chamado" (1998), um filme de terror originalmente dirigido por Hideo Nakata.

Os filmes japoneses também foram honrados outras duas vezes no Oscar de 2009, com os prêmios de Melhor Filme Estrangeiro para "A Partida", dirigido por Yojiro Takita, e o prêmio de Melhor Curta de Animação para "A Casa em Cubinhos", do diretor Kunio Kato.

Jogos de Alta Tecnologia

As mídias de videogames existem há algum tempo e, recentemente, cresceram para rivalizar com as indústrias da música e do cinema como ramos lucrativos do entretenimento.

Um fato marcante na história dos videogames japoneses foi a estreia do jogo "Space Invaders" de 1979. O dispositivo de vídeo posicionado horizontalmente, com a tela acoplada à mesa e voltada para cima, teve uma popularização generalizada (sendo realmente um fenômeno social) que levou, inclusive, à abertura de centros de jogos eletrônicos conhecidos como "Invader Houses". Como parte do

movimento recente de nostalgia de videogames antigos, "Space Invaders" voltou a aparecer em alguns centros de jogos eletrônicos.

Em 1983, quando as primeiras vendas de consoles como o Nintendo e outros modelos permitiram que os videogames entrassem nas casas das pessoas, uma cultura madura de videogames começou a se instaurar. Se antes só era possível jogar videogames nos centros de jogos eletrônicos ou cafeterias, pagando 100 ienes por cada jogo, agora era possível jogá-los sem gastar tanto tempo ou dinheiro. Esses jogos logo ganharam uma devoção quase fanática de muitas crianças. Os jogos englobam diversos gêneros, incluindo jogos de ação, que estimulam reflexos do sistema nervoso; jogos de RPG, em que o jogador participa assumindo os papéis de alguns personagens; e jogos de simulação, nos quais se estimula que o jogador sinta como se estivesse dirigindo um carro ou pilotando um avião, por exemplo.

Um videogame que ganhou o coração de muitas crianças pequenas em 1996 e 1997 foi "Pokémon" ("Pocket Monsters"). No jogo, era preciso capturar, em ordem de sucessão, 151 tipos de monstrinhos que se escondiam em campos ou florestas. Essas criaturas eram então domadas e criadas. O jogo foi o início do fenômeno "Pokémon" que, por fim, se expandiu para cartas colecionáveis, mangás, séries animadas de televisão e vários longas-metragens de animação.

O começo do século 21 viu os videogames se diversificarem ainda mais. Primeiro, os jogos online se tornaram capazes de permitir que um grupo não especificado de jogadores interagisse e apreciasse o jogo simultaneamente. A experiência do jogador foi aprofundada pela chance de jogar contra pessoas até então desconhecidas, ou de cooperar com elas para derrotar o inimigo, assim como pela função de chat para se comunicarem uns com os outros nos jogos. Além disso, os jogos da próxima geração foram lançados um atrás do outro, incluindo jogos com recursos de treinamento ou de esportes, onde o jogador podia jogar simplesmente movendo o controle ou movendo seu corpo enquanto ficava em cima de uma prancha de equilíbrio. Outros traziam avanços como telas 3D.

A prosperidade dos jogos de computador não serviu apenas para aumentar as vendas de hardwares e softwares de jogos. A música de fundo utilizada em alguns jogos entrou para as paradas musicais convencionais e entraram para as listas de CDs mais vendidos. As listas de livros mais vendidos também chegaram a incluir os koryakubon, manuais sobre como jogar e resolver diversos videogames. Esses são alguns exemplos de formas com que os jogos de videogame tiveram impacto multimídia, ocupando um lugar significativo entre as indústrias culturais do Japão. O fato de essas indústrias também terem sido bem sucedidas no exterior (principalmente nos Estados Unidos) marca uma importante guinada para o Japão, que costumava ser um diligente importador de cultura estrangeira desde sua abertura ao mundo exterior na era Meiji. O lançamento de um novo console de videogames pelas empresas mais importantes, como a Sony Computer Entertainment Inc. ou a Nintendo, é um evento de grande porte não só para fãs dos jogos mas também para a indústria global de consumo de eletrônicos.



©2008 Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved.
Design and specifications are subject to change without notice.
Screen image simulated.

PSP (PlayStation Portable)

(Foto: Cortesia de Sony Computer Entertainment Inc.)

Cultura de Telefones Celulares (*keitai*)

O crescimento impressionante do uso de telefones celulares (*keitai*) desde o início dos anos 90 e o rápido avanço das capacidades funcionais dos aparelhos criaram um meio completamente novo de cultura popular no Japão.

Para muitos, desde crianças de idade escolar até adultos de meia idade, o celular se tornou uma parte integrante de seus estilos de vida. Na era anterior aos celulares, passageiros de metrô e trens metropolitanos das principais cidades costumavam ser vistos lendo jornais, livros ou mangás.

Atualmente, porém, é mais comum vê-los usando seus telefones celulares, mas não para fazer ligações - uma vez que longas conversas no celular não são recomendadas dentro de meios de transporte público - mas para enviar e-mails, acessar a internet (normalmente em sites especialmente formatados para as pequenas telas dos celulares), e para jogar jogos eletrônicos. Estudantes e jovens, principalmente mulheres, muitas vezes mantêm "conversas" contínuas durante o dia todo com um ou mais amigos através de mensagens do celular.

Por volta de 2005, smartphones começaram a ser vendidos no Japão. Em contraste com smartphones que possuem funções similares àquelas de um computador, telefones celulares japoneses convencionais são cheios de recursos únicos, desenvolvidos isoladamente dos outros mercados, que é o porquê de os celulares japoneses serem às vezes chamados de "Galapagos *keitai*." Assim mesmo, seus sofisticados recursos - tais como transmissão de TV, câmeras de alta qualidade e um serviço financeiro conhecido como "telefone carteira" (um chip IC embutido no telefone celular que pode ser usado como dinheiro eletrônico ou um cartão de crédito, apenas encostando-o num terminal) - concedem muitas vantagens a seus usuários. É por isso que tantas pessoas no Japão usam tanto um smartphone como um telefone celular tradicional para tirar o máximo dos vários recursos de cada tipo de telefone.



Telefones celulares
(Foto: Cortesia de Getty Images)