



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

BRUNO IGOR FERREIRA BARBOSA DE SOUZA

**Comparação da Classificação Contábil de Ativos Intangíveis entre
Empresas de Mídia dos EUA e Estúdios de Animação Japoneses**

RECIFE

2025

BRUNO IGOR FERREIRA BARBOSA DE SOUZA

**Comparação da Classificação Contábil de Ativos Intangíveis entre
Empresas de Mídia dos EUA e Estúdios de Animação Japoneses**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Ciências
Contábeis da Universidade Federal
de Pernambuco – UFPE, como
requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Ciências
Contábeis.

Orientador (a): Giuseppe Trevisan Cruz

RECIFE

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Souza, Bruno Igor Ferreira Barbosa de.

Comparação da Classificação Contábil de Ativos Intangíveis entre Empresas de Mídia dos EUA e Estúdios de Animação Japoneses / Bruno Igor Ferreira Barbosa de Souza. - Recife, 2025.

65 : il., tab.

Orientador(a): Giuseppe Trevisan Cruz

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Contábeis - Bacharelado, 2025.

Inclui referências.

1. Ativos Intangíveis. 2. Propriedade Intelectual. 3. Contabilidade Internacional. 4. Animação Japonesa. 5. Mídia dos EUA. I. Cruz, Giuseppe Trevisan. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

FOLHA DE APROVAÇÃO

BRUNO IGOR FERREIRA BARBOSA DE SOUZA

COMPARAÇÃO DA CLASSIFICAÇÃO CONTÁBIL DE ATIVOS INTANGÍVEIS ENTRE EMPRESAS DE MÍDIA DOS EUA E ESTÚDIOS DE ANIMAÇÃO JAPONESES

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Ciências
Contábeis da Universidade Federal
de Pernambuco – UFPE, como
requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Ciências
Contábeis.

Aprovado em 10 de abril de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente



GIUSEPPE TREVISAN CRUZ

Data: 27/02/2026 20:22:26-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.(a). Giuseppe Trevisan Cruz

Prof.(a). Livia Vilar Lemos

Prof.(a). Rinaldo de Souza Guimarães

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, minha mãe, que sempre pegou no meu pé para estudar e me esforçar para poder realizar todos os meus sonhos, mas que também sempre me apoiou acreditou e me incentivou a continuar sempre seguindo em frente. Meu pai, que também sempre me apoiou, inclusive, na minha segurança, me buscando mesmo tarde da noite da parada de ônibus até nossa casa. E minha irmã, que também me apoiou, inclusive me auxiliando com algumas questões de trabalho e pesquisas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por ter me dado sabedoria e capacidade de realizar esse trabalho, mesmo com todas as adversidades.

Gostaria de agradecer a meus pais e minha irmã, pois além de serem as pessoas mais importantes da minha vida, sempre me apoiaram e estavam do meu lado para me ajudar sempre que precisei. Além disso, eles nunca duvidaram e sempre confiaram em mim, me incentivando a seguir até o fim, não importando as dificuldades.

Quero agradecer à Giovana, uma grande amiga e minha namorada durante o período que passamos na faculdade, quero agradecer a todas as vezes que você me ouviu falar sobre animes, eu sempre me empolgava quando se tratava desse tema, obrigado por também sempre me apoiar, me incentivar, confiar em mim e por me amar, graças a você passei por momentos maravilhosos na universidade, mesmo quando a aula estava chata ou acontecia algum problema na faculdade, te abraçar sempre enchia meus dias e minhas noites de alegria.

Quero também agradecer à grandes amigos meus, tanto os que conheci na universidade como os que conheci no meu dia a dia, fora da instituição, que me incentivaram bastante a permanecer nesse tema e não desistir independentemente do quão trabalhoso fosse. Eles são:

Meu amigo gago, que conheço desde que me entendo por gente, foi o primeiro a tentar me assustar com o TCC, mas também foi um dos primeiros a me dar dicas de como fazer o trabalho e normalmente tem um gosto bastante duvidoso para personagens de animes.

Ao meu amigo fã de Re:Zero e High Score girl, mas que apesar de algumas escolhas questionáveis, tem um bom gosto para obras e personagens, nossos debates, as jornadas para colecionar obras e suas recomendações me ajudaram na elaboração deste trabalho.

Ao amigo mais emocionado e teimoso que conheço, mas que no fundo é só um cara tranquilo que deseja encontrar o amor, embora eu discorde de você achar que o Sukuna é melhor que o Gojo, o admiro por gastar quase R\$1.000,00 nessa coleção.

Ao meu aluno e que vejo como um irmão mais novo, assim como no nosso mano emocionado, discordo que você acredite que o Sukuna é melhor que o Gojo, mas fora isso, você vai longe, meu nobre, nossas discussões pós aulas, recomendações e traumas compartilhados de obras foram momentos extremamente marcantes e que me deram algumas ideias de citações e obras para colocar neste trabalho.

E também, meu amigo pai de família, que passou várias madrugadas acordado comigo em reuniões online com o objetivo de estudar as disciplinas, elaborar trabalhos e auxiliar nos projetos um do outro, com dicas e motivação.

Agradeço ao meu professor orientador, pois aprendi muita coisa com ele, desde a primeira vez cursando sua disciplina até os períodos como monitor e na elaboração deste trabalho.

E para finalizar, quero agradecer a mim mesmo, por não ter desistido, por ter lutado até o fim, mesmo passando por todos os problemas, dores de cabeça e noites em claro, eu não desisti nem baixei a cabeça em nenhum momento.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo comparar a classificação contábil dos ativos intangíveis, especialmente o goodwill e as propriedades intelectuais (IPs), nas demonstrações financeiras de empresas de mídia dos Estados Unidos e estúdios de animação japoneses. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e descritiva, com base na análise documental dos relatórios financeiros de empresas como Disney, Warner Bros., IG Port e Toei Animation, bem como nas normas contábeis aplicáveis (US GAAP, IFRS e J-GAAP). O estudo investiga como as diferenças culturais, regulatórias e estratégicas influenciam o reconhecimento, a mensuração e a divulgação desses ativos. Os resultados apontam que, enquanto as empresas norte-americanas tendem a evidenciar o valor do goodwill resultante de aquisições e franquias, os estúdios japoneses frequentemente capitalizam suas propriedades intelectuais de forma distinta, refletindo práticas contábeis mais conservadoras ou específicas do setor. A pesquisa contribui para a compreensão das disparidades contábeis internacionais e suas implicações na avaliação de ativos intangíveis em setores criativos.

Palavras-chave: ativos intangíveis, propriedade intelectual, contabilidade internacional, animação japonesa, mídia dos EUA.

ABSTRACT

This study aims to compare the accounting classification of intangible assets, especially goodwill and intellectual properties (IPs), in the financial statements of media companies in the United States and Japanese animation studios. The research adopts a qualitative and descriptive approach, based on document analysis of financial reports from companies such as Disney, Warner Bros., IG Port, and Toei Animation, as well as the applicable accounting standards (US-GAAP, IFRS, and J-GAAP). The study examines how cultural, regulatory, and strategic differences influence the recognition, measurement, and disclosure of these assets. The results indicate that while U.S. companies tend to highlight the value of goodwill arising from acquisitions and franchises, Japanese studios often capitalize their intellectual properties in a distinct manner, reflecting more conservative or industry-specific accounting practices. This research contributes to the understanding of international accounting disparities and their implications for the valuation of intangible assets in creative industries.

Keywords: intangible assets, intellectual property, international accounting, Japanese animation, U.S. media.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Choju Giga	17
Figura 2 – Katsushita Hokusai: Hokusai Mangá	19
Figura 3 – Gen – pés descalços	22
Figura 4 – Astro Boy	22
Figura 5 – Crunchyroll (Acima) Netflix (Abaixo)	26
Figura 6 – Ano Hana (Obra de drama que retrata a depressão do protagonista após perder a sua mãe e sua melhor amiga ainda na infância)	27
Figura 7 – Exemplo de Storyboard	30
Figura 8 – Logo da Madhouse e algumas obras	33
Figura 9 – Kimetsu no Yaiba (Demon Slayer)	35
Figura 10 – Molho do Mc'Donalds de Jujutsu kaisen	36
Figura 11 – Avatar, a lenda de Aang (Maior referência dos murikanimes)	37
Figura 12 (Ativo intangível da empresa Walt Disney entre os anos de 2013 e 2024)	43
Figura 13 (Ativo intangível da empresa Warner Bros Discovery entre os anos de 2013 e 2024)	43
Figura 14 (Ativo intangível da empresa Toei Animation entre os anos de 2013 e 2024)	43
Figura 15 (Ativo intangível da empresa IG port. Inc. entre os anos de 2013 e 2024)	44

