

PEQUENOS OTAKUS:
UMA COLEÇÃO DE ESTAMPAS INFANTIS
INSPIRADA NO ANIME NARUTO

-ナルト-

疾風伝

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Alícia Inês da Silva Alves

PEQUENOS *OTAKUS*

UMA COLEÇÃO DE ESTAMPAS INFANTIS INSPIRADAS NO
ANIME NARUTO

Rio de Janeiro

2022

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Alícia Inês da Silva Alves

PEQUENOS *OTAKUS*

UMA COLEÇÃO DE ESTAMPAS INFANTIS INSPIRADAS NO ANIME NARUTO

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Profª Amanda Fernandes Cardoso Vasconcelos

Rio de Janeiro

2022

Ficha catalográfica

Alves, Alicia

Pequenos *Otakus*: Uma coleção de estampas infantis inspiradas no anime Naruto / Alicia Inês da Silva Alves – Rio de Janeiro, 2022.

104 p.

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

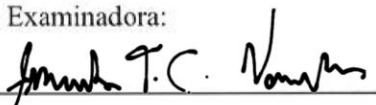
1. Design. 2. Animes. 3. Estampas 1. Título.

PEQUENOS OTAKUS: UMA COLEÇÃO DE ESTAMPAS INFANTIS INSPIRADAS NO ANIME NARUTO

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Banca Examinadora:

Data de Aprovação: 29/06/2022.


Amanda Fernandes Cardoso Vasconcelos

Especialista em Design de Estamparia- SENAI CETIQT

Docente, SENAI CETIQT


Bruna Luz de Mattos Lopes

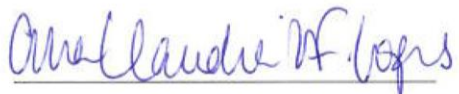
Especialista em Design de Estamparia - SENAI CETIQT

Docente, SENAI CETIQT


Rosa Lúcia de Almeida Silva

Especialista em computação gráfica e multimídia - UERJ

Docente, SENAI CETIQT



Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes

Coordenador do Bacharelado em Design

Agradecimento

Primeiramente agradeço a Deus por ter me mantido na trilha certa durante este projeto de pesquisa com saúde e forças para chegar até o final.

Agradeço a minha mãe Alice, por todo o esforço investido na minha educação e pela abdicação da vida pessoal para que hoje eu pudesse escolher a minha profissão.

Sou grata a Fabiana e Adriano Prado, pelo incentivo aos estudos e pelo apoio incondicional. Sou grata por me concederem a oportunidade e o suporte para estudar em uma das melhores instituições do Rio de Janeiro. Este trabalho é a prova de que os esforços deles pela minha educação não foram em vão e valeram a pena.

Agradeço ao meu namorado e melhor amigo Victor que sempre me apoiou e esteve ao meu lado durante o meu percurso acadêmico.

Sou grato pela confiança depositada na minha proposta de projeto pela minha professora Amanda Vasconcelos, orientadora do meu trabalho. Obrigado por me manter motivada e por sempre estar presente para indicar a direção correta que o trabalho deveria tomar.

Por último, quero agradecer também a Universidade Senai CETIQT e todos os meus professores do curso de Design de Moda pela elevada qualidade do ensino oferecido.

“Se você se concentrar em algo, poderá
fazer qualquer coisa.”

(Madara Uchiha)

Resumo

Os animes e mangás se tornaram assuntos muito comentados atualmente, aparecendo em diversos nichos da cultura pop e perpetuando cada vez mais sua presença nas estéticas buscadas pelo público. No mercado, marcas populares têm ofertado cada vez mais coleções de produtos abordando os animes para seu público infantil.

Antigamente, os fãs de animações japonesas não tinham opções de lojas para comprar artigos personalizados, entretanto, para a atual geração, a oferta de produtos é bem maior e isso possivelmente ocorreu devido ao legado sobre o anime *Naruto* que os antigos fãs deixam até hoje. Graças a essa comunidade, esse segmento ganhou a atenção necessária na indústria e produtos exclusivos para os amantes dessa cultura começaram a surgir. Atualmente, grandes grifes e grandes redes de departamentos oferecem coleções inspiradas em animes exclusivamente para o público *otaku*.

O objetivo do trabalho é desenvolver uma coleção de estampas inspiradas no anime *Naruto*, destinada ao público infantil. A coleção busca contemplar a animação, sua história e personagens marcantes, trazendo o anime para o universo infantil.

Naruto é uma série que conta a história de um jovem ninja órfão que busca se tornar o próximo *Hokage*. Os critérios usados para a seleção dos elementos da coleção foram por meio da sua participação ativa dentro do anime. A coleção foi separada em 3 categorias, feminina, masculina e *unissex*, e é composta por estampas corridas e localizadas. O foco da coleção é transmitir a essência do anime a partir da diversidade de personagens, elementos visuais e cartela de cores.

Palavras-chave: Design. Animes. Estampas.

Abstract

Anime and manga have become much talked about nowadays, appearing in various niches of pop culture and increasingly perpetuating their presence in the aesthetics sought by the public. In the market, popular brands have increasingly offered collections of products approaching anime for their children's audience.

In the past, fans of Japanese animations did not have options for stores to buy personalized items, however, for the current generation, the offer of products is much greater and this was possibly due to the legacy of the Naruto anime that old fans leave to this day. Thanks to this community, this segment gained the necessary attention in the industry and exclusive products for lovers of this culture began to emerge. Currently, major brands and department chains offer anime-inspired collections exclusively for the otaku audience.

The objective of the work is to develop a collection of prints inspired by the anime Naruto, aimed at children. The collection seeks to contemplate animation, its history and outstanding characters, bringing anime to the children's universe.

Naruto is a series that tells the story of a young orphan ninja who seeks to become the next Hokage. The criteria used for the selection of the elements of the collection were through their active participation within the anime. The collection was separated into 3 categories, women's, men's and unisex, and is made up of running and localized prints. The focus of the collection is to convey the essence of anime from the diversity of characters, visual elements and color chart.

Key-words: Design. Animes. Patterns.





INTRODUÇÃO

13

1 A RELAÇÃO ENTRE A MODA E OS ANIMES

15

1.1 A POPULARIZAÇÃO DOS ANIMES

17

1.2 ANÁLISE DAS LOJAS - CONCORRENTES E SIMILARES

22

1.3 IDENTIFICAÇÃO DA OPORTUNIDADE DE MERCADO

30

2 O QUE É UM OTAKU

34

2.1 A COMUNIDADE OTAKU

36

2.2 GERAÇÃO ALPHA

40

3 O ANIME NARUTO

43

3.1 NARUTO CLÁSSICO

44

3.2 NARUTO SHIPPUDEN

45

3.3 PERSONAGENS MASCULINOS

47

3.4 PERSONAGENS FEMININAS

49

3.5 PERSONAGENS SECUNDARIOS E ELEMENTOS VISUAIS

51

4 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

52

4.1 RELEASE

53

4.2 CARTELA DE CORES

54

4.3 ESBOÇOS, ALTERNATIVAS E CRIAÇÕES

56

4.4 FICHAS TÉCNICAS DAS ESTAMPAS

75

4.5 SIMULAÇÕES E PROTOTIPAGEM

89

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

99

REFERÊNCIAS

102





O segmento de mercado de moda referente ao público *otaku*, hoje é muito diverso, podendo ser encontrado facilmente nas grandes lojas de departamento. Entretanto, uma problemática foi observada na estampa oferecida para o público infantil, que é a falta de criatividade e imersão no tema e no público alvo, gerando uma oferta de produtos muitas vezes similares entre as marcas.

Para dar início a este projeto foi realizada uma pesquisa de campo em algumas lojas de departamento, com o intuito de observar o estilo das estampas ofertadas para o público infantil dentro do tema ‘animes’. Durante a pesquisa, descobriu-se que muitas das estampas eram parecidas entre as marcas, desta forma, foi identificada a oportunidade de desenvolver uma coleção de estampas autorais inspiradas no anime Naruto, direcionada ao público infantil fã da animação.

O anime Naruto conta a história de um menino órfão que sonha em se tornar o ninja mais forte da sua vila. A animação chama a atenção do público infantil por preencher as expectativas das crianças, com uma história repleta de altos e baixos, além de ser cômico, colorido e possuir diversos personagens cativantes que estimulam a identificação e admiração pelo anime.

Para determinar a temática deste projeto, levei em consideração dois pontos importantes, sendo eles, a área em que eu gostaria de trabalhar e um assunto que me interessa. A área escolhida foi a estampa, que é onde eu me identifico profissionalmente e sabendo que eu faço parte da comunidade *otaku*, o assunto escolhido foi os animes, que é um conteúdo que eu consumo e debato constantemente. Além disso, recentemente me tornei tia de uma menininha muito especial que me fez mergulhar no universo infantil e foi o incentivo decisivo para determinar que meu público alvo seria o infantil.

O projeto tem como objetivo criar uma coleção de estampas direcionadas ao público infantil feminino e masculino de 06 a 12 anos de idade. A proposta desta coleção é apresentar estampas diferentes das que já são ofertadas pelas grandes marcas, incorporando e contemplando os personagens da trama juntamente de uma cartela de cores que correspondam ao universo do anime. Além disso, também serão aplicadas diferentes técnicas e estilos de estampas que não sejam apenas a reprodução das imagens do anime e dos personagens, o que é mais comumente encontrado nas ofertas deste mercado.

Para entender o mercado em que se insere o público infantil, em um primeiro momento se faz o uso de uma pesquisa bibliográfica sobre a relação da moda com os animes, que fala sobre como esse nicho se tornou influente dentro da moda. Logo após falamos sobre a popularização dos animes, como ela se desenvolveu e a importância da comunidade por trás, para a manutenção dessa popularidade. Por fim, fazendo uso da pesquisa de campo, observei e estudei como determinadas marcas inseriam o anime Naruto nas estampas das coleções.

Ainda para entender a comunidade que o público alvo faz parte, num segundo momento se faz o uso da pesquisa bibliográfica sobre o que é um *Otaku*, como surgiu esse termo e a partir de que momento se denominam *Otakus*. Logo depois, abordamos a comunidade *otaku* integral e como as gerações mais velhas influenciam os gostos da atual geração. Tendo isso em mente, a fim de identificar onde a coleção se encaixa, o público alvo foi definido através da pesquisa de campo e conversas informais com crianças do meu convívio pessoal.

No terceiro momento, a fim de situar o leitor sobre a obra que é tema da coleção final, fazendo uso da pesquisa bibliográfica, realizo uma breve apresentação do anime Naruto e introduzo a definição dos personagens e elementos que vão ser usados nas estampas.

A partir do estudo de mercado, interpretação do tema e público alvo, temos enfim o conteúdo teórico necessário para o desenvolvimento da coleção final, o que compõe a quarta etapa do projeto. Nesta, é elaborada o processo criativo que se constitui a partir da cartela de cores personalizadas e do processo dos esboços, onde desenvolvi ilustrações de forma manual, que contemplassem os detalhes visuais do anime e expressassem minha interpretação pessoal dos personagens, a fim de concretizar a coleção de estampas infantis inspirada no anime Naruto, denominada Pequenos *Otakus*.

1 A RELACÃO ENTRE A MODA E OS ANIMES

-ナルト-

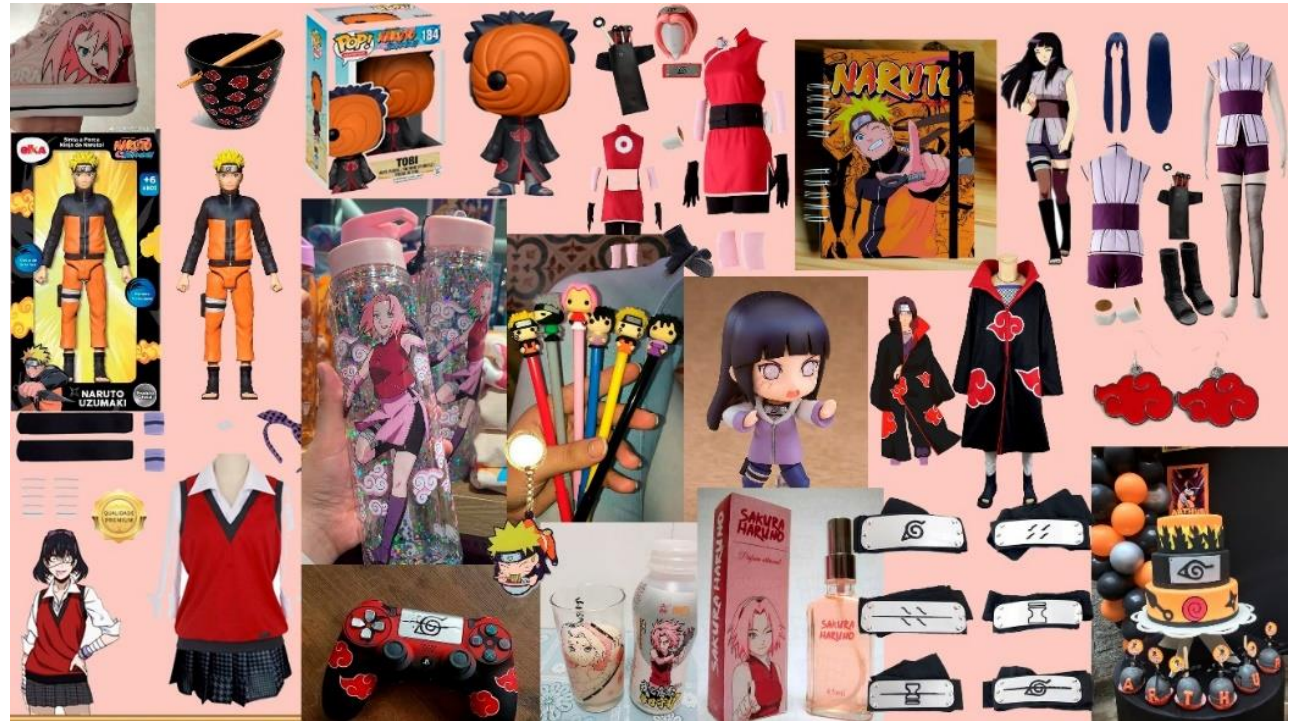
疾風伝

O objetivo desse capítulo se divide em três categorias: A primeira busca compreender a relação da moda com os animes e como tal variante ficou tão popular atualmente. A segunda busca analisar o comportamento de algumas marcas quanto a oferta de estampas sobre o anime Naruto em suas coleções. A terceira tem como intuito demonstrar qual a finalidade do trabalho. Desse modo, buscaremos inicialmente entender a relação entre o consumo de mangás, a comunidade *otaku* e os *cosplays* com a moda focada nas animações japonesas. Resumidamente, os objetivos se dividem em compreender a popularização dos animes nos dias de hoje, e como tal público ganhou espaço dentro da moda. Terminada a contextualização, os elementos serão analisados e a pesquisa tomará um rumo onde o foco principal será o anime Naruto e o desenvolvimento da coleção de estampas.

1.1 A POPULARIZAÇÃO DOS ANIMES

Os animes e mangás se tornaram assuntos bastante comentados pelos jovens atualmente, aparecendo em diversos nichos da cultura pop e perpetuando cada vez mais sua presença nas estéticas buscadas pelo público. Segundo GUGLINSK (2011), o mangá e o anime conseguiram espaço no mercado exterior graças ao seu poder sobre a cultura local, onde se mostra presente nas várias fases da vida dos japoneses, desde a infância até a fase adulta, influenciando tantos aspectos da vida cotidiana, dentre eles, a moda. Moda tão peculiar, influenciada por tais desenhos, que se tornou inspiração em todo o mundo. O sucesso dos personagens dos animes gera a criação de *merchandising*: brinquedos, confecções, produtos alimentícios, de papelaria, entre outros, gerando grande lucro para a indústria.

Figura 1: Compilação de produtos diversos inspirados em animes.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Na figura 1 mostro uma coleção de produtos comercializados e personalizados com personagens de animes, mercadorias de diversos nichos adaptadas a este segmento.

Esse alto consumo de mangás e, por consequência, de animes, está diretamente ligado na íntima relação entre leitor e personagem, uma vez que heróis e heroínas partem da vivência direta do leitor, para, depois, fantasiar. São personagens que agem com conformismo e auto sacrifício, autodisciplina e rigidez moral, características do espírito japonês, como uma herança medieval (GUGLINSK, 2011, p.21).

Devido ao público ser bem definido e extremamente fiel aos mangás e animes, hoje existem encontros destinados a este público com interesses em comum com o foco de reunir essas pessoas. E através desses encontros iniciou-se uma nova prática entre os grandes fãs desse gênero de expressão de arte: o *cosplay*. (GUGLINSK, 2011, p.22)

De acordo com Rodrigues (2018), o termo “*cosplay*” vem da junção das palavras, *costume* (fantasia) e *roleplay* (brincadeira ou interpretação). A arte é um longo processo, que envolve estudar as emoções do personagem, investigar os figurinos, maquiagens, cabelos e acessórios respeitando as versões originais. A materialização da figura escolhida não é simplesmente estética. Um *cosplayer* praticará os movimentos e trejeitos do personagem para ajudar na composição e encarnar a figura.

Figura 2: Grupo de *cosplayers* do Rio de Janeiro – Anime *Naruto shippuden*.



Fonte: @narutoteatrobr/ Grupo de *cosplayers* do Rio de Janeiro vestidos como membros da *Akatsuki* (Fotografia).

Quando o assunto é moda e animes, uma das primeiras coisas que pode vir à cabeça é a estampa da *Akatsuki*, legião antagônica do anime *Naruto*: o fundo preto com nuvens em vermelho tem estampado desde os sobretudos – usados pelos personagens na série – até camisetas e shorts e já chegou até ao *fast-fashion*. (ASSUNÇÃO,2021).

Os *otakus* são hoje muito importantes para a economia do Japão. Antes, essa palavra definia apenas aqueles fãs que viviam num “mundo próprio”, sem nenhum contato com a sociedade, isolados de todos, mas relacionando-se apenas com um assunto específico – desde mangás a computadores – e essa paixão era o único motivo de sua existência. Hoje, os *otakus* se tornaram um grupo (geralmente de fãs de quadrinho, animações e filmes), deixaram de se isolar, juntaram-se com seus semelhantes e com isso tornaram-se grandes consumidores de produtos derivados de seus objetos ou personagens de idolatria. (GUGLINSK, 2011, p.24).

Além de muito importantes para a economia do Japão, hoje os *otakus* se alastram pelo mundo formando comunidades por toda parte, inclusive no Brasil, onde de acordo com Oresko (2018), é possível dizer que houve uma apropriação cultural dos desenhos japoneses pela cultura pop brasileira e isso acontece porque no Brasil existe a maior colônia japonesa fora do Japão, e esse afeto pelos mangás e animes gerou uma grande gama de fãs brasileiros

e grandes eventos de animes como; *AnimeCon* e *Anime Friends*, que fazem essa comunidade de fãs crescer cada vez mais, começaram a surgir e se popularizar no país.

Figura 3: Grupo de *cosplayers* participando do evento Anima Recife em 2020.



Fonte: Danilo César/TV Globo, 2020.

Outro estopim para a divulgação dos animes nos dias atuais foi através da popularização da rede social de vídeos “Tik Tok”. Nessa rede social os animes e a comunidade *otaku* possuem grande “poder” sobre a viralização de conteúdo dentro da plataforma. A rede é composta por “*video trends*”, a maioria desenvolvidos pelos próprios usuários da rede social, e muitas dessas *trends* de sucesso são sobre animes, a maioria áudios de falas dos personagens que viralizaram de forma inesperada e fazendo com que muitas pessoas e celebridades reproduzissem os vídeos no aplicativo, dando bastante visibilidade para conteúdos desse nicho. Uns dos nichos que fazem sucesso na plataforma são o *#animescosplay* e *#animeoutfit*, onde os influenciadores mostram como se vestir de acordo com seus personagens favoritos, ou como fazer *cosplays* de forma mais acessível.

Exemplos disso são influenciadores do TikTok, como @emsonmallari, que cria TikToks sobre como se vestir como seus personagens favoritos e @magic_phyra criadora de conteúdo e *cosplayer* brasileira, que faz diversos vídeos para a comunidade *otaku* ensinando a fazer *cosplays* de forma mais acessível (HUDSON, 2022).

Mediante a viralização desses vídeos, novas pessoas descobriram sobre os animes e se interessaram pelos personagens, história ou pela estética visual, e outras pessoas só expuseram que já gostavam e consumiam as animações.

Figura 4: Compilado de *cosplays* do anime *Naruto* realizados pela influencer e *cosplayer* brasileira @magic_phyra.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Magic Phyra é uma influencer, *cosplayer* e *cosmaker* brasileira que desenvolve conteúdos sobre como fazer *cosplays* de forma mais acessível, como editar fotos para dar destaque a fantasia, além de *reviews* de perucas, lentes de contato e outros artefatos para *cosplays*.

Figura 5: Compilado de *outfits* inspirados em animes realizados pelo influencer do TikTok @emsonmallari



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Emson Mallari é um influencer famoso na rede social TikTok, por desenvolver *looks* inspirados em personagens de animes. O diferencial do influencer é a adaptação do estilo dos personagens a roupas casuais de forma bem estilosa e diferenciada.

Além dos *TikTokers* citados, personalidades famosas também se assumiram amantes das animações japonesas, como a cantora Megan Thee Stallion, fã assumida de animes e mangás, que na canção, ‘*Girls In The Hood*’, menciona transar enquanto assiste animes e o Sasuke, um dos principais personagens de *Naruto*, e que no ano de 2020 lançou uma coleção colaborativa com a

Crunchyroll, um dos maiores *streamings* de animes. No Brasil, Pablo Vittar também adora as animações japonesas e já fez referências em alguns de seus *hits*, como no clipe de *Modo Turbo* e *Rajadão* (ASSUNÇÃO, 2021).

Figura 6: Megan Thee Stallion vestindo uma camiseta do anime *Naruto* ao lado de Anna Wintour.



Fonte: FFW, 2021.

1.2 ANÁLISE DAS MARCAS - CONCORRENTES E SIMILARES

Observando o crescimento da fama dos animes nas mídias, estilos de vida, moda, *merchandising*, entre outros canais, é possível perceber o interesse escancarado de grandes marcas de departamento pelo universo *otaku*. Marcas como a Renner, C&A, entre outras, tem cada vez mais ofertado coleções de produtos diversos abordando os animes ou a estética de peças com desenhos de mangás para seu público infantil. Compreender o que impulsionou tais empresas a desenvolverem coleções com esses temas é necessário para o sucesso desta pesquisa.

Figura 7: Imagem da aba de roupas infantis do site da loja Renner.



Fonte: Web Site: lojasrenner.com.br

No ano de 2020 o mundo se deparou com uma situação tanto quanto atípica, uma pandemia se alastrou pelo mundo trazendo com ela grandes mudanças de hábitos, estilos de vida e o isolamento social. Durante o isolamento as pessoas tiveram que redescobrir formas para passar o tempo em casa e se distrair, ainda mais com crianças dentro de casa, que tendem a ficar mais instáveis com a rotina abalada devido as restrições.

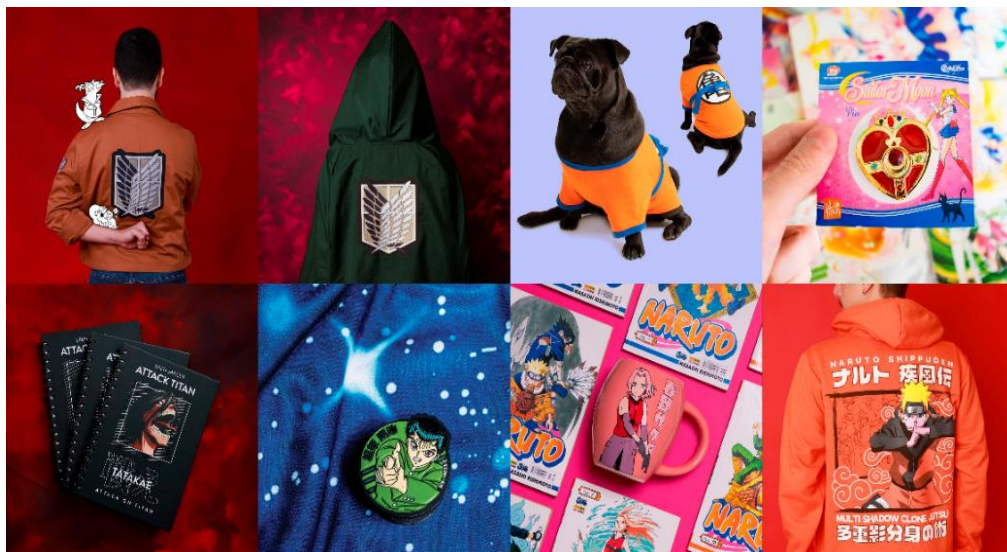
Por conta disso, assistir TV se tornou algo maior do que um momento de distração. Transmissões de vídeo ao vivo se tornaram os novos shows e a utilização dos serviços de *Streaming* para assistir seriados, filmes, *realities*, animes, entre outros programas obtiveram um crescimento surreal durante este período.

De acordo com (Fischer, Sara; Flynn, Kerry, 2022, apud Parrot Analytics, 2021), a demanda global por conteúdo de anime cresceu 118% nos últimos dois anos, tornando-o um dos gêneros de conteúdo de mais rápido crescimento durante a pandemia. Um dos canais que mais se popularizou durante a pandemia foi o *Crunchyroll*, uma plataforma de *streaming* de anime com 5 milhões de assinantes pagos. A plataforma atende a 120 milhões de usuários em mais de 200 países e territórios oferecendo, jogos para celular, mangá, produtos de eventos e distribuição (WEITZ et al., 2021). Devido ao grande número de acessos que a plataforma teve no período pandêmico a empresa realizou uma matéria alegando quais foram os animes mais assistidos na plataforma durante o isolamento social. Entre os animes estão títulos como ***Black Clover***, ***Boruto: Naruto next Generation***, ***Naruto shippuden***, ***One Piece***, entre outros. Durante esse período, animes ganharam um maior engajamento, com histórias motivacionais que prendem a atenção do telespectador.

Sabendo disso é possível perceber que um dos motivos das grandes marcas estarem apostando atualmente em coleções inspiradas no universo *otaku* é pelo fato do crescimento em massa no consumo de animes durante a pandemia. O período de isolamento fez com que um público que antes era minoria - *otakus* - crescesse de forma considerável durante o ano.

Retornando aos *cosplays*, nos dias atuais, de acordo com Luxas Assunção (2021), o ato de se vestir como personagens de anime e mangás deixou de ser necessariamente um *cosplay* e foi se diluindo, tendo seu estilo incorporado de formas mais palatáveis no estilo dos fãs e espectadores, de diversas formas. Exemplos disso são os surgimentos de lojas destinadas a apenas esse estilo, por exemplo a loja Piticas que é bastante conhecida pelos seus produtos personalizados com os personagens do universo *geek* e *otaku*. A loja está presente em diversos shoppings pelo Brasil, e é pioneira nesse ramo. Devido ao seu sucesso de vendas foi reconhecida como “O fenômeno Piticas”, por estar em crescimento constante e ofertar um amplo mix de produtos. São pijamas, jaquetas, moletons e acessórios que somam mais de 500 itens. A loja fatura, em média, 60% a mais que um quiosque (ANDRADE, 2019).

Figura 8: Coleção de produtos da Loja Piticas inspirados em Animes.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Além das lojas físicas, existem inúmeros comércios virtuais fazendo sucesso e que prezam por ofertar produtos originais com qualidade e preço justo ao público *otaku* e *geek*. Como as lojas “Capsula”, “*Shingeeek*”, “*Studio Geek*”, “*Stan Geek*”, “*Icha Icha*” e “*SaveGeek store*”, sempre ofertando estampas diferentes e produtos criativos que refletem a existência de uma pesquisa sobre o público e seus gostos por, animes, desenhos, filmes e bandas, o que faz com que essas lojas entreguem um produto diferente e especial para o cliente que adquire, pelo fato de se preocuparem em saber o que agrada seu público dependendo do momento.

Figura 9: Compilação de produtos das lojas, Capsula, *Shingeeek*, *Studio Geek*, *Stan Geek*, *Icha icha* e *SaveGeek*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Compreendendo tais informações é possível perceber que devido ao público *otaku* estar em crescimento constante, a moda percebeu o potencial dos animes e as grandes marcas de *fast fashion* como Renner e C&A estão apostando com tudo nas estampas inspiradas nas animações japonesas, principalmente no anime *Naruto*.

Em meados do ano de 2021 e início de 2022, tive a oportunidade de realizar uma pesquisa de campo nas lojas de departamento Renner, C&A, Marisa e Riachuelo, na cidade de Nova Iguaçu. Durante essa pesquisa pude capturar imagens das estampas que estavam sendo ofertadas em 2021 e também a evolução das variações das estampas no ano de 2022 conforme a demanda pelas peças. Na primeira visita às lojas em outubro de 2021, observei que existe uma similaridade entre as imagens ofertadas, uma escassez de estampas corridas, um grande foco nos personagens principais e no grupo antagonístico do anime, a *Akatsuki*, principalmente a nuvem vermelha que é símbolo do grupo. Além disso, as roupas da categoria feminina normalmente aparecem com a personagem Sakura, uma das protagonistas, entretanto ainda existe pouca representatividade das demais personagens femininas, como Hinata, Ino, Ten Ten e Temari. As cartelas de cores também são parecidas em ambas as marcas e a oferta de tamanhos varia bastante desde o infantil até o adulto XGG.

Ao lado, imagens da pesquisa realizada em 2021.

Figura 10: Pannel de produtos com estampas do anime Naruto, ofertadas pelas lojas Renner, C&A, Riachuelo e Marisa no Shopping Nova Iguaçu.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

No início de 2022 fiz mais algumas visitas às lojas, e apesar de poucos meses de diferença entre as visitas, já pude observar algumas evoluções nas estampas ofertadas e pequenas diferenças das coleções entre as marcas. Uma das primeiras coisas que observei foi uma pequena variação nas cartelas de cores ofertadas, antes observávamos uma monotonia entre blocos de cores em tons de laranja, amarelo, vermelho, branco, preto e as vezes rosa, agora, além de permanecer os tons citados, percebo uma variedade em tons de azul e algumas texturas estilo *tie-die*.

Também observei uma quantidade maior de estampas corridas, estampas mais trabalhadas visualmente e o uso de diferentes tipografias nos textos. A loja Riachuelo possui uma diferença entre as demais lojas, pois oferece algumas estampas em relevo, como se fossem bordados, o que traz exclusividade pra quem procura um acabamento diferente. A oferta de personagens continua a mesma, com um maior foco nos principais personagens e no símbolo da *Akatsuki*, as personagens femininas além da Sakura ainda não são bem aproveitadas e as coleções femininas ainda não apresentam muitas diferenças nas estampas. Em conclusão, as novas estampas do início do ano de 2022 apresentam diferenças, mas ainda continuam similares e pouco diversas dentre as marcas, poucas pessoas perceberiam as diferenças entre as coleções.

Ao lado, imagens da pesquisa realizada em 2022.

Figura 11: Painel de produtos com estampas do anime Naruto, ofertadas pelas lojas Renner, C&A, Riachuelo e Marisa no Shopping Nova Iguaçu.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Através da pesquisa, foi identificado que dentre as lojas citadas, as lojas Renner e C&A, são as que possuem maior quantidade e diversidade de estamparia com o tema “Naruto”, principalmente no segmento infantil.

Figura 12: Pannel de produtos do site da loja Renner inspirados no anime *Naruto*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 13: Pannel de produtos do site da loja C&A inspiradas no Anime *Naruto*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Os painéis 12 e 13 foram desenvolvidos a partir de uma pesquisa realizada nos sites oficiais das lojas C&A e Renner, o intuito é demonstrar a oferta de produtos com a temática “Naruto” dentre as marcas, principalmente no segmento infantil. O painel 14 visa demonstrar as similaridades observadas nas estampas ofertadas por ambas as marcas.