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Aumento Da Busca Por Animes Entre 2020 E 2022	28
Gráfico 2 – Processo De Produção De Um Anime	31
Gráfico 3 – PIB Do Japão Efetivo (2019-2023) E Previsto (2024-2029)	45
Gráfico 4 – Crescimento No Número De Inscritos Na Crunchyroll De 2016 A 2022	46
Gráfico 5 – Crescimento No Número De Expectadores Da Crunchyroll De 2018 A 2021	46
Gráfico 6 – Infográfico Da Kings Research	48
Gráfico 7 – Como Era Dividido O Mercado De Animes Japonês No Ano De 2024	49
Gráfico 8 – Previsão De Crescimento Do Mercado De Animes De 2020 A 2030	50
Gráfico 9 – Como Era Dividido O Mercado De Merchandising De Animes No Ano De 2023	50
Gráfico 10 – Previsão De Crescimento Do Mercado De Merchandising De Animes De 2020 A 2030	51

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2. JUSTIFICATIVA	12
1.3. OBJETIVOS	14
1.3.1. Objetivo Geral	14
1.3.1. Objetivo Específicos	14
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	15
3. REFERENCIAL TEÓRICO	16
3.1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA (INÍCIO DE TUDO, DESDE O SÉCULO XI E APÓS O FIM DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL);	17
3.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA (GLOBALIZAÇÃO, DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO, INTERNET E PLATAFORMAS DE STREAMING);.....	24
3.3. PROCESSO E CUSTOS DE PRODUÇÃO, MODIFICAÇÃO NA ESTRUTURA DAS ANIMAÇÕES E EXEMPLOS DA INFLUÊNCIA NO MERCADO INTERNACIONAL;	29
3.4. COMPARAÇÃO NA CLASSIFICAÇÃO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS NAS EMPRESAS NORTE-AMERICANAS E NOS ESTÚDIOS DE ANIMAÇÃO JAPONESES;	38
3.5. ANÁLISE DO CRESCIMENTO DO MERCADO	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	53

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a indústria da animação japonesa, mais conhecida como anime, passou a ocupar um espaço significativo no cenário global de entretenimento. Diversas empresas ao redor do mundo, especialmente do setor de mídia, têm incorporado elementos da cultura dos animes em suas estratégias de negócio, tornando esse segmento não apenas uma expressão cultural, mas também um motor econômico em expansão. Segundo o relatório da Associação Japonesa de Animação (AJA, 2022), o mercado de animes apresentou um crescimento acumulado de aproximadamente 98% entre 2013 e 2023, atingindo níveis recordes de faturamento.

Essa expansão internacional da indústria de animação japonesa tem despertado o interesse de investidores, pesquisadores e empreendedores. De acordo com Wong (2024), colunista do Wall Street Journal, “o anime está se tornando a nova grande indústria de exportação do país, além dos carros e dos eletrônicos. Essa forma de entretenimento de nicho chega ao consumo de massa mundial e seu crescimento pode animar os portfólios dos investidores” (tradução própria). Thomas (2024), autora do blog Medium, complementa: “o anime é tão popular por causa da grande variedade de gêneros, incluindo ação, aventura, fantasia, ficção científica e romance, representados por suas cores vivas e animação requintada” (tradução própria).

Entretanto, apesar de seu crescimento e visibilidade global, os estúdios de animação japoneses ainda apresentam práticas contábeis pouco compreendidas, especialmente no que se refere à classificação e mensuração de ativos intangíveis, como propriedades intelectuais (IPs) e goodwill. Por outro lado, empresas de mídia dos Estados Unidos possuem modelos contábeis amplamente estudados e baseados nos padrões norte-americanos e internacionais. Isso levanta o seguinte questionamento: como a contabilidade japonesa trata os ativos intangíveis na indústria da animação, e em que ela difere da contabilidade aplicada pelas empresas de mídia americanas?

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

Como as normas contábeis americanas (US GAAP), internacionais (IFRS) e japonesas (J-GAAP) influenciam a classificação e mensuração dos ativos intangíveis nas empresas de mídia dos Estados Unidos e nos estúdios de animação do Japão?

1.2. JUSTIFICATIVA

A crescente importância dos ativos intangíveis, como propriedade intelectual (IPs) e *goodwill* no valor de mercado das empresas evidencia uma transformação estrutural nas economias contemporâneas, cada vez mais baseadas em conhecimento, criatividade e tecnologia. No setor de mídia e entretenimento, especialmente em empresas dos Estados Unidos, esses ativos representam parcela significativa do patrimônio e impactam diretamente a avaliação financeira, as decisões de investimento e a governança corporativa, enquanto que os estúdios de animação japoneses, via de regra, tais valores não representam uma parcela significativa do patrimônio, mesmo com as obras animadas por eles tendo grande valor comercial.

Além disso, a classificação e mensuração desses ativos variam consideravelmente entre os países, influenciadas por diferenças nas normas contábeis, como o FASB (USGAAP) americano e os padrões japoneses (J-GAAP). Essa diversidade pode gerar inconsistências na comparabilidade internacional, afetando análises financeiras, processos de fusão e aquisição, e avaliações de desempenho.

Nesse contexto, este trabalho justifica-se pela necessidade de compreender como diferentes abordagens contábeis tratam ativos intangíveis, especialmente em setores criativos e globais, como o da animação, que envolvem forte valorização de propriedades intelectuais e marcas. A comparação entre os modelos norte-americano e japonês contribui para o entendimento das implicações práticas da contabilidade internacional, além de oferecer insumos para investidores, gestores e analistas que atuam em mercados globalizados.

Além disso, a escassez de estudos que enfoquem especificamente a contabilização de ativos intangíveis no setor de animação torna o presente trabalho relevante para ampliar a produção acadêmica sobre o tema, fornecendo uma análise comparativa que pode contribuir com futuras pesquisas e práticas contábeis mais harmonizadas.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo Geral

Analisar e comparar a classificação contábil dos ativos intangíveis, com ênfase em goodwill e propriedade intelectual (IPs), nas demonstrações financeiras de empresas de mídia dos Estados Unidos e estúdios de animação japoneses, à luz das normas contábeis adotadas em cada país.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Investigar a evolução histórica do mercado de animações japonesas no decorrer dos anos
2. Analisar a forma de produção dessas obras, bem como a rentabilidade e como é feita a divisão dos lucros
3. Investigar como as normas contábeis norte-americanas (US GAAP) e japonesas (J-GAAP) tratam a classificação e mensuração de ativos intangíveis.
4. Identificar os principais tipos de ativos intangíveis reconhecidos por empresas de mídia nos EUA e por estúdios de animação no Japão, com destaque para o *goodwill* e os IPs (propriedades intelectuais).
5. Comparar a forma como Disney, Warner Bros., IG Port e Toei Animation registram ativos intangíveis em seus balanços patrimoniais.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

- Tipo de Pesquisa: Pesquisa Bibliográfica e pesquisa qualitativa descritiva.

Para a coleta de Dados, utilizou-se artigos acadêmicos sobre a indústria de animes, as normas contábeis, IFRS, J-GAAP, US-GAAP, dados econômicos com foco no ativo intangível de estúdios de animação japoneses e americanos (ex.: Toei Animation, IG Port. Inc, Walt Disney), bem como relatórios de mercado com foco em animes (ex.: Statista, Grand View Research)

3. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com McWilliams (2008, p. 7), os mangás “são uma janela aberta para a identidade japonesa” (Tradução própria).

A história dos animes tem uma longa trajetória desde o seu início até a explosão de popularidade que ocorre na atualidade. Embora, não exista muitas informações sobre o início de tudo de forma mais detalhada, há alguns livros que cumprem bem esse papel, como é o caso da obra americana “Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime”, do autor Mark W. McWilliams.

Além dessa obra que serviu de inspiração para a produção deste trabalho, também houveram alguns artigos a respeito de temas mais específicos, porém puderam ser fontes de conhecimento para a elaboração e finalização deste trabalho.

Em relação ao comportamento e diferenças na classificação e mensuração do ativo intangível nas empresas norte-americanas e nos estúdios de animação japoneses, foram feitos com base nas normas contábeis internacionais (IFRS), bem como nas normas contábeis norte-americanas (US-GAAP) e japonesas (J-GAAP), enquanto que os dados referentes aos ativos intangíveis das empresas foram obtidos nos sites oficiais das mesmas.

3.1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA (INÍCIO DE TUDO, DESDE O SÉCULO XI E APÓS O FIM DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL);

As animações japonesas, em sua maioria, são feitas com base nos mangás, que são como histórias em quadrinhos da obra, sendo eles em preto e branco e são lidos de acordo com a grafia oriental, ou seja, da direita para a esquerda e de cima para baixo.

Amaro Braga Jr. (2005) menciona seis elementos que caracterizam os mangás: A estética do desenho; o layout e a perspectiva beligerante; a narrativa invertida e leitura gráfica; estereótipos e temas; metalinguagem cômica; e, por fim, a noção de tempo e o ritmo narrativo. Entretanto, essas características são apenas para os mangás modernos, os “protótipos”, por assim dizer, eram bastante diferentes.

Tudo se deu início com caricaturas, pode-se considerar que elas foram as precursoras dos mangás modernos. Sendo a obra considerada como o protótipo do primeiro mangá, Chouju Giga (figura 1), do monge japonês Toba Sojo (1053-1140). Sobre as inspirações dessas artes, o autor Mark W. Mcwillians (2008, p. 26) observou que tais caricaturas feitas com base em animais antropomórficos tinham como objetivo parodiar o estilo de vida da classe alta, com o intuito de criticá-lo.