Figura 14: Painel de similaridades entre as marcas Renner e C&A.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Analisando o painel de similaridades entre as marcas Renner e C&A é possível perceber algumas semelhanças entre as peças ofertadas por ambas as marcas, como: cartela de cores limitadas em tons de preto, amarelo, laranja, branco, cinza, vermelho e azul, estampas localizadas com as mesmas ilustrações e escassez de estampas corridas. Diferença na oferta de estampas para o público infantil e jovem, onde as estampas ofertadas para o público infantil às vezes aparecem de forma mais caricata em estilo “*chibi*”, que de acordo com Martins (2012), um termo japonês utilizado para descrever um traço de desenho de personagem bastante estilizado, com cabeças pouco maiores que o tamanho dos corpos, geralmente para obter um efeito cômico ou mais sentimental. O foco geralmente está nos personagens principais, Naruto, Sakura e Sasuke, o que leva a baixa representatividade para o público feminino, negro e gordo, apesar da animação ter diversos personagens amados com potencial de fazer com que mais pessoas se identifiquem ao comprar um produto. Além disso, a faixa etária ofertada por ambas as marcas é separada entre tamanho infantil 4 anos a 10 anos, adolescente tamanhos 12 anos a 16 anos e tamanho único feminino do PP a GG e masculino do PP ao XGG.

1.3 IDENTIFICAÇÃO DA OPORTUNIDADE DE MERCADO

O mangá “Naruto” teve seu primeiro volume publicado no ano de 1999, e a animação foi transmitida pela primeira vez na televisão brasileira durante os anos 2000, o que significa que acompanhou parte da adolescência e início da fase adulta da geração que hoje chamamos de *millennials* – pessoas que nasceram entre 1980 e 1995 – (PETRÓ, 2019). O anime foi muito importante para essa geração, que hoje são adultos formados, pois foi praticamente um dos primeiros contatos com o conteúdo midiático da cultura japonesa de forma já dublada para o português, o que traz mais entendimento para as crianças.

Uma das comprovações sobre isso é a fama que o anime continua possuindo após mais de 20 anos de lançamento.

Antigamente, os fãs desses animes não tinham opções de lojas para comprar artigos personalizados pois era uma época onde as animações japonesas não tinham muita abertura dentro da moda convencional, entretanto, para a atual geração de crianças, a geração *alpha* – nascidos a partir de 2010 – a oferta de produtos é bem maior, e isso possivelmente ocorreu devido ao legado sobre o anime *Naruto* que os pais das crianças *alphas* – os *millenials* – deixam até hoje, visto que os pais são os grandes influenciadores do que suas crianças irão consumir. E as crianças por sua via, de acordo com (MELLO *et al.*, 2016), são como esponjas, analisam e aprendem de tudo, influenciam decisões de compras, adoram consumir os meios de comunicação e desenhos animados.

No assunto em questão, o anime *Naruto*, que surgiu nas televisões brasileiras durante os anos 2000 e atualmente, no ano de 2022, ainda faz um grande sucesso com o público infantil, passado de geração em geração.

Além disso, entende-se que o período de isolamento social ocasionado pela pandemia, fez com que o público infantil consumisse mais conteúdos midiáticos do que o normal, o que ocasionou essa popularização dos animes dentre os nichos de produtos infantis, sejam eles itens de vestuário, decoração, produtos alimentícios, entre muitos outros.

As crianças da geração *alpha* crescem junto com um mercado novo que é totalmente adaptado ao brincar. Para a atual moda infantil, a infância, o conforto e a diversão estão em primeiro lugar. Os pequenos consumidores *alpha* são democráticos no quesito estilo e presam bastante pela liberdade de usar o que quiser, na cor que quiser e quando quiser (ZATTINI, 2021, p,01).

A coleção será destinada ao público infantil dos 06 aos 12 anos de idade, que dentro da pesquisa realizada é a idade onde as crianças estão se interessando e entendendo mais sobre os animes. E terá como finalidade expressar estampas criativas que representem o fanatismo que surgiu durante o período pandêmico em torno das animações japonesas, fanatismo esse que surge muito da identificação do telespectador para com os personagens, suas características e histórias de vida, além de referências que expressem a diversão e a liberdade de ser uma criança nos dias atuais. Entendendo os pontos citados, esta coleção terá como diferencial a representação de diversos personagens do anime *Naruto*, e elementos visuais que transmitam a essência da animação.

O anime em questão é muito forte no quesito personagens e estética memoráveis, então um dos objetivos é dar foco e representatividade para personagens e elementos visuais que ainda não foram explorados pelas grandes marcas, além do que foi observado na pesquisa de concorrentes e similares entre as lojas Renner e C&A, onde as marcas ofertam uma gama de estampas muito parecidas, escassez de estampas corridas, falta de elementos e personagens representativos para os consumidores. Desse modo, a fim de trazer personalidade, criatividade e correlação com o anime, serão desenvolvidas de forma autoral, ilustrações em técnicas tradicionais e digitais explorando estilos diferentes de desenhos que tragam personalidade e diversidade para a coleção. Além de trabalhar com personagens diversos, a coleção vai abranger uma paleta de cores mais harmônica e colorida, respeitando a paleta original da animação, mas fugindo dos tons mais comuns nas marcas pesquisadas. Também serão desenvolvidas uma maior quantidade de estampas corridas com elementos visuais que contemplem a narrativa do anime.

As estampas serão dispostas em 3 categorias que foram identificadas como oportunidades durante as pesquisas de mercado, sendo elas: categoria feminina, onde irei ofertar estampas com foco em elementos e personagens femininos da animação; categoria masculina, seguindo o mesmo direcionamento das marcas, irei ofertar estampas com foco nos personagens masculinos e elementos representativos; e a categoria *unissex*, onde irei ofertar estampas que englobam o anime completo, com personagens e elementos que toda criança possa se identificar. Dessa forma uma coleção que represente essa nova comunidade *otaku* formada pelas crianças da geração *alpha* será desenvolvida para atender a essa potencial demanda do mercado de moda infantil.

This collage displays a variety of anime merchandise, primarily t-shirts and hoodies. The items include:

- A white t-shirt with a ramen bowl design.
- A black t-shirt with a pink anime character.
- A blue backpack with a colorful pattern of small anime characters.
- A white t-shirt with a black cat pattern.
- A pink hoodie with a yellow banana and a character.
- A purple hoodie with a black cat and a character.
- A white t-shirt with a green frog design.
- A brown t-shirt with a cat design.
- A yellow t-shirt with a character design.
- A white t-shirt with a character design.
- A blue t-shirt with a daisy flower design.
- A yellow t-shirt with a cat design.
- A white t-shirt with a character design.
- A pink t-shirt with a character design.
- A white t-shirt with a character design.
- A blue t-shirt with a character design.
- A pink hoodie with a character design.

This collage displays a variety of anime merchandise, primarily t-shirts and hoodies. The items include:

- A white t-shirt with a ramen bowl design.
- A black t-shirt with a pink anime character.
- A blue backpack with a colorful pattern of small anime characters.
- A white t-shirt with a black cat pattern.
- A pink hoodie with a yellow banana and a character.
- A purple hoodie with a black cat and a character.
- A white t-shirt with a green frog design.
- A brown t-shirt with a cat design.
- A yellow t-shirt with a character design.
- A white t-shirt with a character design.
- A blue t-shirt with a daisy flower design.
- A yellow t-shirt with a cat design.
- A white t-shirt with a character design.
- A pink t-shirt with a character design.
- A white t-shirt with a character design.
- A blue t-shirt with a character design.
- A pink hoodie with a character design.

A collage of various anime-themed clothing items. It includes a white t-shirt with a ramen bowl, a black t-shirt with a pink anime girl, a blue backpack with colorful alien patterns, a white t-shirt with black cat prints, a pink hoodie with 'GUCCI' and a cat on a banana, a purple hoodie with a cat and a flower, a light blue t-shirt with a green alien, a brown t-shirt with a cat, a yellow t-shirt with 'J-pop' and a girl, a white t-shirt with a girl and strawberries, a light blue t-shirt with a girl and a flower, a yellow t-shirt with a cat, a white t-shirt with a girl and a cat, a pink t-shirt with 'CARNIVAL' and a girl, and a pink hoodie with a girl and a cat. There is also a black t-shirt with 'NARUTO' and a character, and a white t-shirt with a girl and a cat.

A collage of various anime-themed clothing items. It includes a white t-shirt with a ramen bowl, a black t-shirt with a pink anime girl, a blue backpack with colorful alien patterns, a white t-shirt with black cat prints, a pink hoodie with 'GUCCI' and a cat on a banana, a purple hoodie with a cat and a flower, a light blue t-shirt with a green alien, a brown t-shirt with a cat, a yellow t-shirt with 'J-pop' and a girl, a white t-shirt with a girl and strawberries, a light blue t-shirt with a girl and a flower, a yellow t-shirt with a cat, a white t-shirt with a girl and a cat, a pink t-shirt with 'CARNIVAL' and a girl, and a pink hoodie with a girl and a cat. There is also a black t-shirt with 'NARUTO' and a character, and a white t-shirt with a girl and a cat.

2

O QUE É UM OTAKU

-ナルト-

疾風伝
しつ ぶら どん

Otaku é o termo utilizado globalmente para definir aquele que acompanha e gosta de animes e mangás (NAÍSA, 2020). Segundo o pensamento de Jefferson (2017), ser um *otaku* vai além de uma simples relação de consumo com a cultura mediática japonesa, os *otakus* tendem a emergir no universo dos animes e mangás, se aprofundar em cada detalhe de suas histórias e personagens favoritos a fim de adquirir conhecimento sobre a obra, e sentem a necessidade de compartilhar suas experiências, opiniões e objetos com seus semelhantes.

aquele que comumente é denominado como *otaku* conhece intimamente aquele produto, seja ele um astro, uma personagem ou narrativa, e, sobretudo, consome seus derivados: animes, mangás, livros sobre mitologias, filmes, bottons, toucas, bonés, camisetas, mochilas, máscaras, cards, coleções de DVDs, pulseiras, anéis, às vezes até reproduz as roupas de seus personagens preferidos, seus acessórios, e também suas características psicológicas e gestos como é o caso de expressões como o cosplay. (URBANO, 2013, p.03)

Além do *otaku*, também existe o termo “*otome*”, que de acordo com Chan (2012), em japonês significa “donzela” ou “virgem”, mas na comunidade *otaku*, *otome* é usado como feminino de *otaku*, isto é, são garotas consumidoras e amantes dos produtos da cultura japonesa. Porém, o termo *otaku* é utilizado no geral de forma *unissex*.

Figura 16: Diferenças entre um *Otaku* e uma *Otome*.



Fonte: Blog amamosanimes-br

De acordo com Naísa (2020), a palavra *otaku* tem uma origem indefinida, no Japão a palavra significa “vossa casa”, um termo usado em sinal de respeito. Entretanto na década de 80, o escritor Akio Nakamori utiliza a palavra para definir um grupo de jovens. Nakamori identificou aspectos em comum entre um grupo de jovens em uma feira de mangás em Tóquio, ele descreve o grupo como sendo praticantes de *cosplay* que estavam em filas para assistir uma animação japonesa, e pessoas obcecadas por desenhos, mangás, tecnologia, computadores e cultura pop. Desde então o verbete tornou-se o referencial mundial para designar uma tribo social que se interessa e compartilha a produção mediática oriunda do Japão (GUSHIKEN e HIRATA, 2014).

2.1 A COMUNIDADE OTAKU

O que é a comunidade *otaku* e qual a sua importância para com a popularização em massa de conteúdos midiáticos acerca da cultura pop japonesa, em especial os mangás e animes?

Atualmente a comunidade *otaku* é formada pela geração *millenials*, geração Z e agora também pela geração *alpha*. Os *otakus* das gerações *millenial* e Z, são os mais velhos e os grandes responsáveis pela formação dos novos *otakus* da geração *alpha*. As crianças de hoje, se inspiram e almejam ser como seus pais ou conhecidos adolescentes, eles querem se vestir, agir e assistir o que eles assistem, e com isso, hoje fazem parte desse grupo de pessoas que partilham dos mesmos gostos, sejam eles as animações, jogos, mangás, músicas, entre outras coisas vindas da cultura pop japonesa.

Normalmente os *otakus* se encontram através de grupos e páginas na internet dedicados a uma obra específica que eles admiram e em eventos públicos como a corrida *Naruto*, *AnimeCon*, *Anime Friends*, entre outros. Hoje em dia também se encontram em ambientes exclusivos para eles, como a primeira cafeteria e hamburgueria temática de animes no Brasil que inaugurou em fevereiro de 2022, na cidade de Nova Iguaçu, no estado Rio de Janeiro, a *Anime Coffee*.

A cafeteria possui o ambiente todo decorado e personalizado com personagens de animações amadas, como *Naruto*, *Boku no Hero Academia*, *Tokyo Ghoul*, *Dragon Ball*, entre muitas outras. O estabelecimento possui personagens autorais que fazem parte da decoração e estampam as embalagens dos produtos, como a Ako, personagem principal inspirada nas *Maids* - segundo Cé (2014), meninas que se vestem com roupas inspiradas nas antigas empregadas da época vitoriana, personagens muito comuns em diversos animes - que estampa as embalagens da cafeteria e três novos personagens, o Akito e os heróis Yuri e Akemi.

Figura 17: Personagens exclusivos da Cafeteria Anime Coffee.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Os *otaku* se organizam em meio a uma estrutura de relações que envolvem fandom e a mídia, e também entre a troca de experiência entre si para tornar sua atividade-fã um verdadeiro patrimônio cultural pós-moderno. Tais fãs se constituem, por sua vez, em um conjunto de pessoas que se organizam a partir de gostos e particularidades muito comuns (JEFFERSON, 2017, p.9).

Levando em consideração o pensamento de Jefferson, 2017, a *Anime Coffee* se tornou um *point* de encontros para a comunidade de *otakus* de Nova Iguaçu, conforme foi dito por Leal, Yasmin (2022, apud Rodrigo Vitor, 2022), “Criamos o estabelecimento para ter um local para pessoas que amam animes serem livre para expressar sua paixão sem se preocupar com julgamento de outras pessoas”. A Cafeteria impõe uma sensação de liberdade e apoia essa comunidade, promovendo descontos para os consumidores que forem vestidos de *cosplay*, e transmitindo músicas, vídeos e episódios de animações dentro da cafeteria, além do cardápio onde os pratos são inspirados em diversos personagens marcantes.

Em maio de 2022 fiz uma visita a cafeteria afim de ter minhas próprias experiencias quanto a esse estabelecimento. Chegando lá fui recepcionada positivamente pelas atendedoras, escolhi uma mesa e logo vieram explicar sobre o funcionamento do cardápio e comanda digitais. O cardápio é repleto de pratos temáticos inspirados em animes, meu acompanhante escolheu um hamburguer chamado “*Rasengan*” em referência ao anime Naruto e eu escolhi o Lámen, novidade na cafeteria e também inspirado em Naruto. Os pratos eram extremamente gostosos e a apresentação encantadora, o ambiente é todo decorado e climatizado, o tempo todo tocando músicas dos animes. Foi uma experiencia ótima e como fã de animes com certeza voltarei novamente.

Figura 18: Personagens exclusivos da Cafeteria Anime Coffee.



Fonte: Elaborado pela autora,2022

A comunidade *otaku* é a principal responsável por expandir diariamente o legado dos animes através de conteúdos, mídias e informações sobre suas obras favoritas entre grupos em comum e especialmente por meio da internet nas redes sociais, como é visto no TikTok, nos blogs, em eventos, músicas, clipes, marcas, entre outros meios.

A alta pressão da competitividade, juntamente com meios para gastar, permitiu a formação de uma enorme indústria de entretenimento, a qual servia como meio de escape das pressões cotidianas do japonês e, nos casos mais exagerados, à formação do hobby excessivo e do “otakismo”, termo de Barral para descrever o modo de vida de um *otaku*. (CARLOS, 2011, p.36).