Figura 1 – “Chouju Giga” (a obra mostra os animais antropomórficos se divertindo)



Fonte: <https://esoumdesenho.wordpress.com/2018/10/24/antiguidades-choujuu-jinbutsu-giga-o-primeiro-manga-da-historia/>

Após essa obra, vieram outros pergaminhos da segunda fase dessas caricaturas em preto e branco, com temas que envolviam a religião, a autora e responsável pelo site brasileiro vírus da arte & cia, Li Dias Carvalho (2019) explicou que tal mudança ocorreu devido às inúmeras calamidades que assolaram o Japão nessa época, como guerras, terremotos e muita miséria, o que fez com que o povo japonês ficasse pessimista acreditando que isso era um sinal para eles se arrependarem de seus pecados. Dentre as obras desse período se encontram Jigoku Zoshi e Gaki Zochi.

Um tempo depois, durante o período Edo no Japão (1603-1868), houve uma perseguição massiva contra cristãos, o que fez com que obras budistas se tornassem cada vez mais populares, dentre eles, Otsu-e, que se tratava de um básico manual budista com caricaturas, essa alta demanda pelas obras, fez com que um grande número fosse publicado, sendo vendidas não apenas para os japoneses, mas também para estrangeiros que os compravam como *sommeliers* (pequenas lembranças) de suas viagens. O colunista da página Japan Foward John Carrol (2021) comentou que tais obras serviram de inspiração para artistas estrangeiros como Picasso, que tinha interesse em arte mais primitiva e provavelmente ganhou quadros de alguns amigos japoneses, pois ele os tinha pendurados nas paredes de seu estúdio.

Após isso, no século XVIII, surgiram os “Toba-ehon pictures”, que eram caricaturas cômicas que retratavam o dia a dia dos japoneses e de acordo com Mark W. Mcwillians (2008), tais caricaturas eram consideradas parte da tradição do bispo Toba, durante o século XVIII.

Até então, todas essas impressões eram feitas de forma monocromática, ou seja, apenas em preto e branco, isso mudou a partir de 1765, quando Harunobu Suzuki começou a impressão de xilogravuras multicores, sendo essa, a era de ouro das impressões coloridas de “Ukiyo-e”, que, segundo Mark. W. Mcwillians, embora tais obras tenham se originado como pinturas, foi a impressão em xilogravura a responsável pela popularização das obras. Tais obras continuaram a retratar a cultura popular japonesa, cenas de trabalho, paisagens, atores, guerreiros e heróis históricos.

Após isso, entre os anos de 1814 e 1878. Katsushika Hokusai foi o responsável por criar o termo mangá, que significa imagem irresponsável, e também o que foi considerado o primeiro mangá, com nome de Hokusai mangá (Figura 2), sendo composto por 15 volumes com histórias sequenciais. De acordo com o redator do blog raiolaser, Ciro Inácio Marcondes (2015) os três pontos que relacionam a arte de Hokusai com os mangás modernos são, a cultura de imagens, as ilustrações de quadrinhos e a criação do termo.

Figura 2 – Katsushita Hokusai: Hokusai Mangá (pode-se ver diversas imagens ilustradas de trabalhos e convívio entre os japoneses)



Fonte: <https://www.raiolaser.net/home//2015/01/hokusai-inventou-o-manga.html>

No que se refere às animações japonesas, a primeira que se tem registro data de 1917, o redator da UOU, Pedro Henrique Lutti Lippe (2017) comentou que a obra foi uma feliz descoberta, pois acreditava-se que todas as animações desse período haviam sido perdidas na tragédia do grande terremoto, sendo ela “Nakamura Gatana”, que possuía uma duração inferior a 5 minutos.

As obras se popularizaram por ser uma novidade e três grandes nomes foram os responsáveis pela produção de boa parte das obras nesse período, sendo esses os mangakás “Oten Shimokawa” e “Junichi Kouchi”, bem como o pintor “Seitaro Kitayama”. As obras no início eram feitas com giz em um quadro, sem cores, onde a imagem era desenhada, apagada e redesenhada no mesmo quadro, cena por cena, após isso, o próximo estilo de animação foi em stop-

motion 2d, onde desenhavam as imagens e tiravam foto por foto de cada movimento, os filmes eram mudos, entretanto possuíam músicas e havia um narrador perto da tela para contar a história do filme, em relação aos gêneros das obras, eram principalmente comédias envolvendo samurais e contos populares japoneses para toda a família. Por fim, o padrão de tempo curto durou até aproximadamente a segunda guerra mundial, quando o primeiro filme longa-metragem de animação japonesa foi produzido.

O universo dos mangás durante a segunda guerra mundial sofreu forte repressão e censura pelo governo, pois a maioria dos autores de mangás eram antimilitaristas e críticos ao governo, sendo *Norakuro*, a obra mais famosa desse período, Nakataro Takamizawa, responsável pelos posts referentes à *Norakuro* na página Lambek (2017), comentou que a obra do autor Suihō Tagawa contava a história de um cão órfão em serviço militar, lutando contra os porcos, que representavam os chineses.

Enquanto que, em relação aos animes, continuaram a se desenvolver, em 1933, surgiu a primeira animação japonesa com vozes pré-gravadas, sendo necessário um ano de produção, em 1934 surgiram as animações japonesas feitas inteiramente de celulóides, que são folhas transparentes onde objetos são desenhados ou pintados à mão, com essas folhas sobrepostas uma sobre a outra, com um fundo sob elas, que agilizou e inovou o processo de criação de animes, porém, por ser mais caro, as empresas começaram a buscar financiadores, utilizando a primeira obra, *Chagama ondo*, como propaganda para atrair investidores, sendo um sucesso, levando ao crescimento dos estúdios de cinema, gerando altos lucros. E em 1945, o primeiro filme de anime em longa-metragem foi produzido, com o nome, *Momotaro: Umi no shinpei*, sendo encomendado pela marinha japonesa como uma forma de propaganda para o povo japonês.

Após a derrota e desistência do Japão na segunda guerra mundial, o país se afundou em sua maior crise até o momento, com muito trabalho, poucos recursos e ausência de formas de lazer. Outra consequência da derrota, foi que os militares americanos ocuparam o país a fim de vigiar se as regras pós-guerra estavam sendo cumpridas, como a proibição do país organizar um exército e

fabricar armas. Além disso, houve uma forte mudança na cultura do país, primeiro pela proibição do estilo de vida bushido, ou caminho do samurai. Onde o autor Daiji Yuzan explica em seu livro Budo Shoshinshu (2014, p.14) que seguir Bushido é dar ênfase à lealdade, fidelidade, auto-sacrífico, entre outras características, mas a principal, é viver e morrer com dignidade. E segundo, porque o Japão se abriu para o mercado estrangeiro e sofreu influência das obras norte americanas, como quadrinhos de heróis e filmes da Disney.

Esse controle dos norte-americanos no Japão ocorreu não apenas no exército, armamento e princípios dos samurais, mas também foi proibido a prática de esportes e a produção de obras com temas violentos, tal controle durou até a década de 50, quando o general Mc Arthur permitiu novamente tanto a prática de esportes como a publicação de obras, como mangás, mais livremente. E obras com temas esportivos que ressaltam o trabalho duro e esperança para atingir sonhos e objetivos se tornaram bastante populares, o que ajudou a expandir o mercado.

No fim da década de 50 e início da década de 60, surge o maior nome do universo de mangás, Osamu Tezuka, com sua maior inspiração sendo os filmes da Disney, ele é considerado o pai da estética, narrativa e imagem dos mangás, sendo visto como o deus do mangá para a cultura do entretenimento japonês, sendo Shin Takarajima, publicado em 1947, seu primeiro grande sucesso internacional, marcando o início da época de ouro dos mangás, de muitos outros que viriam, como Buda, Astroboy, Pinóquio, Kimba o leão branco, entre outros. De acordo com Francisco Noriyuki Sato (2020) que publicou um artigo no blog cultura japonesa a respeito de como Osamu Tezuka misturou pela primeira vez elementos da linguagem cinematográfica aos quadrinhos, que se tornou uma característica do mangá moderno. E no que se refere às animações, Osamu Tezuka também é o criador da obra que se tornou o primeiro anime serializado, sendo essa obra, Astro Boy (Figura 4).

Na década de 70, uma grande obra com temática de guerra foi lançada, Gen, pés descalços (Figura 3), do autor, Keiji Nakasawa, ela retratava as consequências da guerra, através do ponto de vista dos sobreviventes da bomba atômica *little boy*, que atingiu a cidade de Hiroshima em 06 de agosto de 1945,

mostrando problemas como fome, depressão, pobreza, morte e também os efeitos da radiação nos sobreviventes. A autora de artigos da página leitor cabuloso, Priscila Rúbia (2016) explicou que o mangá se tornou um clássico e ficou mundialmente famoso por apresentar a todos sobre o horror da bomba atômica.

Figura 3 – Mangá Gen, Pés Descalços (a página dupla mostra um jovem rapaz com uma expressão de tristeza devido a situação trágica que estava vivo)



Fonte: <https://leitorcabuloso.com.br/2016/08/manga-gen-pes-descalcos/>

Figura 4 – Astro Boy (primeira animação a ser serializada no Japão)



Fonte: <https://tezukaosamu.net/en/anime/30.html>

Em 1958, foi lançado o primeiro filme animado colorido, chamado Hakuajaden, e também, um dos primeiros filmes a ser comercializados mundialmente, dando sinais que o mercado estrangeiro também poderia ser lucrativo para os estúdios de animação, que se desenvolveram e se popularizaram um tempo após o fim da segunda guerra mundial, dentre eles, a Toei Animation.

Klaus Victor Fernandes de Carvalho em seu artigo intitulado “Episódio piloto A família perfeita: Cenografia e animação” (2022, p. 69) comentou também a respeito do estúdio responsável pela obra, onde o mesmo disse que

“A Toei esteve focada em curtas e longas em seu início, tendo produzido o primeiro longa de animação japonês: Hakuajaden (A lenda da serpente branca), de 1958.”

Na década de 60, houve a criação e comercialização de animes serializados, após Astroboy, uma obra de comédia e ação, também surgiram animes de outros gêneros, como shoujo, obras para o público feminino, de corridas, como Speed Racer e mecha, obras com robôs gigantes controlados por humanos, além de obras de terror sobrenatural, como Devilman.

3.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA (GLOBALIZAÇÃO, DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO, INTERNET E PLATAFORMAS DE STREAMING);

A partir da década de 80, considerada como “década de ouro dos animes”, a indústria foi bastante impulsionada graças à globalização, onde estúdios de animação licenciavam suas obras para emissoras de Tv ao redor do mundo para as transmitirem, o que incentivou as dublagens das obras, que se trata de regravar as vozes dos personagens com um outro idioma, geralmente o do país onde a obra será transmitida, sendo um exemplo bastante conhecido, Yu yu hakusho, onde, foram colocadas várias gírias e referências da cultura brasileira nas vozes dos personagens, facilitando a identificação do público com os personagens. Thiago Lopes (2010, p.27), apresenta em seu artigo “O animê: públicos, consumo e modos de apropriações culturais” como os animes japoneses se popularizaram rapidamente, através da análise da audiência de animações como Dragon Ball Z, Naruto, Pokémon e Yu-Gi-Oh em emissoras de Tv aberta.

Além da globalização, a criação de novas tecnologias como fitas VHS e a produção de grandes obras de ação, como Dragon ball que ficou mundialmente famoso, e de outros gêneros como sci-fi e cyberpunk, obras de ficção e futuristas, acelerou a popularização das animações japonesas ao redor do mundo.

Durante a década de 90, devido ao avanço das tecnologias, como dvds e o início da internet, criação e consolidação de estúdios de animação e revistas voltados ao mercado de animes, como o estúdio Ghibli, cujas obras repercutiram no mundo inteiro pelo seu traço, roteiro e histórias, e a revista shonen jump, gigante até os dias de hoje, bem como a comercialização de brinquedos e action figures e por fim, eventos sociais e de marketing temáticos, com foco em animes. Todas essas mudanças aumentaram a popularização de animes, tornando eles uma febre mundial, que marcaram a história das animações, principalmente para os jovens da época. Sailor Moon, foi uma dessas obras famosas, que popularizou o gênero de “garotas mágicas”, e as autoras Tâmara Leoni e Tatiana Brandão (2006, p.4) se aprofundaram na obra, mencionando que a característica principal da obra era baseada na contrariedade entre a vida e a morte.

Outras obras foram Yu Yu Hakusho, conforme citado anteriormente, uma obra de ação e comédia que, de acordo com a autora Ângela Teixeira (1999, p.7), as características como troca de penteado e figurinos que ocorrem na obra seguem uma lógica de crescimento de personagens similar a seriados com atores reais. Além dessa, Cavaleiros do Zodíaco foi outra obra que se tornou extremamente popular, principalmente no Brasil. Tal impacto fora tão expressivo, que os autores Victor Serrão e Jadson Justi (2020, p.15) produziram um artigo chamado “A iconicidade de uma geração: O anime Saint Seiya como fenômeno social”, e o resultado obtido por eles, através de um raciocínio indutivo, foi que o protagonista da obra, Seiya, influenciou inúmeras pessoas devido à sua personalidade indestrutível e ser um cavaleiro perseverante que se importa profundamente com seus amigos.

E outra obra, que revolucionou o gênero Mecha e apresentava tramas mais aprofundadas, filosóficas e psicológicas foi Neon Genesis Evangelium, com temas pesados e que abordava diretamente temas como depressão.

O criador do artigo ““Eu sou eu. Quero ser eu. E quero ficar aqui. E tudo bem!”: uma análise do processo depressivo de Shinji Ikari, na obra Neon Genesis Evangelium” Gustavo Biancardi Diegues (2022, p. 25), aborda em sua dissertação sobre essa característica do protagonista. Ele observou que

“Levando em consideração as relações de Shinji com os outros, o ambiente que vive e como ele reage nesse ambiente, pode-se considerar que o personagem passa por um processo depressivo.”

No final dos anos 90 e início dos anos 2000, Dragon ball lançou sua continuação, Dragon Ball Z, que se tornou um modelo para todos os shounen subsequentes, dentre eles, houveram 3 que se destacaram, sendo eles One Piece, Naruto e Bleach, obras serializadas, baseadas nos mangás de mesmo nome, que foram os mais vendidos por mais de 10 anos pela revista shounen jump, além de serem as obras mais populares ao redor do mundo, com os protagonistas de suas obras, tendo seus figurinos copiados e usados por jovens em convenções e eventos de animes. Essas três obras revolucionaram o mercado de animes, expandindo ainda mais a sua influência e movimentando o mercado, com a venda de bonecos, DVD's, mangás, Action figures, painéis, cosplays, entre

outros, além disso, foram as obras mais populares entre os anos de 2004 e 2014 (Junno Sena – Legião dos heróis, 2022).

No período dos anos 2000 até 2010, houve o desenvolvimento da internet, esse período, marcou o começo da era digital e os animes passaram a ser distribuídos por serviços de streaming e fóruns online, facilitando o acesso a essas obras. Além disso, inúmeras novas obras, dos mais diversos gêneros, novos estilos de animação e duração surgiram, dentre eles, os isekais, obras onde o protagonista vai para outro mundo, e os seinen, voltados para o público masculino adulto, como Death Note e Code Geass, obras feitas com CGI, ou animação digital, como Appleseed e a popularização na produção e consumo de animes relativamente curtos, de 12 a 25 episódios, como Toradora e Angel Beats. Mega hit, é um termo dado a animes curtos que se tornam muito populares mundialmente, como ocorreu com Steins; Gate e Sword Art Online, por exemplo.

Uma das razões que facilitou a popularização de animes, foi o surgimento e crescimento das plataformas de streaming, sites e aplicativos onde, através de um pagamento mensal ou anual, o consumidor tem acesso à diversas obras, dos mais diversos estilos, gêneros e países de origem, podendo assisti-los no horário que quiserem, sem depender da programação da Tv aberta. Dentre essas plataformas estão, a Netflix e a crunchyroll (Figura 5), sendo essas, as mais importantes para a divulgação de animes para pessoas de diferentes nichos.

Figura 5 – Crunchyroll (Acima) e Netflix (Abaixo) (Duas enormes plataformas de streaming)



Fonte: [https://gqcanime\)s.com.br/crunchyroll-ve-netflix-como-aliada-no-crescimento-do-anime/](https://gqcanime)s.com.br/crunchyroll-ve-netflix-como-aliada-no-crescimento-do-anime/)

Após 2010, com o desenvolvimento ainda maior da internet e das plataformas de streaming, os mega hits se tornaram mais frequentes, como ocorreu em Demon Slayer, Jujutsu Kaisen e Dandadan. Além desses, algumas obras de gêneros considerados menos interessantes, como drama, também obtiveram um destaque no mercado global, como ocorreu com Ano Hana (Figura 6), obra de drama que comoveu inúmeras pessoas.

De acordo com o autor “Diego” do blog “Yuki TV Anime”, na publicação “Resenha de Ano Hana” (2018):

“Quando você assiste Ano Hana, você sente uma empatia enorme pelos personagens, parece que os conflitos, as culpas, as paixões, os sentimentos, tudo que acontece com eles parece que está acontecendo com a gente também, você realmente entra na história e sente tudo que eles sentem.”