A pressão colocada mesmo que genuinamente pelos *otakus* nas suas redes, demonstra a sua necessidade de adquirir itens personalizados com seus personagens e obras mais queridas, e a falta de marcas que ofertassem tais produtos, faz com que os próprios fãs abram suas próprias marcas a fim de comercializar tais produtos para a comunidade que é faminta por demonstrar seu fanatismo, mas não tem acesso a lojas online, ou algo do tipo. Esse “barulho” causado pela comunidade *otaku* fez com que o segmento ganhasse a atenção necessária na indústria da moda, para que produtos exclusivos para os amantes da cultura pop japonesa comesçassem a surgir, e atualmente grandes

grifes como a *Gucci* e grandes redes de departamentos como a Renner, C&A, Marisa, além das marcas específicas para este nicho, como a Piticas, oferecem coleções inspiradas em animes como *Naruto*, *Dragon Ball*, *One Piece* e *Bananya*, exclusivamente para o público *otaku* desde o tamanho infantil ao adulto XGG.

A comunidade *otaku* mais velha é impecável na função de propagar sua paixão pelos conteúdos midiáticos japoneses, e fazendo uso da internet eles conseguiram recrutar o público infantil para fazer parte desta comunidade. Após serem introduzidos à comunidade, essa nova geração influenciada pelos mais velhos também começam a propagar seu fanatismo pelas mídias japonesas através das redes sociais. Porém atualmente com o uso exacerbado das redes, o alcance do conteúdo sobre animes também foi intensificado, o que resultou numa geração de *otakus* muito maior de um público muito mais jovem e mais ativo na internet, que atualmente são os responsáveis por manejar a popularidade dos animes.

2.2 A GERAÇÃO ALPHA

A geração *alpha*, crianças nascidas a partir do ano de 2010 é formada pelos filhos da geração *millenials*. Esse grupo de crianças tem como uma característica, serem pertencentes do mundo tecnológico desde que nasceram, sendo os verdadeiros nativos digitais.

De acordo com Reis (2021), os gostos das crianças *alphas* são moldados pelos gostos dos seus pais, os *millenials*, e com isso, muitos assuntos permanecem em alta nos dias atuais, o que é o caso dos animes como Naruto, Dragon Ball, Pokemon e Sailor Moon, que foram de grande importância para a definição de seus ideais quando crianças.

Segundo (Nguyen, 2021, apud Heather Dretsch), “o que quer que os pais exponham a criança, mais frequentemente eles se identificarão com essa marca, mesmo muito jovens. Essas conexões acontecem muito naturalmente e quase inconscientemente.” Levando em consideração o pensamento de Reis (2021), os *alphas* aprendem com seus pais sobre estilo, gosto musical, artistas, entre outros assuntos, e devido ao compartilhamento de mídias sociais, certos tópicos, como é o caso das animações japonesas que antes diz respeito apenas a geração *millenials*, hoje são fenômenos dentro das grandes lojas de departamento e no universo da geração *alpha*.

O engajamento com um personagem ou conteúdo começa no canal de TV, independente da tela onde este conteúdo esteja. Nos dias de hoje este envolvimento se amplia quando é alimentado pelas informações que as crianças encontram na Internet. Mas o personagem só é credenciado quando falado e mencionado nas conversas. E por fim, é vivenciado nos eventos e nos produtos consumidos com este personagem. (MELLO; ARRUDA; VITORIO; CAPUANO, p,01, 2016)

A preferência por desenhos permeia quase toda a infância e as animações continuam sendo o conteúdo favorito das crianças, porém com a idade, as series com enredos mais complexos e retrato de situações reais ganham mais espaço e a curiosidade despertada a cada episódio (MELLO *et al.*, 2016)

O que é o caso dos animes, que apesar de terem um estilo de animação bonito e colorido, as histórias contam com situações e dramas pessoais que deixam diversos aprendizados para quem assiste. Esse interesse pelos animes gerado através dos pais para suas crianças, fez com que no período pandêmico de 2020 os animes se tornassem um dos gêneros mais assistidos pelo público infantil, como foi visto no capítulo anterior.

Ao longo da pesquisa refletimos sobre os animes, sua importância e popularidade, sobre a comunidade *otaku* e a importância dos *millenials* para a definição e gerencia da nova geração de *otakus*. Porém com toda mudança de gerações é de suma importância uma apresentação genérica do perfil do consumidor alvo da coleção, duas crianças da geração *alpha*, um menino e uma menina.

A pesquisa das duas personas foi realizada a partir de questionamentos informais com crianças da minha convivência pessoal de faixa etária entre 07 a 10 anos de idade. A partir disso a primeira persona foi idealizada como uma criança do sexo masculino, com 10 anos de idade que é bastante fã de animes (em especial, Naruto), jogos de celular, vídeos de *game play* de jogos como *minecraft* e *free fire* e assistir *TikTok*. Davi é uma criança inteligente, tem muitos amigos e adora assistir animes. Começou assistindo Naruto com 07 anos de idade através de seu primo e hoje já assistiu diversas outras animações como, *Dragon Ball* e *Boku no Hero Academia*. Além disso, também acompanha diversos canais de *game play* no *youtube*, como Authentic Games com mais de 20 milhões de inscritos e Tazer Craft com mais de 13 milhões de inscritos. Canais como esses são muito famosos entre as crianças, os vídeos normalmente são *game plays* do jogo *MineCraft* e ambos os canais possuem séries de *game play* inspiradas no anime Naruto, que diverte as crianças e desperta interesse no anime e no jogo. A maioria dos amigos de Davi também assistem esses canais e os animes, o que faz com que eles sempre tenham assuntos e brincadeiras em comum.

Figura 19: Idealização do perfil de um consumidor *alpha* de 10 anos.



DAVI LUKAS

CRIANÇA ALPHA

DAVI GOSTA DE:

Assistir animes, jogar Roblox e Minecraft, brincar com seus primos, tomar banho de piscina e assistir vídeos no TikTok e Youtube.

NÃO GOSTA DE:

Fazer prova, dever de casa e ficar sem o celular.

DAVI É FÃ DE:

Animes principalmente Naruto e Dragon Ball, e canais no youtube de minecraft e roblox.

COMO DAVI CONHECEU OS ANIMES?

Davi conheceu o anime Naruto quando tinha 6 anos de idade através de seu primo Victor de 20 anos. Victor mostrou para Davi o vídeo de uma das batalhas ocorridas no anime, a luta de Rock lee contra Gaara, ele gostou muito e começou a assistir o anime.

AINDA CRIANÇA, DAVI SE INSPIROU NOS GOSTOS DE SEU PRIMO VICTOR DE 20 ANOS E COMEÇOU A ACOMPANHAR OS ANIMES.

QUAL SEU ANIME E PERSONAGEM FAVORITO?

Anime: No momento Naruto e Boruto.
 Personagem: "Meu personagem favorito é o Sasuke, porque ele tem o objetivo de vingar seu clã(família) e o Minato(Pai de Naruto), porque ele se sacrificou para salvar toda a aldeia."

O QUE O ANIME NARUTO SIGNIFICA PRA VOCÊ?

"Significa um desenho muito legal, onde posso passar meu tempo assistindo, não me sinto sozinho, aprendo sobre lutas, ninjas, jutsus e algumas coisas legais do Japão."

UMA LIÇÃO QUE VOCÊ APRENDEU ASSISTINDO NARUTO.

Respeitar os mais velhos "como o time 7 respeita o Kakashi", tratar todos igualmente e sempre enxergar o lado bom das coisas "igual o Narutinho faz".

SOBRE O DAVI

Tenho 10 anos, sou um menino muito inteligente, criativo e curioso. Nasci em Nova Iguaçu e sempre morei aqui. Adoro viajar com minha família para lugares com praia e piscina. Passo bastante tempo assistindo naruto e por causa disso escolhi a Akatsuki para ser o tema da minha festa de 10 anos.

FAVORITOS DE DAVI

Celular	●●●●●
Animes	●●●●●
Game plays	●●●●●
Akatsuki	●●●●●

TOP 5 PERSONAGENS MASCULINOS DO DAVI

Sasuke	●●●●●
Itachi	●●●●●
Kakashi	●●●●●
Minato	●●●●●
Rock lee	●●●●●

TOP 5 PERSONAGENS FEMININOS DO DAVI

Hinata	●●●●●
Tsunade	●●●●●
Kushina	●●●●●
Karin	●●●●●
Kaguya	●●●●●

A segunda persona é baseada numa criança do sexo feminino que tem 08 anos de idade. Marina é uma menina carismática e inteligente que ama desenhar, jogar, assistir animes e *game plays*. Quando tem tempo livre sempre está assistindo *TikTok* ou jogando *roblox* com seus colegas de classe, que é um jogo de mundo aberto que permite as crianças jogarem e interagirem entre si ao mesmo tempo. Além disso sempre assiste as games plays da sua *youtuber* favorita, a Julia do canal Julia Minegirl, que conta com mais de 9 milhões de inscritos. Marina começou a assistir *Naruto* depois que viu a *youtuber* citar o anime em um dos vídeos, o que lhe gerou curiosidade, ela gosta muito da personagem Sakura e insiste para sua mãe pintar seu cabelo de rosa como o da personagem. Marina tem algumas atividades durante a semana e as vezes deixava de fazer algumas pra assistir *Naruto* e por causa disso seus pais disseram que ela poderia assistir mais vezes se fosse de forma legendada para que treinasse sua leitura enquanto assiste, Marina além de gostar do anime também é muito esperta e não pensou duas vezes antes de aceitar.



3

0 ANIME NARUTO

-ナルト-

疾風伝
しつ ふう だん

Conforme observamos anteriormente, o anime Naruto é muito importante e amado pela geração *alpha*. Sabendo disso, é importante introduzir brevemente a história do anime e seus personagens para melhor entendimento dos elementos que foram explorados na coleção.

Segundo Petró (2019), “*Naruto*” é uma série de mangás desenhada por Masashi Kishimoto, que conta a história de um jovem ninja órfão chamado Naruto Uzumaki, criado numa pequena vila, que busca se tornar o próximo *Hokage* (governante da vila). Os capítulos do mangá de Naruto foram publicados de 1999 a 2014, a série foi adaptada para anime e começou a ser transmitida pela televisão brasileira em 2007 pelo canal pago Cartoon Network e na programação infantil do SBT. (BROTHERS, 2020). A história é separada em duas fases, a primeira se passa na pré-adolescência de Naruto, conhecida como “Naruto clássico”, a segunda fase “Naruto Shippuden”, é uma sequência da série clássica e se passa na adolescência e início da fase adulta de Naruto. (BROTHERS, 2020).

3.1 NARUTO CLÁSSICO

A história se inicia com uma misteriosa raposa de 9 caudas destruindo a Vila da Folha e matando centenas de pessoas. A vila é salva pelo atual líder da época, o 4º *Hokage*, que sacrifica sua vida selando o *chakra* da raposa dentro de um bebê recém-nascido chamado Naruto Uzumaki (BROTHERS, 2020).

Anos depois, após se formar na academia ninja Naruto foi escolhido para fazer parte do time de Sasuke Uchiha, o último sobrevivente do clã Uchiha, seu futuro melhor amigo e rival, e de Sakura Haruno, paixonite de Naruto. O time é liderado por um dos *Jounins* mais fortes da vila, Kakashi Hatake, assim formando o time 7. (BROTHERS, 2020).

Figura 21: Algumas equipes da Vila oculta da Folha.



Perto do fim da saga, Sasuke foge da Vila atrás de mais poder, o que resulta em uma das batalhas mais importantes do anime, Naruto contra Sasuke no vale do fim. A luta termina com a derrota de Naruto e com Sasuke cortando seus laços de amizade com o amigo e partindo da vila. No fim Naruto jura se tornar mais forte e trazer seu amigo de volta, terminando a saga de *Naruto Clássico* (BROTHERS, 2020).

Figura 22: Vale do Fim.



Fonte: Pinterest\ Vale do fim.

3.2 NARUTO SHIPPUDEN

Naruto Shippuden é a segunda fase do anime e continuação após se passarem 3 anos depois da fase clássica. Naruto retorna para sua vila, com foco numa organização de mercenários chamada *Akatsuki* que conta com os principais vilões do anime (JANGARELLI,2021).

O grupo possuía o objetivo de capturar todos os *Jinchuriki* -- seres humanos que têm bestas com caudas seladas dentro deles -- para extrair deles as *Bijuus* de cauda, que são como “monstros” super poderosos (BROTHERS, 2020).

Figura 23: Todas as *Bijuus* de caudas e seus nomes.



Fonte: Elaborado pela autora,2022

Um novo arco é iniciado quando um ninja chamado Madara declara o início da 4ª grande guerra ninja. Madara tem o objetivo de capturar todas as 9 *bijuus* e se tornar o *Jinchuriki* da *Juubi* (junção de todas as 9 *bijuus*) (BROTHERS, 2020).

Figura 24: Madara em sua forma de *Jinchuriki* da *Bijuu* de 10 caudas.



Fonte: Site: forumnsanimes.com

Uma criatura desconhecida aparece quando Madara sai de cena. Essa criatura é Kaguya, deusa da lua e progenitora do *chakra*. Kaguya é extremamente forte e devido a conflitos do passado não possui afeição aos humanos, o que ocasiona em uma longa batalha contra o time 7 (BROTHERS, 2020).

Figura 25: Personagem Kaguya.



Fonte: Site: schuriken.fandom

Antes do fim da saga, Naruto e Sasuke travam uma ultima batalha como rivais, uma das melhores lutas do anime onde ambos estão extremamente fortes. Eles lutam por um dia inteiro e encerram a batalha como na primeira fase do anime, no vale do fim. E finalmente Naruto, o garoto órfão que antes era desprezado pela maioria, com sua bondade, persistência e amizade se tornou o ninja mais poderoso e respeitado do mundo ninja, o 7º *hokage* da Vila da Folha (BROTHERS, 2020).

Figura 26: Naruto como *Hokage*, vestindo um manto igual ao de seu pai.



Fonte: Site: hitek.fr.com

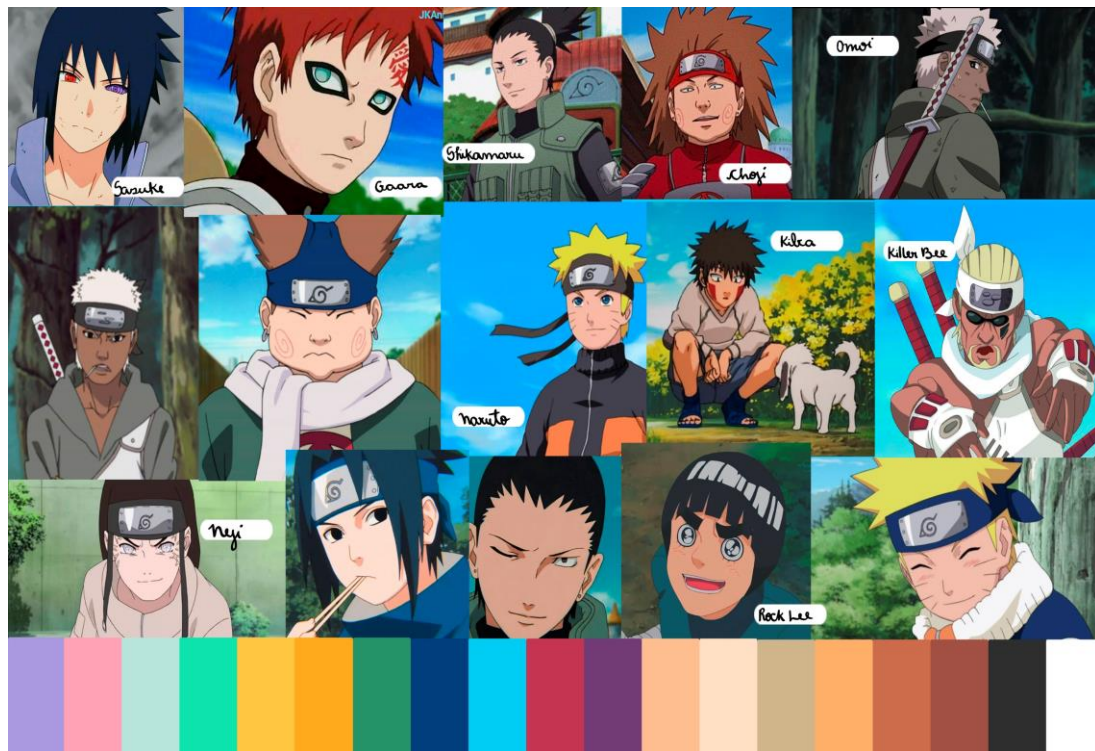
Levando em consideração a narrativa do anime, irei extrair como referências para as estampas a diversidade de personagens e elementos visuais que transmitam a essência da animação. A animação é rica na variedade de personagens, nas representações de amizade, persistência e lealdade, um exemplo disso é a amizade entre Naruto e Sasuke que além de rivais sempre foram melhores amigos e a persistência nessa amizade permeia até o fim de toda saga. Considerando os pontos citados, para desenvolver a coleção irei sintetizar a variedade de personagens e a essência da animação, em estampas alegres e coloridas que contemplem os personagens e elementos visuais em diferentes estilos de ilustração.