Figura 6 – Ano Hana (Obra de drama que retrata a depressão do protagonista após perder a sua mãe e sua melhor amiga ainda na infância)

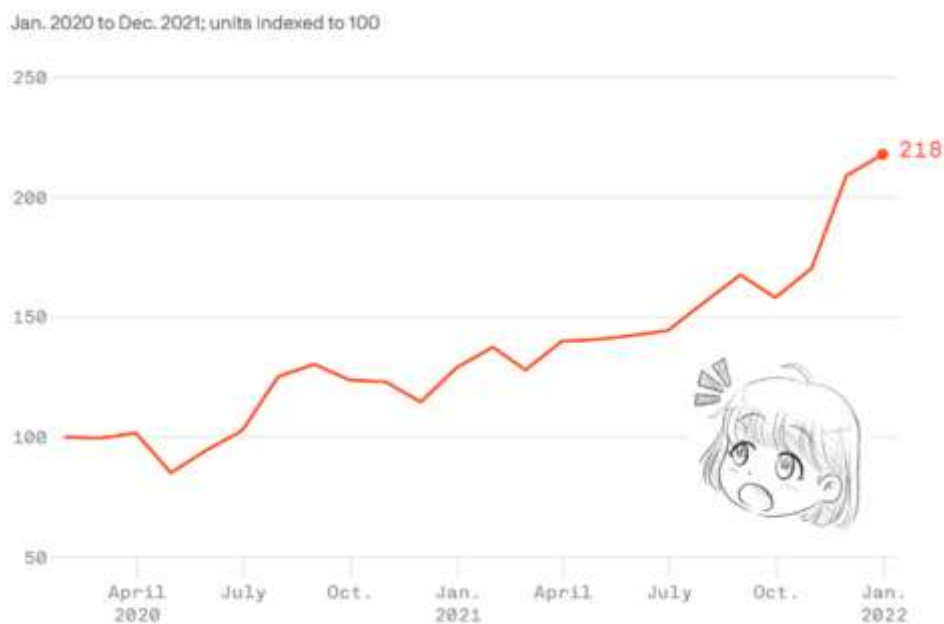


Fonte: <https://yukitvanimesblog.wordpress.com/2018/08/09/resenha-de-ano-hana/>

Por fim, no ano de 2020, houve a pandemia de COVID-19, que se espalhou pelo mundo inteiro, e fez muitos estados e países aderirem uma situação de isolamento, onde todas as pessoas deveriam ficar em casa para evitar a propagação do vírus, o que acarretou em muitos impactos para a economia, entretanto, em relação à visualização dos animes e mangás, como as pessoas

eram obrigadas a ficar em casa, as plataformas de streaming se tornaram ainda mais populares, pois se tornou o principal passatempo das pessoas que estavam em casa, e isso acarretou em uma busca ainda maior por animes no mundo, popularizando as obras até com quem não se interessava pelo estilo de animação, acabou cedendo e assistindo pelo menos algum durante esse período, o crescimento foi tão absurdo que de 2020 até 2022 a busca por animes aumentou em 118% (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Aumento Da Busca Por Animes Entre 2020 E 2022



Fonte: <https://www.intoxianime.com/2022/01/demanda-por-animes-fora-do-japao-teve-aumento-de-118-mesmo-na-pandemia/>

3.3. PROCESSO E CUSTOS DE PRODUÇÃO, MODIFICAÇÃO NA ESTRUTURA DAS ANIMAÇÕES E EXEMPLOS DA INFLUÊNCIA NO MERCADO INTERNACIONAL;

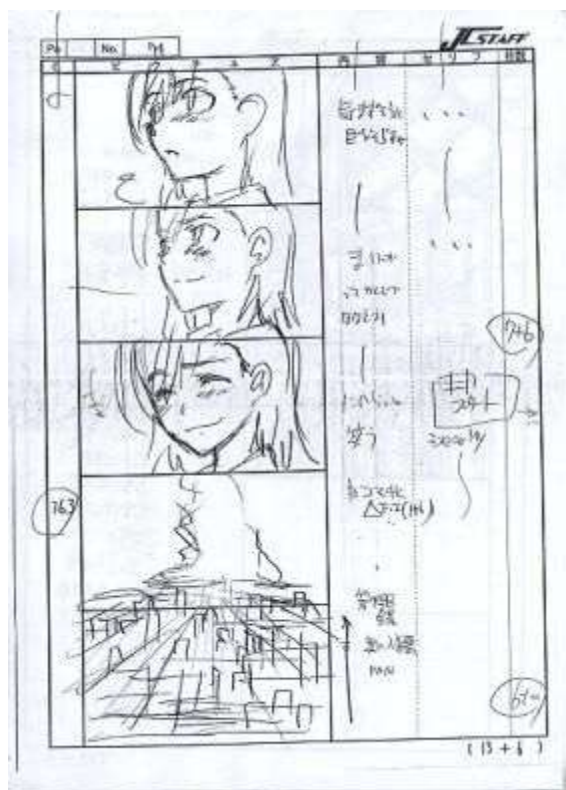
A animação de uma obra se inicia com a produtora, que se trata basicamente da responsável por organizar a produção de um espetáculo, filme, disco, programa de televisão, entre outros. Para isso, ela precisa analisar as tendências de mercado com o intuito de determinar qual obra vale a pena trabalhar no momento, normalmente isso é feito analisando as vendas de algum material que servirá como base para o anime, seja mangá, light novel (livros com algumas imagens entre capítulos), web novel (uma história criada e publicada inicialmente na internet) ou até visual novel (jogos). Após isso, a produtora necessita encontrar maneiras de financiar o anime e oferecer canais de exibição da obra. Essa parte mais introdutória é conhecida como pré-produção.

Atualmente, mesmo com o acesso às ferramentas digitais mais eficientes, os valores são de, em média 100.000 a 300.000 dólares por episódio. Um anime de 12 ou 13 episódios, por exemplo, tem um custo médio de 2 milhões de dólares, enquanto que um anime de 22 a 25 episódios tem um custo médio de 4 milhões de dólares, já os animes de audiência, que são criados com o objetivo de serem longos, como Yu-Gi-Oh, tem um custo de produção menor, de 80.000 dólares por episódio. Entretanto, esses custos podem variar a depender da qualidade da animação, da tecnologia utilizada, dos dubladores contratados se a produção vai enfrentar alguma adversidade, entre outros fatores. Vale ressaltar, que os custos relatados anteriormente tratam-se apenas dos custos de produção, além desses, há também todo o gasto com marketing que pode variar de 100.000 a 2 milhões de dólares.

Uma vez encerrada a pré-produção, o diretor irá elaborar o *storyboard* (Figura 7), que se trata de um rascunho sobre o rumo que a obra deve tomar para que as outras pessoas envolvidas na produção tenham alguma direção. Após o storyboard, os animadores irão criar os seus rascunhos das cenas do anime e com a aprovação do diretor, a animação começará a ser feita. Um anime é feito com uma média de 24 frames (quadros) por segundo, com esse valor podendo

variar a depender do ritmo do anime. Os animadores são os responsáveis por desenhar os quadros, o diretor de animação é o supervisor dos animadores e todo o procedimento é passado para o diretor geral da série.

Figura 7 – Exemplo De Storyboard

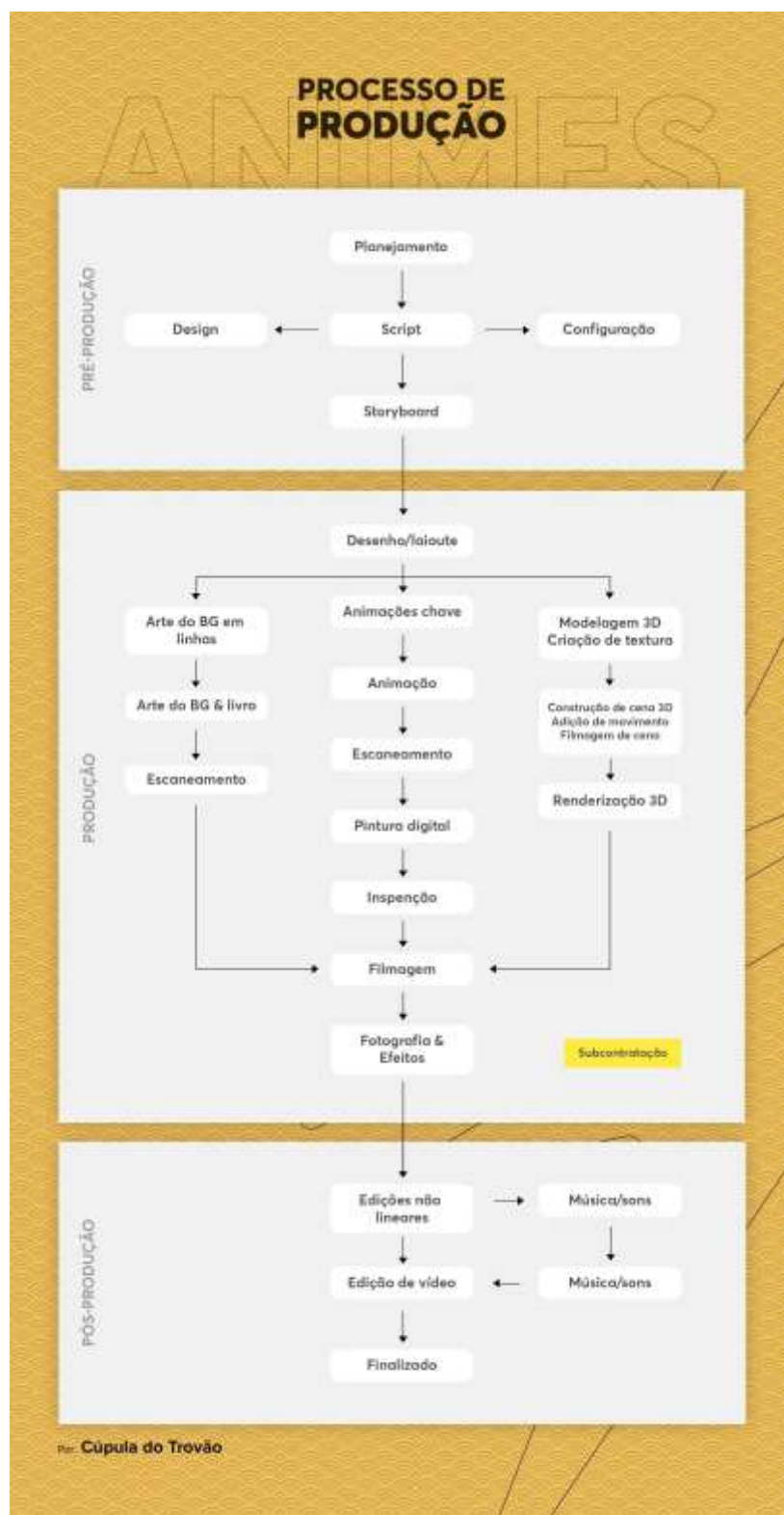


Fonte: <https://www.crunchyroll.com/pt-br/news/features/2014/9/21/como-os-animes-so-produzidos?srltid=AfmBOogcfrYRWrORRMzZj949HlgQwF3zYqAI9zCXOd0Jz6RZPHiy5E7W>

O processo de animação pode ser resumido da seguinte forma, após o planejamento, é elaborado o script, design dos personagens e configuração das cenas, tudo isso será apresentado no *storyboard* em uma versão mais simplista e resumida. Após isso, os animadores começam a trabalhar, com dois departamentos principais, os animadores de momentos chaves (“estáticos”, como a expressão dos personagens) e os animadores de transição (que farão os movimentos entre os momentos chaves, como a mudança de uma expressão alegre para uma expressão raivosa do personagem). Tudo é reunido para fazer as cenas animadas, se houver animação em 3d, ela é feita após as cenas em 2d estarem prontas, caso não, será feita a inspeção das cenas e a filmagem, após isso, adicionam-se os efeitos visuais e apenas no final, a parte do som (música,

vozes, trilha sonora) será adicionada a obra, finalizando assim, a criação do episódio (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Processo De Produção De Um Anime



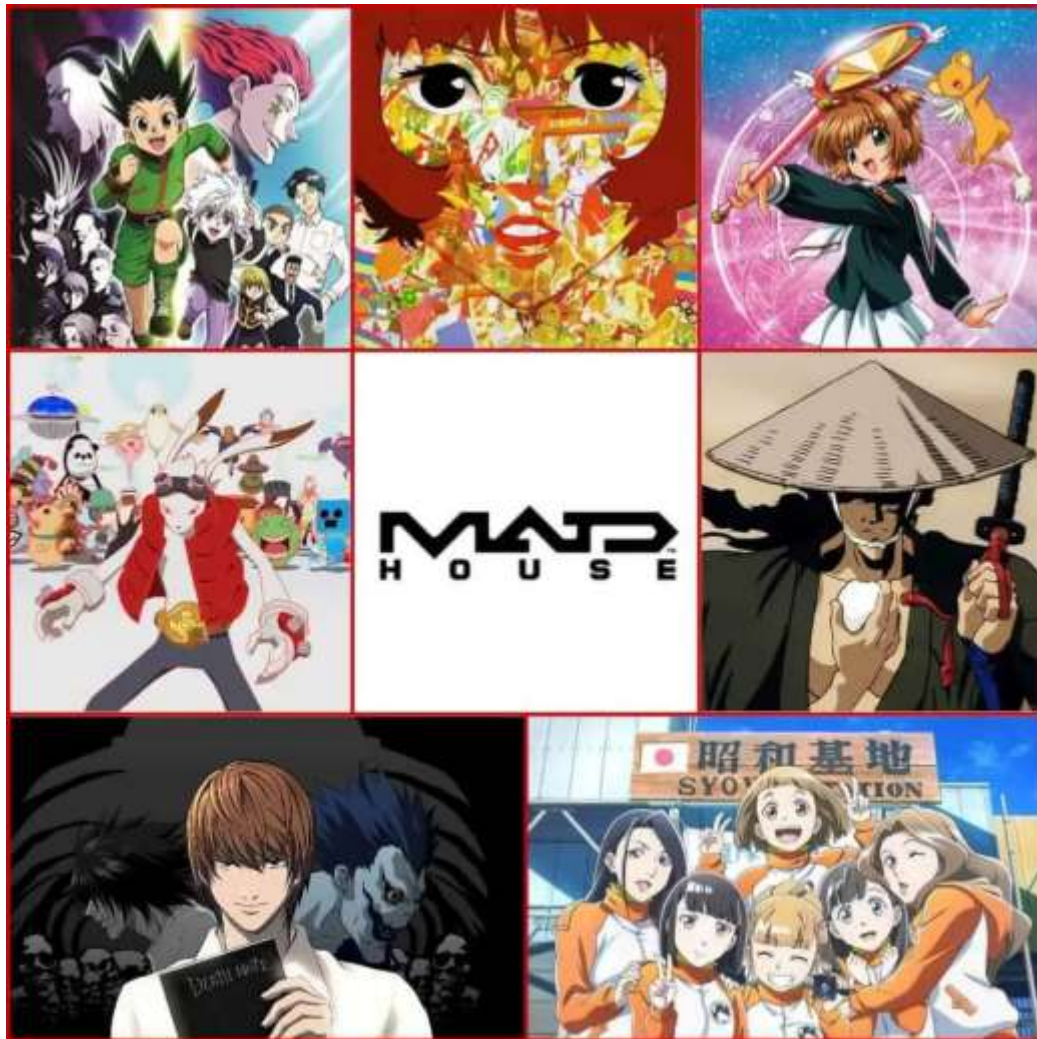
Fonte: <https://cupulatrovao.com.br/especiais/como-animes-sao-feitos-quanto-custa/>

Em relação ao retorno financeiro, a maior parte desse retorno vem através do licenciamento para transmissão (Tv e streaming), venda de DVD's e Blu-ray's (discos cuja obra pode ser transmitida em alta definição do vídeo e áudio devido ao armazenamento de dados de alta densidade), direitos de publicação de mangás e light novel, parcerias publicitárias, patrocínios, merchandising (Action figures, roupas e acessórios por exemplo) e através de eventos e shows temáticos.

Por fim, a divisão do lucro entre a produtora e os demais participantes ocorre da seguinte forma, o comitê de produção retém a maior parte do lucro, os estúdios de animação recebem uma quantia fixa, o mesmo vale para os dubladores, compositores e artistas.

Em relação às empresas participantes da produção, estão, as produtoras, o comitê de produção e os estúdios de animação, sendo esses últimos, bastante conhecidos pelos entendedores do universo das animações japonesas, visto que, cada estúdio se torna referência devido a seus estilos de animação e a qualidade das mesmas, sendo alguns dos mais conhecidos, a Toei Animation, responsável por animar Dragon Ball, a Madhouse (Figura 8), responsável pela primeira temporada de One Punch Man e o estúdio Ghibli, responsável pela Viagem de Chihiro.

Figura 8 – Logo Da Madhouse (Centro) E Algumas Obras



Fonte: <https://roppongi.fr/en/madhouse-pioneering-japanese-animation-studio/>

No que se refere à mudança na forma de produção de animes, algo muito comum no processo de animação dos shounen populares de antigamente, como “Naruto”, “Dragon ball”, “Konjiki no Gash Bell”, “One piece” e “Bleach” era que eles eram produzidos semanalmente, sem parar, com uma qualidade mediana. Além desses, também haviam animes de outros gêneros que eram produzidos semanalmente também, mas com episódios curtos, entre 10 e 25, cuja qualidade da animação costumava ser melhor que a dos animes “intermináveis”. Entretanto, esse estilo de produção sofreu uma mudança brusca após a explosão que Kimetsu no yaiba, ou Demon slayer (Figura 9) gerou no mercado de animações, sendo um anime shounen, animado pela “Ufotable” em 2019 com uma animação extremamente acima da média além de uma duração curta, com 24 episódios na primeira temporada e após isso, a obra teve um intervalo até a próxima temporada. Embora não tenha sido o primeiro shounen a optar por esse

formato (Boku no hero fez o mesmo em 2016), foi o primeiro desse formato a se tornar um sucesso mundial imediatamente após o lançamento, o que acabou influenciando uma nova era na produção de animes, como ocorreu em seguida com “Jujutsu Kaisen” em 2020 e “Dandadan” em 2024.

Essa mudança trouxe aspectos bastante positivos e mostrou as “falhas” que os animes mais longos normalmente apresentam, dentre eles, os *fillers* (episódios que não fazem parte de história principal e não se conectam com o universo), a animação mediana (obras muito longas, dificilmente conseguem manter a qualidade da animação por muito tempo), além de reduzir a quantidade de riscos do processo de animação, com um bom exemplo disso sendo a animação japonesa “Konjiki no Gash bell” que foi cancelada após 150 episódios, pois o autor da obra “Makoto Raiku” havia quebrado o braço e o anime não tinha mais material para adaptar, por conta disso, foi feito um final original que desagradou boa parte dos fãs.