3.3 PERSONAGENS MASCULINOS

Para dar início ao processo criativo de seleção de personagens masculinos, femininos e elementos que vão eventualmente ser usados nas estampas, realizei uma coletânea de imagens e representações artísticas que demonstram a variedade de cores do anime e transmitissem a essência da animação. Com as imagens selecionadas idealizei *moodboards* com foco nos personagens que gostaria de representar nas estampas.

Como foi visto anteriormente as marcas de departamento focam bastante nos personagens principais Naruto, Sasuke e os membros da *Akatsuki*, esquecendo de diversos personagens importantes para a trama. Sabendo que a essência da coleção será a diversidade de personagens, optei por dar visibilidade para outros personagens masculinos que são tão queridos quanto os principais e que vão trazer mais identificação para com o público alvo da coleção.

Figura 27: Moodboard de personagens masculinos 01.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Os critérios usados para a seleção de todos os personagens foram por meio da sua participação ativa dentro do anime, a representatividade que o personagem trás e a sua importância dentro do contexto da coleção. Os produtos que já são ofertados sobre o anime Naruto, focam nos três principais, Naruto, Sakura e Sasuke, porém existe um conjunto de personagens “coadjuvantes” com histórias e desenvolvimentos que contribuem ativamente para com a trama da animação e que fazem toda diferença dentro da história.

Alguns dos personagens selecionados foram Choji Akimichi, menino que não gostava de seu corpo mas aprende a aceitá-lo, Shikamaru Nara ninja preguiçoso, mas completamente inteligente e competente, Rock Lee que tem como filosofia de vida que o esforço vale mais que um dom natural, Gaara que surge como personagem antagonico, mas logo se torna querido e um dos melhores amigos de Naruto, além de Omoi, e Killer Bee, ninjas que foram destaques na fase *Shippuden*, que são da aldeia da nuvem oculta a única vila a ter pessoas negras.

Figura 28: Moodboard de personagens masculinos 02.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Para a seleção das personagens fiz uma mistura entre crianças, adolescentes e adultos com o intuito de mostrar em uma figura a quantidade de personagens que podem ser representadas além da Sakura.

Além dos personagens citados selecionei mais uma gama de personagens masculinos, dessa vez com foco nos adultos e vilões da trama. Membros da *Akatsuki* como Itachi, Pain, e Tobi que de primeiro momento se apresentam como vilões, mas durante os episódios acabamos criando empatia por esses personagens.

Kakashi, Jiraya e Hashirama, nos trazem diversos ensinamentos sobre escolhas difíceis dentro de uma amizade. Orochimaru que ao contrário dos vilões citados anteriormente não demonstrava apelo emocional nas suas ações e fazia as maldades para seu bem próprio, e mesmo assim no final tem seu momento de redenção.

3.4 PERSONAGENS FEMININAS

Como foi visto na pesquisa de campo feita nas lojas de departamento Renner, C&A, Marisa e Riachuelo a maioria das estampas ofertadas na categoria infantil feminina são com a personagem Sakura, porém o anime Naruto dispõe diversas personagens interessantes que podem representar o público feminino.

Figura 29: Moodboard de personagens femininos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Com foco nas amigas representadas no anime selecionei a Sakura que tem cenas lindas de amizade com as personagens Ino e Tsunade. A Tsunade por si só tem bastante relevância no anime pois foi a primeira mulher a se tornar *hokage* (governante) da Vila da Folha.

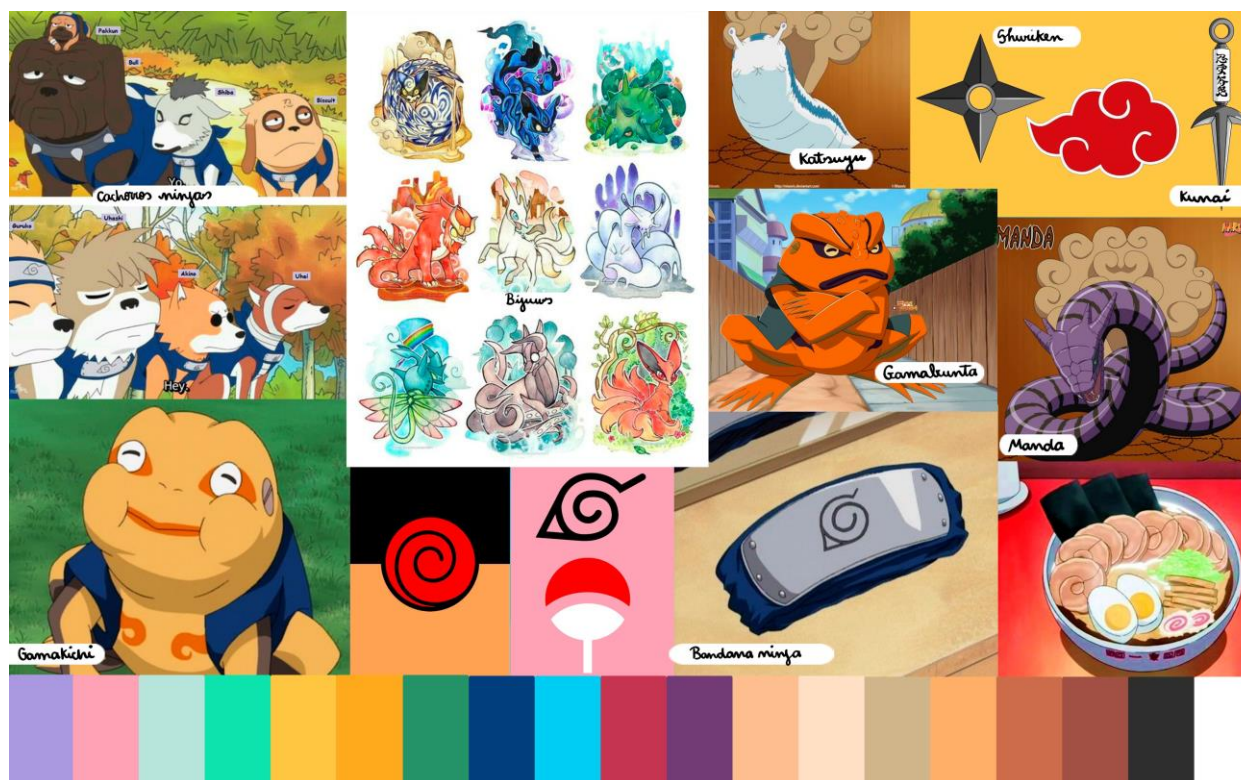
Hinata, Ten Ten e Temari são personagens importantes presentes no anime desde a fase clássica, a Hinata é uma menina tímida e de autoestima baixa que aos poucos na história constrói sua confiança, Ten Ten, que possui dificuldades em dominar alguns jutsus e aprende a se aperfeiçoar na única técnica que conhece, Temari irmã de Gaara que se mostra muito forte, competente e leal usando seus leques. Da aldeia da nuvem temos Karui, forte, carismática e uma das poucas personagens femininas negras do anime.

Quando chegamos ao fim da saga somos apresentados a Kaguya, personagem de história extremamente interessante que se apresenta como vilã, de força, poder e beleza incomparáveis. As personagens citadas tem o objetivo de trazer mais diversidade e identificação na coleção de estampas da categoria infantil feminina.

3.5 PERSONAGENS SECUNDÁRIOS E ELEMENTOS VISUAIS

Além da escolha dos personagens, realizei uma breve seleção de personagens secundários e elementos presentes no anime que vão ser essenciais para trazer unidade a coleção de estampas. Figuras como as *Bijuus* que são super importantes para toda história do anime, os sapos do Monte Myoboku, o trio de Kushioyose, Gamabunta Manda e Katsuyu, os símbolos de alguns clãs também são característicos, as bandanas utilizadas pelos ninjas e as armas shuriken e Kunai, são alguns dos elementos visuais que vão trazer mais enredo e personalidade para a coleção.

Figura 30: Moodboard de personagens secundários e elementos visuais.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

4 DESENVOLVIMENTO -ナルト- DA COLEÇÃO 疾風伝

A coleção *Pequenos Otakus* foi elaborada para o público infantil de 6 a 12 anos de idade com o objetivo de ser uma coleção de estampas infantis inspiradas no anime *Naruto*. Para um melhor desenvolvimento foi separada em 3 categorias, feminina, masculina e *unisex* e é composta por estampas corridas e localizadas.

Como o foco da coleção é transmitir a essência do anime a partir da diversidade de personagens, elementos visuais e a cartela de cores selecionada, a coleção conta com ilustrações autorais de todos os personagens e elementos utilizados nas produções das estampas. As composições criadas trazem à tona grupos de amizades e personagens queridos no anime, de forma mais lúdica, estilizada e colorida.

4.1 RELEASE

O conceito da coleção é baseado na diversidade de personagens que integram o anime e a conexão entre eles que permeia toda história. A coleção é denominada “*Pequenos Otakus*” e terá 14 estampas, 7 localizadas e 7 corridas, que abordam em cada qual particularidades inspiradas no anime *Naruto*.

O nome “*Pequenos Otakus*” foi elaborado pelo fato de a coleção ser destinada ao público infantil de 6 a 10 anos que é a mais jovem geração de *otakus* atualmente.

A ideia da coleção é que a criança escolha o que quer vestir se baseando no personagem ou desenho que ela gostar e se identificar. Mas pensando numa possível comercialização das estampas e seguindo o modelo de vendas observado

durante as pesquisas de campo nas lojas de departamento, a coleção foi separada em 3 categorias, feminina e masculina, onde irei ofertar estampas focadas nos personagens femininos e masculinos, direcionadas aos públicos respectivos e a categoria *unisex*, que é voltada para grupo de personagens e ou elementos visuais, com foco em trazer unidade e composições mais detalhadas para as estampas, além de ser direcionada ao público alvo total.

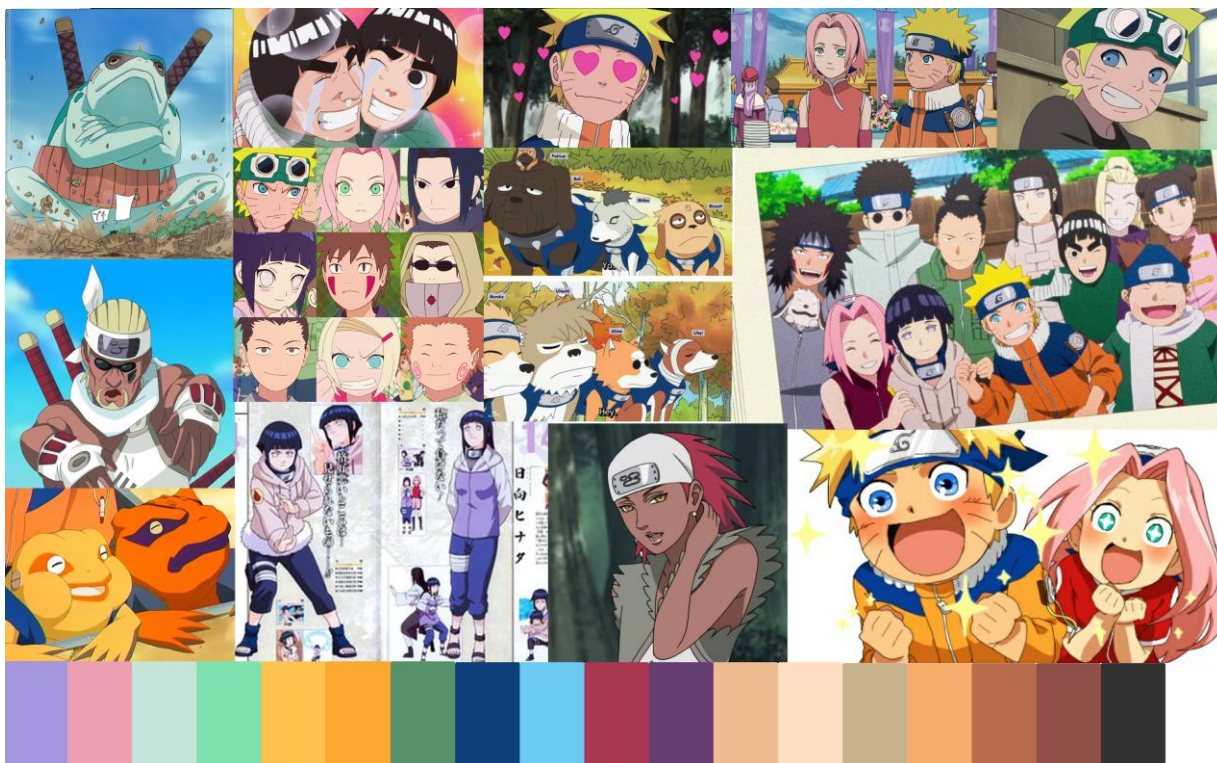
A coleção possui 2 grupos de estampas coordenadas, o coordenado “gatinhos”, que conta com ilustrações onde os personagens são retratados com características de um gato e o coordenado “expressões” que conta com ilustrações baseadas nas feições exageradas que os personagens demonstram no anime.

A fim de trazer minha interpretação pessoal sobre os personagens e elementos para a coleção, esbocei e ilustrei cada um de forma manual e passei para o formato digital onde detalhei as linhas e fiz o processo de coloração. Usei como base a cartela de cores elaborada a partir de uma coletânea de imagens do anime, que destaca tons diferentes dos que foram vistos na pesquisa de campo nas lojas. As estampas são coloridas e vibrantes, acompanhadas de ilustrações autorais e criativas que focam em personagens diferentes dos já ofertados nas grandes marcas, como os personagens da Vila da nuvem, além de elementos visuais, como nuvens, estrelas, manchas coloridas e palavras escritas, que contemplam a narrativa da animação e trazem a coleção para um campo mais infantil e lúdico.

4.2 CARTELA DE CORES

A definição da cartela de cores foi feita a partir da seleção de imagens que demonstrassem as cores vibrantes presentes no anime. Após a seleção, usando a ferramenta conta gotas do programa *photoshop* defini as cores que vão ser usadas nas estampas. Selecionei uma variedade de tons quentes, frios e terrosos, com o objetivo de trazer cores que representem o anime, além das cores já ofertadas pelas lojas de departamento.

Figura 31: Moodboard da cartela de cores.



Fonte: Elaborado pela autora,2022

Figura 32: Cartela de cores em Pantone TCX

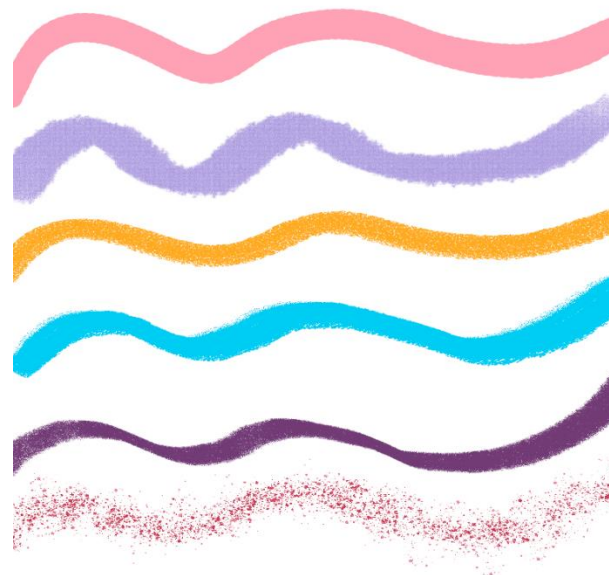


Fonte: Elaborado pela autora,2022

4.3 ESBOÇOS, ALTERNATIVAS E CRIAÇÕES

A partir dos painéis de personagens e elementos, foram desenvolvidos esboços para cada categoria, visando trazer personagens e elementos desenhados com meu traço e estilo de pintura. Os esboços foram desenvolvidos de forma manual e logo passaram para o meio digital onde realizei o refinamento das linhas no aplicativo *Pro Create* e no programa *Photoshop*. Após o contorno, iniciei a pintura de forma totalmente digital no *Photoshop*, onde mesclei a utilização de pincéis duros para um acabamento mais blocado e pincéis com textura de lápis de cor, giz e tinta, para uma pintura com texturas artesanais. Foram desenvolvidas estampas localizadas e corridas usando o método de *rapport*, para impressão digital, serigrafia e sublimação. A ideia é trazer estampas criativas com toques lúdicos sem sair do tema, ricas em detalhes e elementos interessantes o suficiente para prender a atenção do consumidor alvo.