Os animes de curta duração (por temporada) não apresentam esses problemas, devido à quantidade menor de episódios, a qualidade da animação em quase todas as vezes consegue se manter a mesma do início ao final da obra, esse ritmo também impede que hajam fillers, visto que as temporadas são produzidas apenas quando há material suficiente para adaptar, e por fim, problemas como lesão do autor, discussões na produção e outros problemas são mais improváveis de acontecer devido ao tempo “curto” que a produção irá levar quando comparado às obras “intermináveis”.

A obra Demon slayer impactou não só a cultura pop, mas também pesquisas e trabalhos acadêmicos, como o artigo de autoria de Leonardo José Costa e Regiane Regina Ribeiro, intitulado “CULTURA POP E CIÊNCIA: O POTENCIAL DO MANGÁ DEMON SLAYER PARA A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA.” (2024, p. 84) que pontuaram como a obra apresenta vários elementos científicos interessantes e chegaram à conclusão que

“Ao observar Demon Slayer enquanto um produto popular com discursos científicos, percebeu-se a utilização de elementos narrativos imbuídos em saberes relacionados à ciência para dar sentido e emoção à história.”

Figura 9 – Kimetsu No Yaiba (Demon Slayer)



Fonte: <https://www.adorocinema.com/series/serie-25661/>

Em relação às influências observáveis no mercado internacional, diferentes empresas, de diversos setores, como moda, alimentação, jogos e entretenimento tem investido em parcerias com obras de animação japonesas famosas, por exemplo, algumas empresas de fast food como o McDonalds que em 2023 fez uma colaboração com One Piece, enquanto que no ano de 2024 houve uma parceria com Jujutsu Kaisen (figura 10), e o Burguer King, que no ano de 2024 fez uma parceria com Naruto, sendo essa uma campanha que ocorreu no Brasil, com o cardápio modificado para citar referências dos personagens da obra, também foram disponibilizados brinquedos colecionáveis e uma unidade do Burguer King em Liberdade, São Paulo, foi totalmente redecorada com a temática de Naruto e com elementos da cultura japonesa.

Figura 10 – Molho Do Mcdonald's De Jujutsu Kaisen



Fonte: [McDonald's e Jujutsu Kaisen lançam molhos em collab nos EUA - GKPB - Geek Publicitário](#)

No ramo da moda, o exemplo mais comum de parceiras entre animes com lojas de roupas ocorre em algumas marcas que produzem tênis temáticos, como é o caso da Adidas fazendo parceria com “Dragon Ball Z”, “Naruto Shippuden” e “Pokémon”, a Puma, que fez parceria com “One Piece” e “Pokémon”.

Também há a parceria com jogos, como ocorre no jogo Fortnite que acrescentou personagens de animes como personagens utilizáveis na jogatina, sendo esses personagens de “shingeki no Kyojin”, “Boku no hero”, “Dragon ball super” e “Naruto”. Outro jogo que também se inspirou bastante em animes foi o jogo “Brawl Stars”, cuja personagem “Maise” foi inspirada em “Jojo’s Bizarre Adventure”, poses, vestes e até mesmo paleta de cores.

E mais um dos setores que passou a investir de forma mais intensa no mercado de animações japonesas foram as plataformas de streaming como a Netflix que, além de distribuir, desde o ano de 2017, passou a produzir e fazer parte do comitê de produção de diversas obras, como foi bem explanado pelo autor Arthur Eloi do site “Omelete”, no post “Todos os animes produzidos ou distribuídos pela Netflix” (2017), sendo o primeiro deles “Castlevania”, obra inspirada em uma série de jogos de mesmo nome, além desse, a Netflix também foi a responsável pela primeira temporada de Nanatsu no Taizai. Além disso, ela investiu em live-actions, que são adaptações com atores dessas obras, como ocorreu com Death note e One Piece.

Além das influências observáveis por meios de parcerias diretas com obras japonesas, como no caso das empresas acima, também há a influência artística, onde diversos cartoons modernos, se inspiraram nas animações japonesas, tais

obras são chamados de pseudoanimes ou murikanimes, com seu maior representante sendo Avatar, a lenda de Aang (Figura 11), um sucesso mundial, que possuía várias características presentes nos animes, como as expressões faciais, estilo de animação e humor caricato. Além dessa, obras como Ben 10, Teen Titans e as aventuras de Jackie-cha também são consideradas murikanimes.

Figura 11 – Avatar A Lenda De Aang (a maior referência mundial dos “murikanimes”)



Fonte: <https://blackcompany.com.br/quadrinhos/avatar-o-ultimo-mestre-do-ar-a-procura-chega-ao-brasil/>

Essas influências também podem ser observadas em obras brasileiras, como ocorreu com Turma da Mônica, obra de Maurício de Souza, que fez a partir de 2008 uma releitura dos seus personagens em suas versões jovens, onde as edições eram produzidas e desenhadas com muitas inspirações em mangás, com páginas em preto e branco, porém, diferentemente das obras japonesas, que são lidas no sentido oriental, Turma da Mônica Jovem e outras obras inspiradas nos mangás japoneses são lidas no sentido ocidental, da esquerda para direita e de cima para baixo. Outra obra que se tornou bastante popular no país, sendo lançada em 2022, pelo autor Glitch_Tellend, foi Sense Life, também com fortes inspirações em mangás japoneses.

As autoras Adriana Amaral e Giovana Carlos (2013) retratam em seu artigo trabalho como os mangás influenciaram a obra nacional “Turma da Mônica Jovem”, chegando à conclusão de que mesmo a obra sendo inspirada em estilos de mangá, quando chega ao Brasil ela se adapta, sendo traduzida e reconfigurada em um novo contexto, bem como é apresentada de uma forma que estabeleça uma relação mais familiar com o leitor.

3.4. COMPARAÇÃO NA CLASSIFICAÇÃO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS NAS EMPRESAS NORTE-AMERICANAS E NOS ESTÚDIOS DE ANIMAÇÃO JAPONESES;

É de se imaginar que grandes estúdios de animação japoneses como a Toei Animation, tenham em seu balanço patrimonial, altos valores nos seus ativos intangíveis (principalmente de propriedade intelectual), devido aos seus animes mais famosos como One Piece, Sailor Moon e principalmente, Dragon Ball. No entanto, o que se observa em suas demonstrações contábeis é bastante diferente do que se imagina, pois os valores dos seus ativos intangíveis são baixíssimos, diferentemente do que ocorre no balanço de empresas de entretenimento norte americanas, como é o caso da Disney, que possui altos valores no seu ativo intangível. Mas, por que isso ocorre, visto que esses animes mais populares geram inúmeras fontes de receita (Através do cinema, merchandising, parcerias, entre outros)?

Antes de tudo, é necessário compreender o que são os ativos de uma entidade e como eles são divididos. O IFRS, ou International Financial Reporting Standards (IASB, 2023), define um ativo como recursos controlados por uma entidade, onde se espera que tais benefícios gerem benefícios econômicos futuros. Sendo divididos em circulante e não circulante. Ainda de acordo com o IFRS (IASB, 2023), os ativos circulantes são recursos, onde se espera que sejam convertidos em caixa dentro de um ano ou durante seu ciclo operacional, enquanto que os ativos não circulantes são de longo prazo, utilizados para operações contínuas da entidade.

Vale ressaltar que quando se trata de contabilidade, de acordo com a estrutura conceitual do IFRS (IASB, 2018), uma Entidade refere-se a uma unidade econômica cujas demonstrações contábeis devem oferecer informações úteis para os usuários de contabilidade. Enquanto que Caixa, segundo o IAS 7 (IASB, 2020), refere-se ao dinheiro em espécie que a entidade possui, sendo ele físico ou em depósito bancário, e os equivalentes de caixa, como sendo aplicações financeiras de curto prazo e alta liquidez, ou seja, facilmente conversíveis em caixa e com um risco insignificante de mudança de valor.

Os ativos intangíveis são classificados como ativos não circulantes e o IFRS (IASB, 2023) os define como um recurso não monetário, identificável que não possui forma física, mas que apresenta valor econômico. Ou seja, são bens que não envolvem dinheiro, não podem ser tocados, mas podem ser identificados como algo valioso, dentre eles, estão a propriedade intelectual (como marca e direitos autorais), goodwill (ágio por expectativa de rentabilidade futura) e desenvolvimento de software e tecnologia.

O goodwill, ou ágio por expectativa de rentabilidade futura, de acordo com a IFRS 3 (CPC 15, 2021) se refere a benefícios econômicos futuros que não podem ser atribuídos a ativos identificáveis separadamente. Por exemplo, a empresa A quer comprar a empresa B, cuja mesma vale 5 milhões de dólares no mercado, entretanto a empresa A paga 7 milhões de dólares, pois espera que a empresa B irá crescer mais, ou porque ela tem um nome muito forte, dentre outros fatores que não podem ser identificáveis à primeira vista, esses 2 milhões pagos a mais serão considerados como goodwill e estarão presentes no ativo não circulante da entidade, no grupo dos ativos intangíveis. Vale lembrar que o goodwill é um item do ativo intangível e fica presente no balanço patrimonial da empresa, logo, seu lançamento contábil, no exemplo acima será o seguinte:

D- Goodwill.....US\$2.000.000,00

D- Ativos identificáveis (Da entidade adquirida)US\$5.000.000,00

C – Caixa ou contas a pagarUS\$7.000.000,00

Já em relação à propriedade intelectual, de acordo com o IAS 38 (IASB, 2004) alguns exemplos de propriedade intelectual são direitos autorais sobre animações, músicas e roteiros, bem como marcas e logotipos e patentes de tecnologia usada na produção. Alguns exemplos são animações japonesas no caso de One Piece e Dragon Ball, e em obras ocidentais, no caso de Star Wars e Frozen.