Figura 33: Pincéis que utilizei para desenvolver as estampas no programa *Photoshop*.



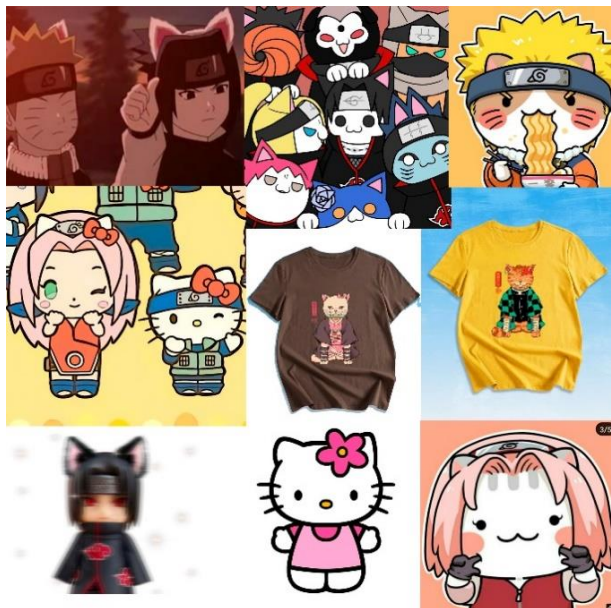
Fonte: Elaborado pela autora, 2022

A seguir, serão apresentadas as estampas e seus respectivos processos de desenvolvimento, contendo desde os primeiros esboços, descrição do processo de criação, alternativas e finalmente as estampas finais.

Estampas corridas / Coordenado “gatinhos”

Desenvolvi uma coordenação de três estampas onde os personagens foram ilustrados como se fossem gatinhos. As principais inspirações para esse conjunto vieram da Hello Kitty, uma gatinha personagem de um desenho muito importante dentro da cultura japonesa, de cenas do próprio anime em um episódio onde usam orelhas de gato, em ilustrações e em estampas observadas no Pinterest.

Figura 34: Moodboard de inspiração para as estampas “gatinhos”.



Para a coordenação das estampas “gatinhos”, desenhei todos os personagens como se fossem gatos, usando de referência o *moodboard* desenvolvido e adicionando elementos como nuvens, estrelas e manchas em formato circular para trazer preenchimento e unidade.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Akatsuki gatinhos

A estampa “Akatsuki gatinhos” conta com os integrantes do grupo Akatsuki em versão gatinhos e foi desenvolvida para a categoria *unissex*.

Figura 35: Esboço dos elementos da estampa Akatsuki gatinhos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 36: Estampa Akatsuki gatinhos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Shinobis gatinhos

A estampa “Shinobis gatinhos” foi desenvolvida para a categoria masculina e conta com os personagens masculinos ilustrados como se fossem gatos. A primeira versão dessa estampa não me agradou visualmente, a disposição e os elementos me pareciam espaçados e sem ligação. A fim de solucionar meus problemas, na segunda e última versão da estampa adicionei pequenas estrelas coloridas nos espaços que me incomodavam para trazer um toque lúdico na composição, o que já me deixou satisfeita com o resultado.

Figura 37: Esboço dos elementos da estampa *Shinobis gatinhos*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 38: Primeira versão da estampa *Shinobis gatinhos*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 39: Versão final da estampa *Shinobis gatinhos*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Kunoichis gatinhas

A estampa “Kunoichis gatinhas” é a última do coordenado “gatinhos”, foi desenvolvida para a categoria feminina e conta com as personagens desenhadas como se fossem gatinhas. Para essa estampa também foram utilizadas as estrelas coloridas como elementos para trazer um toque lúdico e fofo para a coleção.

Figura 40: Esboço dos elementos da estampa *Kunoichis gatinhas*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 41: Estampa *Kunoichis gatinhas*.



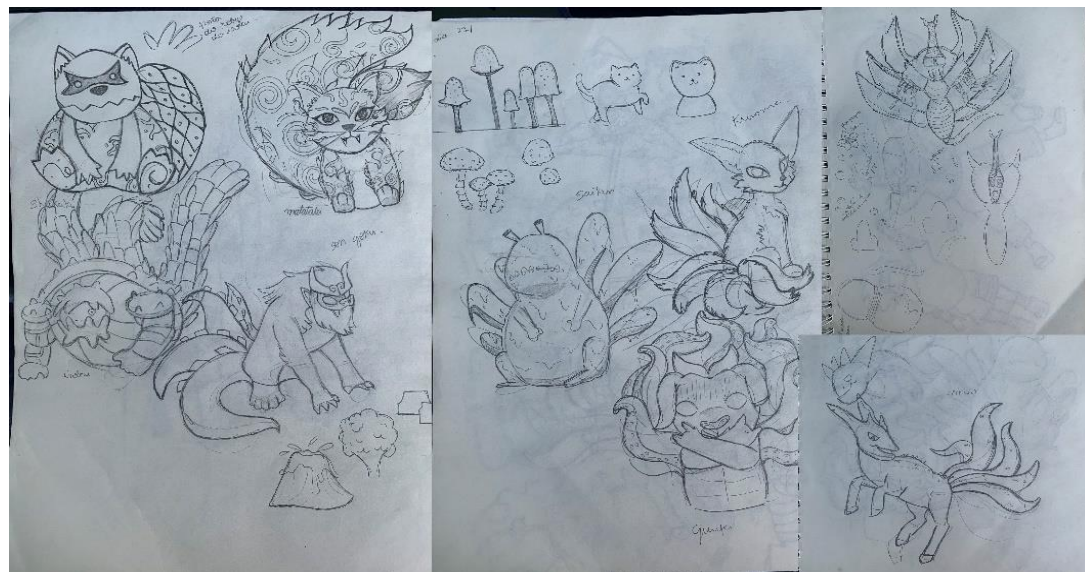
Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Bijuus

A estampa *Bijuus* foi desenvolvida para a categoria *unissex* e o módulo conta com a junção de 9 ilustrações distintas. Para criar essa estampa eu desenhei cada *Bijuu* individualmente com detalhes únicos que tivessem a ver com seus poderes, aldeia ou característica física.

Usando minha caligrafia, junto com a ilustração escrevi os nomes de cada *Bijuu*, trazendo referência a um episódio do anime onde o personagem Naruto canta uma música que apresenta todas as *Bijuus* com seus nomes. Devido ao formato de cada ilustração eu não conseguia chegar numa composição que me agradasse e por isso foram necessárias 3 versões para chegar ao resultado dessa estampa. Depois de duas tentativas falhas decidi modificar o tamanho do *rapport* e recortar alguns elementos para conseguir um melhor encaixe. Meu objetivo era um módulo bem preenchido e para chegar ao resultado adicionei nuvens coloridas nos espaços em branco trazendo mais detalhe para a composição, assim chegando à estampa final.

Figura 42: Esboço dos elementos da estampa *Bijuus*.



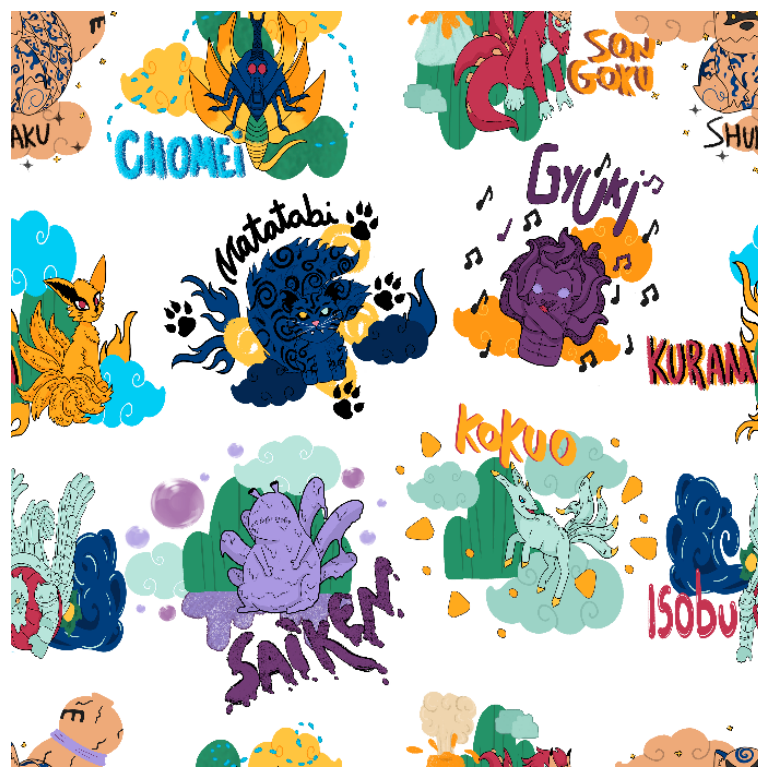
Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 43: Primeira versão da estampa *Bijuus*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 44: Segunda versão da estampa *Bijuus*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 45: Versão final da estampa *Bijuus*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Coordenado “Expressões”

Todos os personagens do anime são super expressivos e a partir disso elaborei o coordenado “Expressões” que conta com duas estampas corridas com foco em algumas expressões que os personagens fazem durante o anime.

O intuito é trazer um lado cômico para a coleção através das feições exageradas dos personagens.

Sakura expressões A estampa corrida “Sakura expressões”, faz parte do coordenado “expressões”, é baseada na personagem Sakura Haruno e foi desenvolvida para a categoria feminina. Sakura é uma personagem muito expressiva e sempre demonstra isso dentro do anime. Para a criação da estampa desenvolvi um *moodboard* com diversas expressões da Sakura.

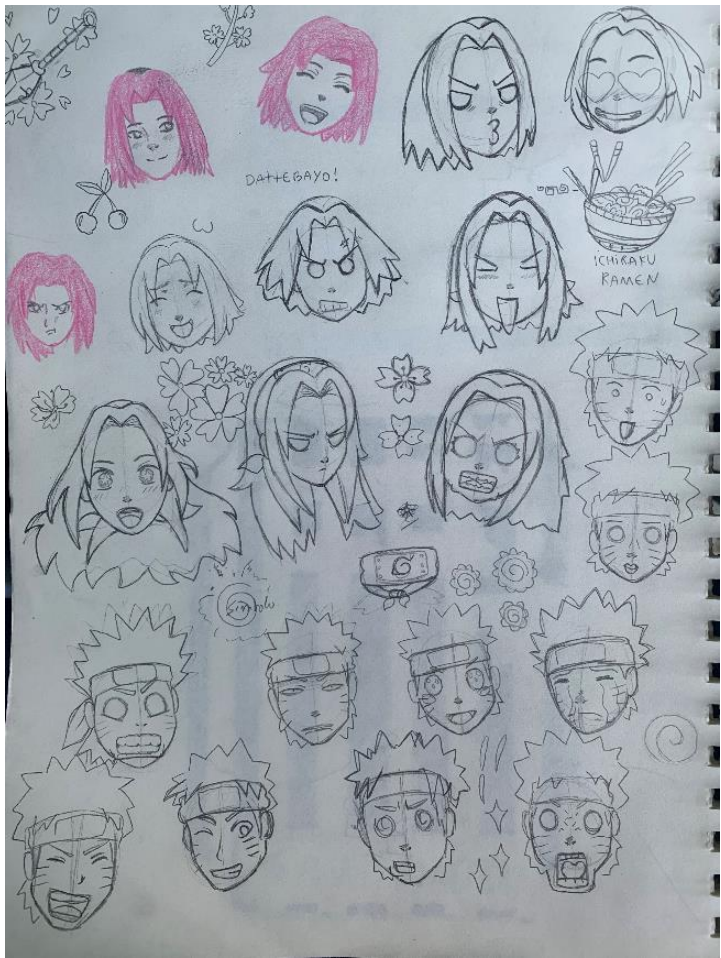
Figura 46: *Moodboard* de referência para a criação da estampa Sakura expressões.



Fonte:
Elaborado pela
autora, 2022

Com o moodboard pronto, desenhei diversas versões da Sakura com meu traço de ilustração e para trazer elementos que lembrassem ela, desenhei flores de cerejeira, uma *kunai* (um tipo de arma ninja utilizada no anime) e cerejas. Baixei gratuitamente uma fonte inspirada na tipografia utilizada no anime e adicionei o nome Sakura e a palavra “*Shannaro*” (bordão dito por Sakura quando ela está muito animada ou brava), para trazer mais elementos para a estampa.

Figura 47: Esboço dos elementos da estampa Sakura expressões.



Fonte: Elaborado pela autora,2022

Figura 48: Estampa Sakura expressões.



Fonte: Elaborado pela autora,2022

Meninos expressões

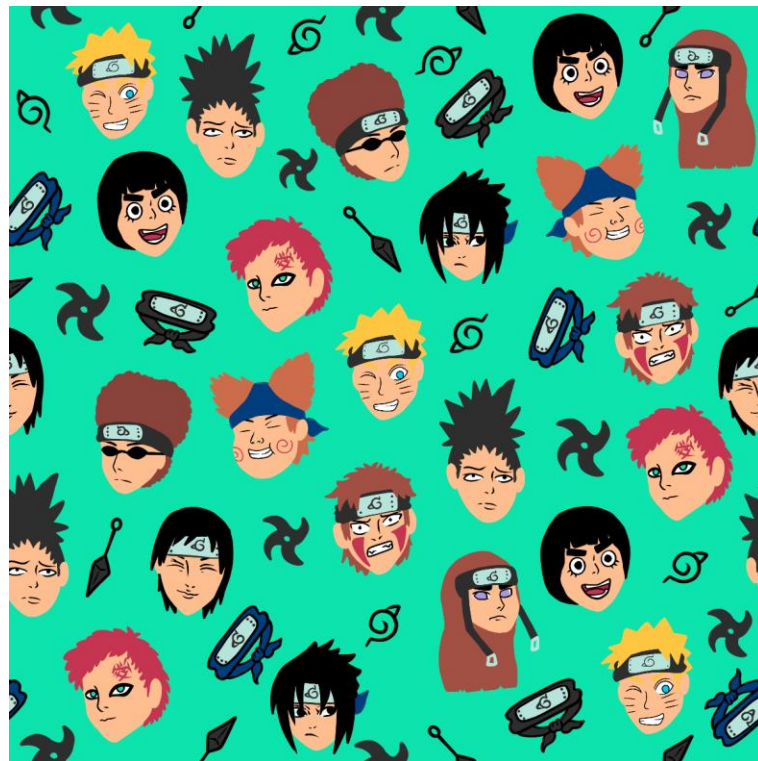
A estampa “meninos expressões” foi desenvolvida para a categoria masculina, é do tipo corrida, faz parte do coordenados “expressões” e conta com algumas feições marcantes dos personagens masculinos, Naruto, Sasuke, Kiba, Rock Lee, Shino, Sai, Choji, entre outros. Para trazer elementos que remetam os personagens, trouxe as bandanas ninjas, as armas ninjas *kunai* e *shuriken* e o símbolo da vila da folha, que é a vila da maioria dos personagens da estampa.

Figura 49: Esboço dos elementos da estampa Meninos expressões.



Fonte: Elaborado pela autora,2022

Figura 50: Estampa Sakura expressões



Fonte: Elaborado pela autora,2022

Cachorros ninjas

A estampa “Cachorros ninjas” é do tipo corrida, foi elaborada para a categoria *unissex* e desenvolvida a partir de ilustrações completas de cada cachorro. Para compor preenchi a estampa com ossinhos, *kunais*, *shurikens*, nuvens e manchas coloridas, elementos que remetem aos cachorros e as demais estampas da coleção. A ilustração faz referência aos cachorros ninjas que o personagem Kakashi invoca usando a técnica *kushiyose no jutsu*.

Figura 51: Esboço da estampa Kakashi e seus dogs.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 52: Estampa Cachorros ninjas.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Estampas Localizadas / Hinatinha

A estampa “Hinatinha” faz parte da categoria feminina e foi desenvolvida manualmente, a intenção era escanear a ilustração original e trabalhar ela no programa de edição, mas a ilustração acabou ficando com uns detalhes que não me agradavam e eu optei por redesenhá-la de forma digital no programa *Photoshop*. Na busca por tentar manter o traço e a textura de um desenho manual, utilizei pincéis que me trouxessem essa sensação. Desenhei também alguns elementos que trazem características da personagem, como seus olhos, seu nome com minha caligrafia e a palavra “*Byakugan*” (palavra que Hinata sempre fala quando vai ativar o poder de seus olhos). Como elementos que trazem unidade dentro da coleção adicionei as estrelas e manchas coloridas e após alguns testes de pincéis consegui um resultado que me agradou tanto quanto a versão original.

Figura 53: Ilustração manual da estampa Hinatinha.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 54: Versão digital e final da estampa Hinatinha.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Time 7 texturinha

A estampa “Time 7 texturinha” é localizada e foi desenvolvida para a categoria *unissex*. Ela representa a amizade e união da equipe 7, e assim como a estampa Hinatinha, também foram utilizados pincéis que trouxessem a sensação e textura de um desenho manual.

Figura 55: Esboço da estampa Time 7 texturinha.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 56: Estampa Time 7 texturinha.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Time 9

A estampa “Time 9” faz parte da categoria *unissex* e faz referência a equipe 9 composta pelos personagens Neji Hyuga, Ten Ten e Rock Lee. Ela foi colorida digitalmente com um pincel duro para trazer um estilo de pintura blocado que eu já havia trazido em outras estampas. Seguindo uma unidade da coleção eu trouxe como elementos estrelas, manchas coloridas e os nomes dos personagens com a minha caligrafia.

Figura 57: Esboço da estampa Time 9.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 58: Estampa Time 9.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Rap da vila da nuvem

A estampa “Rap da vila da nuvem” é direcionada a categoria *unissex* e conta com a ilustração dos personagens Killer Bee, Omoi e Karui da vila da nuvem, a única vila a ter personagens negros dentro do anime. A estampa foi inspirada no personagem Killer Bee que tem o sonho de ser um *rapper* e durante o anime sempre demonstra isso fazendo rimas e *shows*.

Inspirada nisso eu ilustrei o Killer Bee como se estivesse cantando um rap e a Karui e o Omoi como se estivessem fazendo um *Beat Box*. Para os elementos adicionei palavras que remetessem ao som do *Beat Box*, notas musicais e manchas coloridas.

Figura 59: Esboço da estampa Rap da vila da nuvem.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 60: Estampa Rap da vila da nuvem.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Kakashi e seus dogs

A estampa “Kakashi e seus dogs” é direcionada a categoria masculina, do tipo localizada e faz referência ao personagem Kakashi, que possui uma técnica chamada kushiyose no jutsu, que é um jutsu de invocação que quando ativado invoca oito cachorros ninjas que dão suporte a Kakashi durante as batalhas. Para incrementar a composição adicionei patinhas e manchas coloridas à ilustração.

Figura 61: Esboço da estampa Kakashi e seus dogs.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 62: Estampa Kakashi e seus dogs.

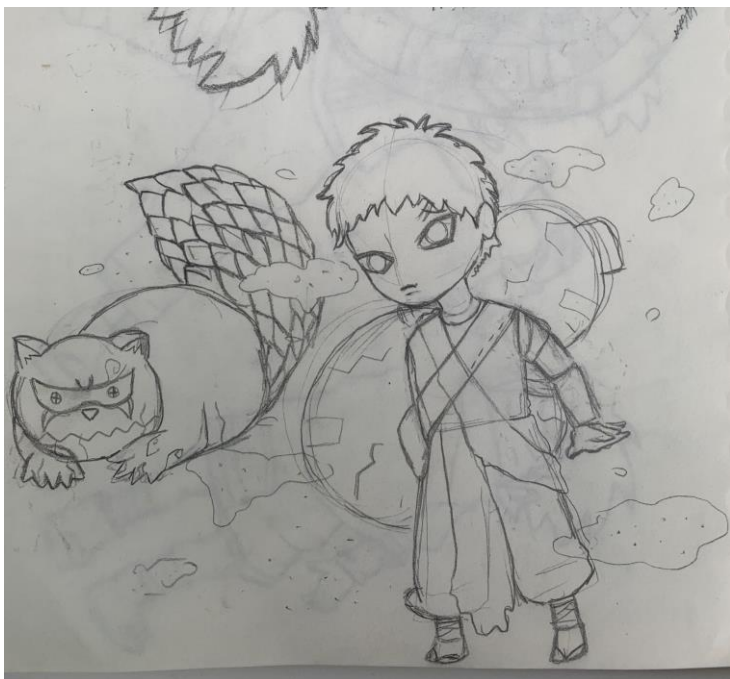


Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Sabaku no Gaara

A estampa “Sabaku no Gaara”, é do tipo localizada e foi desenvolvida para a categoria masculina. Essa estampa conta com uma ilustração do personagem Gaara na fase clássica do anime onde ele ainda é uma criança. Nessa fase Gaara era receptáculo da Bijuu de uma cauda, o Shukaku, então para compor a ilustração também desenhei ele e algumas “nuvens” de areia que representam o poder do Gaara e a sua vila que é a Vila da Areia.

Figura 63: Esboço da estampa Sabaku no Gaara.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 64: Estampa Sabaku no Gaara.

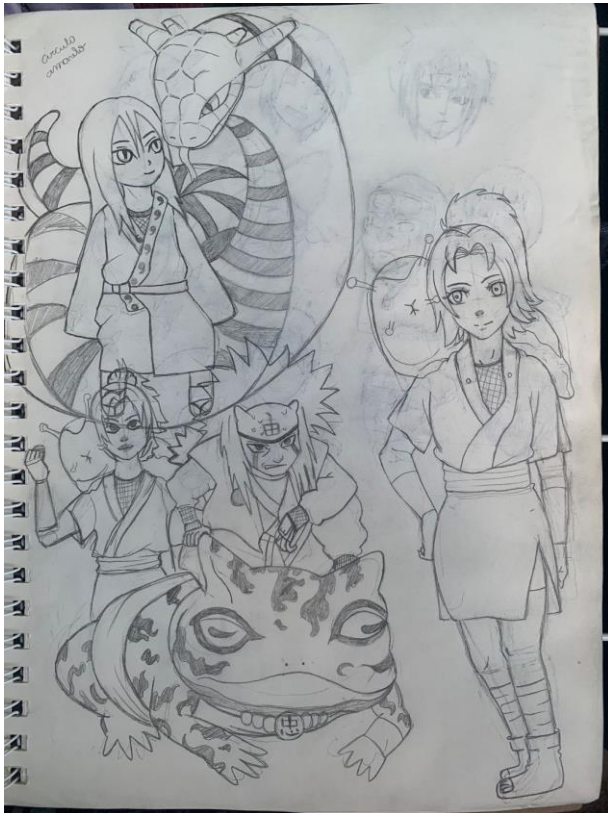


Fonte: Elaborado pela autora, 2022

3 Sannins Lendários

A estampa “3 Sannins Lendários” é do tipo localizada e direcionada a categoria *unissex*. Ela é composta pelos personagens Jiraya, Orochimaru e Tsunade. Ambos os personagens possuem uma técnica chamada *kuchiyose no jutsu*, que permite eles invocarem criaturas super poderosas. Jiraya invoca seu amigo Gamabunta um sapo gigante super forte, Orochimaru invoca Manda a maior cobra do mundo ninja e Tsunade invoca Katsuyu uma lesma gigante muito poderosa e inteligente. Esses personagens passam a maior parte do anime adultos, então com o objetivo de trazer para o universo infantil optei por ilustrar eles como crianças e trouxe como elementos a frase “Sannins Lendários”, que traz referência ao período em que os três personagens eram uma equipe muito forte e um retângulo colorido ao fundo.

Figura 65: Esboço da estampa 3 Sannins Lendários.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Figura 66: Estampa 3 Sannins Lendários



Fonte: Elaborado pela autora, 2022



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS	NOME: AKATSUKI GATINHOS	REFERÊNCIA: EAKG01C
TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL	CATEGORIA: UNISSEX	COORDENADO: GATINHOS

RAPPORT



32 X 32 CM

CORES

			
18-1741 TCX	13-0760 TCX	14-1064 TCX	19-0303 TCX
			
13-4306 TCX	16-3720 TCX	17-1436 TCX	18-5642 TCX
			
15-4825 TCX	14-1231 TCX		



VARIANTE

ESCALA 60% 75

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: SHINOBIS GATINHOS

REFERÊNCIA: ESBG02C

TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL

CATEGORIA: MASCULINA

COORDENADO: GATINHOS

RAPPORT



32 X 32 CM

CORES



VARIANTES



ESCALA 100%

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS	NOME: KUNOICHI GATINHAS	REFERÊNCIA: EKNG03C
TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL	CATEGORIA: FEMININA	COORDENADO: GATINHOS

RAPPORT



32 X 32 CM

CORES

18-1741 TCX	13-0760 TCX	13-0942 TCX	19-0303 TCX
13-4306 TCX	16-3720 TCX	17-1436 TCX	18-5642 TCX
19-3953 TCX	18-1341 TCX	15-2215 TCX	19-3536 TCX
14-1231 TCX			

VARIANTE



ESCALA 100%

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: BITUUS

REFERÊNCIA: EBJ04C

TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL

CATEGORIA: UNISSEX

COORDENADO:

RAPPORT



40X 40 CM

CORES



18-1741 TCX



13-0760 TCX



14-1064 TCX



19-0303 TCX



13-4306 TCX



16-3720 TCX



14-1231 TCX



18-5642 TCX



15-4825 TCX



19-3953 TCX



15-1119 TCX



19-3536 TCX



ESCALA 100%

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: SAKURA EXPRESSOES

REFERENCIA: ESEFOSC

TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL

CATEGORIA: FEMININA

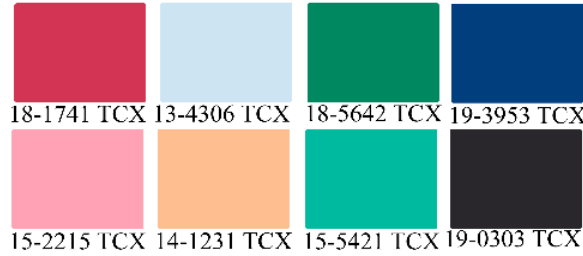
COORDENADO: EXPRESSOES

RAPPORT



32 X 32 CM

CORES



ESCALA 100%

VARIANTES



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: HINATINHA

REFERÊNCIA: EHT01L

TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL

CATEGORIA: FEMININA

COORDENADO:



25X 25CM

CORES



15-2215 TCX



16-3720 TCX



13-0760 TCX



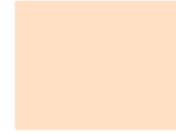
19-3536 TCX



13-4306 TCX



19-3953 TCX



13-1026 TCX



19-0303 TCX

VARIANTES



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: TIME 7 TEXTURINHA

REFERÊNCIA: ET702L

TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL

CATEGORIA: UNISSEX

COORDENADO:



24X 22CM

CORES



15-2215 TCX



18-1741 TCX



13-0760 TCX



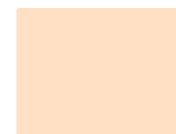
14-1064 TCX



13-4306 TCX



19-3953 TCX



13-1026 TCX



19-0303 TCX

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME:

TIME: 9

REFERÊNCIA: ET903L

TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL

CATEGORIA: UNISSEX

COORDENADO:



14X 14CM

CORES



18-1741 TCX



16-3720 TCX



13-0760 TCX



19-3536 TCX



13-4306 TCX



15-4825 TCX



13-1026 TCX



19-0303 TCX



18-5642 TCX

VARIANTES



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS	NOME: RAP DA VILA DA NUVEM	REFERÊNCIA: ERVNO4L
TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL	CATEGORIA: UNISSEX	COORDENADO:



25X 25CM

CORES

18-1741 TCX	14-1064 TCX	13-0760 TCX	19-3536 TCX
13-4306 TCX	15-1119 TCX	18-1341 TCX	19-0303 TCX

VARIANTES



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: KAKASHI E SEUS DOGS

REFERÊNCIA: EKSD05L

TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL

CATEGORIA: MASCULINA

COORDENADO:



CORES



13-4306 TCX



19-3953 TCX



13-0760 TCX



13-0942 TCX



17-1436 TCX



14-1231 TCX



18-1341 TCX



19-0303 TCX



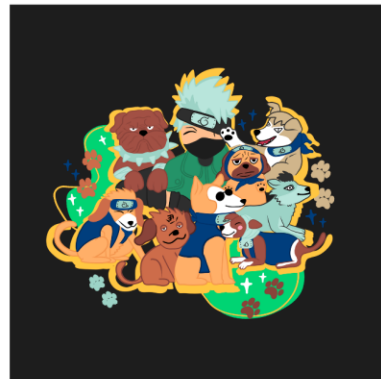
18-5642 TCX



15-1119 TCX

15X 11 CM

VARIANTE



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: CACHORROS NINTAS

REFERÊNCIA: ECNOGC

TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL

CATEGORIA: UNISSEX

COORDENADO:

RAPPORT



32 X 32 CM

CORES



VARIANTES



ESCALA 100%

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: SAKAKU NO GAARA

REFERÊNCIA: ESNGOGL

TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL

CATEGORIA: MASCULINA

COORDENADO:



15X 10CM

CORES



18-1741 TCX



14-1231 TCX



13-0942 TCX



16-3720 TCX



19-0303 TCX



19-3953 TCX

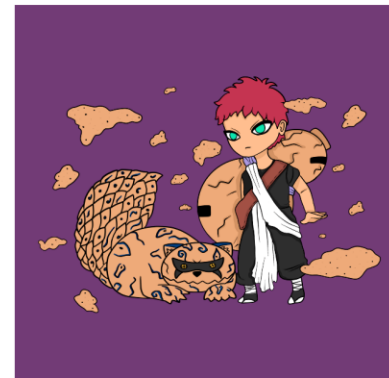
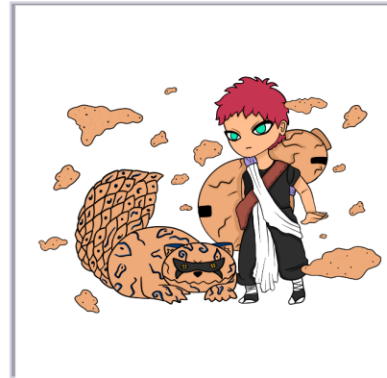
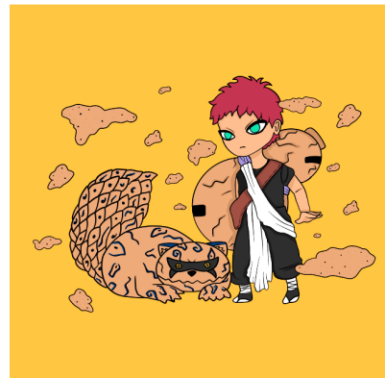


13-0760 TCX



15-5421 TCX

VARIANTES



FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: 3 SANNINS LENDÁRIOS

REFERÊNCIA: E3SL07L

TIPO: ESTAMPA LOCALIZADA DIGITAL

CATEGORIA: UNISSEX

COORDENADO:



28X 28CM

CORES



16-3720 TCX



13-0760 TCX



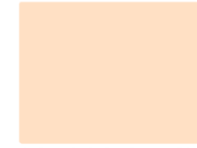
19-3536 TCX



13-4306 TCX



19-3953 TCX



13-1026 TCX



19-0303 TCX



15-4825 TCX



18-1741 TCX



14-1064 TCX



18-5642 TCX



14-1231 TCX

FICHA DE ESTAMPA

COLEÇÃO: PEQUENOS OTAKUS

NOME: MENINOS EXPRESSOES

REFERENCIA: EMEE07C

TIPO: ESTAMPA CORIDA DIGITAL

CATEGORIA: MASCULINA

COORDENADO: EXPRESSOES

RAPPORT

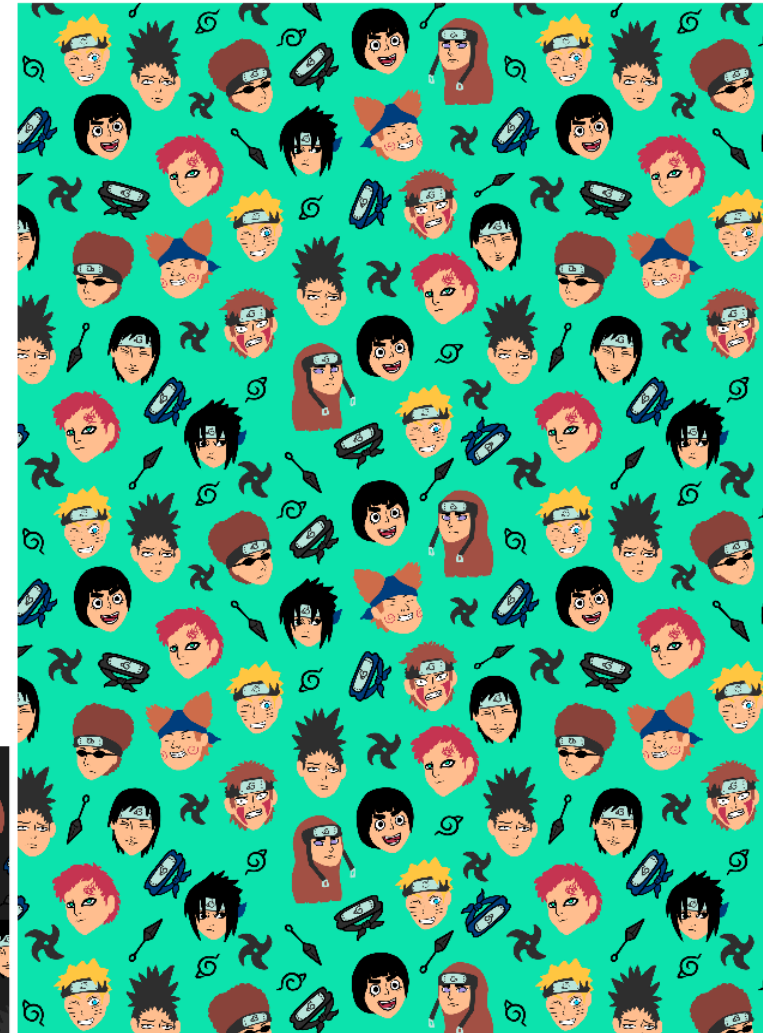


52X 52CM

CORES

18-1741 TCX	13-0760 TCX	19-0303 TCX	13-4306 TCX
16-3720 TCX	17-1436 TCX	15-4825 TCX	19-3953 TCX
18-1341 TCX	14-1231 TCX	15-5421 TCX	

VARIANTES

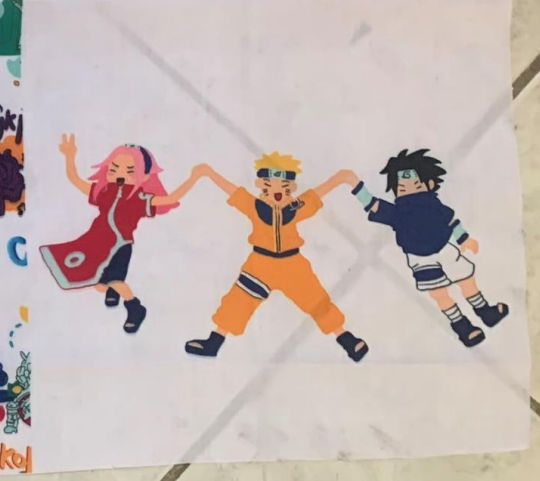


ESCALA 100%

4.5 SIMULAÇÕES E PROTOTIPAGEM

A impressão no tecido foi feita pela empresa Central de Tecidos, que fica em Porto Alegre, mas possui loja virtual. Escolhi essa empresa pois disponibilizavam diversas opções de tecido onde eu poderia estampar a minha imagem. Decidi estampar no tecido tricoline 100% algodão na técnica de estamparia digital. O resultado do tecido me agradou muito, a estampa ficou com os traços bem definidos como eu desejava e o tamanho das escalas também me agradaram bastante. Uma observação foram as cores do tecido que ficaram em tons diferentes da ilustração original, mas são bonitos da mesma forma. No geral, gostei bastante do resultado, mas da próxima vez gostaria que as cores fossem mais féis à minha cartela pantone. Além da impressão no tecido também fiz um protótipo de uma camiseta em uma gráfica aqui da minha localidade. Realizei o protótipo com a gráfica FSJ Gráfica & Chaves e escolhi a camiseta tamanho infantil 8 anos, no tecido 100% poliéster, estampada na técnica de sublimação. Eu gostei bastante do resultado da estampa, as cores ficaram um pouco mais rosadas e contrastadas do que o desenho original, mas nada que interferisse na estética. Além disso, também observei que a imagem ficou levemente torta em comparação com a referência enviada para a gráfica, mas nada exorbitante. De modo geral, o resultado superou minhas expectativas e eu gostei bastante.

Comparando os dois protótipos cheguei a conclusão que as duas técnicas de estamparia testadas produziram resultados satisfatórios e tiveram os mesmos erros na coloração. No quesito malha e tecido plano, observei que a estampa na tricoline 100% algodão ficou visualmente mais definida e fiel à ilustração original, mas de modo geral, os dois testes me agradaram.









Para desenvolver as simulações, selecionei imagens de peças de roupa similares as que eu observei nas lojas durante a pesquisa de mercado, um pijama *unissex*, que combina com as estampas tanto corridas quanto localizadas e camisetas simples que geralmente são consumidas pelo público infantil.











5

CONSIDERAÇÕES
-ナルト- 疾風伝
FINAIS

Esse trabalho teve como objetivo entender a aparição quase que repentina e em massa de conteúdos midiáticos da cultura pop japonesa – no caso, os animes – dentro da estampa de marcas conceituais e principalmente de marcas convencionais. Juntamente deste foco veio o questionamento quanto a função e representação do anime Naruto em artigos de moda infantis, e a partir disso surgiu a idealização e desenvolvimento da coleção “Pequenos *Otakus*”, uma coleção de estampas destinadas ao público infantil que teve como motivação e inspiração minha animação japonesa favorita, o anime Naruto.

Alinhando conhecimentos adquiridos durante a faculdade, estabeleci uma metodologia própria para o desenvolvimento da coleção. Esta foi baseada em pesquisas bibliográficas para entender a dinâmica da influência do público *otaku* para com o crescimento desse nicho dentro da moda. Pesquisas imagéticas para o desenvolver do processo criativo na elaboração da cartela de cores e inspiração para as artes finais, e por fim, pesquisas exploratórias que contribuíram visualmente e tecnicamente para um melhor entendimento do mercado e a oferta de produtos específicos.

Os objetivos gerais e específicos deste projeto se baseavam no desenvolvimento de uma coleção de estampas inspiradas no anime Naruto, voltadas para o público infantil, partindo da explicação do que são os animes, qual o público que consome artigos sobre esse tema e o estudo de coleções já existentes sobre esse tópico.

A parte do público alvo pode ser considerada uma parte fácil de ser realizada porque eu convivo diariamente com crianças, o que me deixou confortável para criar e representar esse público. E por eu ser ativa nas redes sociais, pude ver de perto o que as crianças consomem atualmente e além disso, faço parte ativa da comunidade *otaku*, o que me fez trabalhar de uma forma diferente, além de pesquisar e desenvolver o trabalho, também busquei observar os resultados e questionamentos com o olhar de uma fã.

O ponto alto do projeto foi o processo criativo das estampas, eu me diverti muito pesquisando referências e esboçando os desenhos, mesmo que digitalizar tenha sido trabalhoso, pois colorir no computador requer paciência para lidar com o programa travando ou fechando do nada, mas é muito gratificante ver tudo pronto.

O desenvolvimento prático deste trabalho deu-se através da criação de 14 estampas para a coleção infantil, intitulada “Pequenos *Otakus*”. Além da criação das estampas, o processo de concepção também foi considerado, apresentando o processo das artes finais, fichas técnicas e por fim, a impressão no tecido e a prototipagem na peça de roupa.

As ilustrações foram pensadas para serem lúdicas e ao mesmo tempo evidentes sobre o tema Naruto, buscando implementar cores e elementos que contemplassem a animação e que conversasse com o mundo infantil. Todos os desenhos foram elaborados pensando no público alvo e também em agradar o cliente com potencial de compra, que são os pais/responsáveis dessa criança.

O resultado esperado deste trabalho foi não apenas criar uma série de estampas, mas também contribuir com as discussões acerca deste segmento da moda, ressaltando inclusive a relevância das produções artísticas sobre o mangá e anime Naruto, visto que o anime é uma obra que marcou gerações e permanece significativo na atualidade.

A coleção de estampas desenvolvidas nesse trabalho apresentou resultados satisfatórios e cumpriu seu papel, mas possibilidades não se esgotam, inclusive gostaria de desenvolver mais estampas para a coleção, abrangendo outros personagens. O campo de design de estamparia inspiradas em animações japonesas, hoje é muito vasto e abrangente. Logo, este projeto buscou ampliar através do olhar de uma fã a diversidade acerca do nicho dos animes, fomentando novos estudos na área.

Referências

- A GERAÇÃO Alpha e a mudança na moda infantil: c. c. 2021. Blog Zattini. Disponível em: <https://www.zattini.com.br/blog/infantil/post/a-geracao-alpha-e-a-mudanca-na-moda-infantil>. Acesso em: 28 mar. 2022.
- ANDRADE, Paula. **O fenômeno Piticas**. 2019. Disponível em: <https://revistashoppingcenters.com.br/varejista/o-fenomeno-piticas/>. Acesso em: 18 nov. 2021.
- ASSUNÇÃO, Luxas. Animes: como as animações japonesas tomaram a moda e o pop. 2021. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/animes-como-as-animacoes-japonesas-tomaram-a-moda-e-o-pop/>. Acesso em: 18 nov. 2021.
- CARLOS, Giovana Santana Carlos. O(s) fã(s) da cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens). Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2011.
- CÉ, Otavia Alves. O corpo feminino segundo a estética kawaii: adentrando o universo das lolitas, das maids e das kegadols: Paralelo 31: Revista do programa de pós-graduação em artes visuais, Pelotas - Rio Grande do Sul, p. 01-10, 03 dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/paralelo/article/view/10214>. Acesso em: 12 abr. 2022.
- CHAN, Dalat. Otaku e Otome qual a diferença? - Explicação! 2012. Disponível em: <http://amamosanimes-br.blogspot.com/2012/10/otaku-e-otome-qual-diferenca.html>. Acesso em: 07 abr. 2022.
- FISCHER, Sara; FLYNN, Kerry. Demanda por conteúdo de anime dispara. 2022. Disponível em: <https://www.axios.com/anime-demand-soars-content-straming-518c42b5-a62e-4425-a872-2f77f29ec6fc.html>. Acesso em: 24 mar. 2022.
- GUGLINSKI, Luciana Oliveira Sousa. A INFLUÊNCIA DO MANGÁ E DO ANIMÊ NA MODA JAPONESA. 56 f. Tese (Doutorado) - Curso de Especialização de Moda, Cultura de Moda e Arte, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.
- GUSHIKEN, Yuji, HIRATA, Tatiane. Processos de consumo cultural e midiático: imagem dos ‘Otakus’, do Japão ao mundo: In: Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.37, n.2, p. 133-152, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v37n2/1809-5844-interc-37-02-0133.pdf>. Acesso em 07/04/2022.
- HUDSON, Rose. Principais tendências de 2022: Ani-Mania infantil e pré-adolescente. 2022. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/93291>. Acesso em: 24 mar. 2022.

JESUS, Felipe Kauê França de. O que é anime, quando foi lançada a primeira obra e como fazer um? 2020. Disponível em: <https://www.meon.com.br/meonjovem/alunos/o-que-e-anime-quando-foi-lancada-a-primeira-obra-e-como-fazer-um-anime>. Acesso em: 14 abr. 2020.

LEAL, Yasmin. Cafeteria Geek em Nova Iguaçu faz sucesso nas redes sociais. 2022. Disponível em: <https://sitedabaixada.com.br/cultura/2022/02/08/cafeteria-geek-em-nova-iguacu-faz-sucesso-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 05 abr. 2022.

MARTINS, Vinicius. O que é um chibi? 2012. Disponível em: <https://www.desenhodg.com/2012/08/o-que-e-um-chibi.html>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MELLO, Beatriz; ARRUDA, Rodrigo; VITORIO, Ivan; CAPUANO, Debora. Novos olhares e macrotendências sobre as crianças das gerações Z e ALPHA e suas famílias. 2016. Disponível em: <https://discoverypublicidade.com/binoculos/#a5>. Acesso em: 08 abr. 2022.

NAÍSA, Letícia. Você é um 'otaku'? Qual o significado do termo e outras curiosidades... - Veja mais em <https://tab.uol.com.br/faq/voce-e-um-otaku-qual-o-significado-do-termo-e-outras-curiosidades.htm?cmpid=copiaecola>. 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/faq/voce-e-um-otaku-qual-o-significado-do-termo-e-outras-curiosidades.htm>. Acesso em: 06 abr. 2022.

NGUYEN, Terry. As marcas já estão fazendo marketing para a Geração Alfa. 2021. Disponível em: <https://www.vox.com/the-goods/22611284/brands-gen-alpha-millennial-parents>. Acesso em: 13 abr. 2022.

REIS, Allyson. Estratégia de estilo de vida: Alfas exigentes. 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/insight/article/92554>. Acesso em: 07 abr. 2021.

RODRIGUES, José Alberto. **Arte do cosplay cresce e desperta curiosidade de jovens e adultos pelo mundo**. 2018. Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2018/09/24/noticias-saude,234438/arte-do-cosplay-cresce-e-desperta-curiosidade-de-jovens-e-adultos-pelo.shtml>. Acesso em: 07 nov. 2021.

SOUSA, Jefferson. O ANIMÊ NO BRASIL E A FORMAÇÃO DA TRIBO SOCIAL DOS OTAKU, Maranhão, out. 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/38491774/O_ANIM%C3%8A_NO_BRASIL_E_A_FORMA%C3%87%C3%83O_DA_TRIBO_SOCIAL_DOS_OTAKU_pdf. Acesso em: 29 mar.2022.

ORESKO, Lucas Sieber. FÃS DE NARUTO E SUAS CRIAÇÕES. Academia, 2018. Disponível em: https://www.academia.edu/38757002/CULTURA_PARTICIPATIVA_E_F%C3%83S_DE_NARUTO_E_SUAS_CRIA%C3%87%C3%95ES_FENOMENO_FANDOM_E_SUA_INFLU%C3%8ANCIA_NO_BRASIL. Acesso em: 07 out. 2021.

PETRÓ, Gustavo. Naruto completa 20 anos como um dos melhores animes de todos os tempos. 2019. Disponível em: <https://br.ign.com/anime/76862/feature/naruto-completa-20-anos-como-um-dos-melhores-animes-de-todos-os-tempos>. Acesso em: 06 abr. 2022.

URBANO, Krystal Cortez Luz. Fãs, Cultura Otaku e o “consumo da experiência” dos animes no Brasil. Artigo apresentado no GT Representações e Práticas de Consumo do X Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, 04, 05 e 06 de novembro de 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/7504837/F%C3%A3s_Cultura_Otaku_e_o_consumo_da_experi%C3%Aancia_dos_animes_no_Brasil. Acesso em: 07/04/2022.

WEITZ, Stacy et al. Funimation Global Group da Sony conclui aquisição da Crunchyroll da AT&T. 2021. Disponível em: https://www.sonypictures.com/corp/press_releases/2021/0809/sonysfunimationglobalgroupcompletesacquisitionofcrunchyrollfromatt. Acesso em: 01 abr. 2022.