Obras animadas pela Toei como Dragon Ball e One Piece são consideradas ativo intangível, mas não necessariamente devem estar registradas no ativo intangível da Toei. No entanto, para compreender isso é necessário entender dois conceitos importantes, o primeiro é o que são os *Generally Accepted Accounting*

Principles (GAAP) e o segundo é como empresas de entretenimento norte americanas e estúdios de animação japoneses operam (qual o modelo de negócios que cada uma segue).

Primeiramente, os GAAP se tratam de princípios contábeis geralmente aceitos, ou seja, são regras e procedimentos contábeis que as empresas devem seguir para apresentar suas demonstrações financeiras. Sendo muitas vezes diferentes das normas internacionais, no caso, o IFRS, que são elaboradas e divulgadas pelo IASB (*International Accounting Standards Boards*), que se trata do Conselho das Normas Internacionais de Contabilidade. Tais demonstrações podem ser diferentes entre países, por exemplo, nos Estados Unidos, é utilizado o US GAAP, enquanto que no Japão, usa-se o J-GAAP.

Por exemplo, em relação à mensuração e amortização para os ativos intangíveis, eles são feitos de forma diferente a depender dos padrões contábeis (IFRS, J-GAAP e US GAAP). Por exemplo, de acordo com o IAS 38 (IASB, 2004), os ativos intangíveis devem ser reconhecidos ao custo, se e somente se for provável que gerarão benefícios econômicos futuros e se o custo puder ser mensurado com confiabilidade (IAS 38, §21-25), em relação à amortização, ativos intangíveis com vida útil definida devem ser amortizados ao longo da sua vida útil, enquanto que os com vida útil indefinida não são amortizados, entretanto devem ser submetidos a testes de redução ao valor recuperável (impairment) periodicamente.

Enquanto que de acordo com o US GAAP, (FASB, 2023) Ativos intangíveis adquiridos devem ser mensurados pelo valor justo na data da aquisição, especialmente em combinações de negócios (ASC 805), e em relação à amortização, ativos intangíveis com vida útil indefinida não são amortizados, mas testados regularmente para testes de redução ao valor recuperável (*Impairment*). Os demais ativos, com vida útil definida, devem ser amortizados.

Por fim, conforme as diretrizes contábeis japonesas (J-GAAP, 2023), a mensuração dos ativos intangíveis ocorre como as normas internacionais, sendo reconhecidos ao custo de aquisição ou produção, entretanto, intangíveis desenvolvidos internamente não são ativados, exceto em casos específicos, enquanto que à amortização de intangíveis é obrigatória e ocorre independentemente da vida útil, a menos que haja justificativa técnica para classificar o ativo como de vida útil indefinida.

Em relação ao modo de operação (modelo de negócios) das empresas norte americanas, ele é baseado em um sistema vertical, focado no controle total e na maximização de lucro, ou seja, as empresas tem domínio total sobre suas

propriedades intelectuais, como animações e personagens, bem como de distribuição e exibição, com um alto investimento em tecnologias de ponta, criação e obtenção de franquias fortes (geralmente adquiridas através da aquisição de outras empresas) e diversificação de receitas, que possibilitam que tais empresas sejam autossuficientes e independentes do investimento de terceiros para existir.

Conforme apresentado, o goodwill é um valor pago a mais na obtenção de algo e fica registrado no ativo intangível, no caso de grandes corporações, como a Disney e a Warner Bros, é comum o costume de se comprar outros estúdios e franquias, como ocorreu com a Disney, que fez a compra da Fox, da Pixar, Lucas Films, a Marvel, dentre outros. Tais investimentos ficam subdivididos na parte do ativo não-circulante do balanço patrimonial, onde a depender do modo como foi feita a aquisição, ela pode ser registrada de diferentes maneiras.

O artigo “A Study of Disney’s Business Development” (2024) realiza um panorama geral do crescimento estratégico da Disney, abordando temas como diversificação, internacionalização, responsabilidade social e inovação. Além disso, de acordo com He (2023), a mesma apresenta um modelo de negócios robusto, sustentado por quatro pilares principais: a criação de conteúdo original, monetização por meio de franquias globais, como Star wars, oferta de experiências físicas através de seus parques e por fim, produtos licenciados. O mesmo comportamento pode ser observado em empresas como a Warner Bros Discovery e outras empresas de entretenimento norte americanas.

Enquanto que o modo de operação (modelo de negócios) dos estúdios de animação japoneses é bem mais fragilizado, pois a maioria deles depende do investimento de terceiros para a produção de suas obras, como consequência, via de regra, os estúdios não possuem o controle nem direitos sobre essas produções (outra característica é que diferentemente do modelo americano, dificilmente os estúdios de animação buscam adquirir outras empresas), o lucro que tais empresas recebe é baixo, pois o pagamento é combinado antes da produção da obra e acordado por contrato. Outros problemas decorrentes dessa baixa margem de lucro são a necessidade de contratar mão de obra minimamente qualificada e barata, além dos baixos salários e alta carga horária

dos animadores. No entanto, há algumas exceções, como a Kyoto Animation e a Ufotable, que produzem obras próprias, aumentando suas lucratividades, pois lhes dá um maior direito sobre as mesmas.

O artigo “The economic ecology of Japan’s anime industry” (2024) faz uma análise de todo o processo de produção das animações japonesas, com parcerias de diferentes setores, a organização do comitê de produção e como os membros gerenciam o compartilhamento da propriedade intelectual e lucros advindos das obras, também apresenta problemas dessa estrutura, pois embora seja colaborativa, é bastante assimétrica. Enquanto que o artigo “Research on Optimization of the Business Strategy of the Japanese Animation Industry” apresenta as limitações desse tipo de modelo através de um ponto de vista econômico, pois ele reduz a lucratividade dos estúdios e também concentra a maior parte do poder às editoras das obras, que normalmente são os principais membros do comitê de produção.

Logo, há dois fatores principais que causam esses baixos valores no ativo intangível dos estúdios de animação japoneses, sendo eles, a ausência dos direitos sobre propriedade intelectual da maioria das obras, visto que tais direitos são pertencentes ao comitê de produção, onde raramente os estúdios possuem uma participação alta, e também, os princípios contábeis japoneses geralmente aceitos, que amortizam todo intangível, independente da vida útil. Sendo essas, as principais diferenças do modelo japonês para o modelo americano, o impacto de tais diferenças podem ser observadas ao se comparar os demonstrativos contábeis das empresas de entretenimento americanas, como a Disney e a Warner, e japonesas, como a Toei e IG Port.

Abaixo estão os ativos intangíveis de quatro empresas de entretenimento, duas norte americanas e duas japonesas, sendo elas Disney (Figura 12), Warner (Figura 13), Toei (Figura 14) e IG Port (Figura 15).

Em relação à Disney e à Warner, ambas as empresas possuem um valor massivo em seus ativos intangíveis, principalmente em relação ao goodwill, devido ao fato dessas empresas comprarem ou fazerem fusões com outras empresas, como ocorreu com a Disney em 2019, ao comprar a Fox por 71 bilhões de dólares, e com a Warner, que se fundiu com a Discovery em 2022,

com parte dos valores desses negócios sendo registrado como goodwill que, devido aos princípios norte-americanos (USGAAP), como as empresas FOX e Discovery são ativos intangíveis de vida útil indefinida, elas não sofrem amortização, apenas testes de recuperabilidade, isso explica porque após o crescimento massivo do goodwill, respectivamente em 2019 e em 2022, o mesmo não apresenta uma redução massiva no decorrer dos anos.

Figura 12 (Ativo intangível da empresa Walt Disney entre os anos de 2013 e 2024)

Balanco Patrimonial da "The Walt Disney company" (Valores em milhões de dólares)												
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ativos intangíveis líquidos	\$ 7.370,00	\$ 7.434,00	\$ 7.172,00	\$ 6.949,00	\$ 8.995,00	\$ 6.812,00	\$ 23.213,00	\$ 19.173,00	\$ 17.115,00	\$ 14.837,00	\$ 13.061,00	\$ 10.719,00
Goodwill	\$27.234,00	\$27.881,00	\$27.626,00	\$27.810,00	\$31.426,00	\$31.269,00	\$ 80.293,00	\$ 77.689,00	\$ 78.071,00	\$ 77.897,00	\$ 77.067,00	\$ 73.326,00
Outros ativos intangíveis	\$ 2.426,00	\$ 2.304,00	\$ 2.421,00	\$ 2.340,00	\$ 2.390,00	\$ 1.305,00	\$ 4.715,00	\$ 8.433,00	\$ 8.658,00	\$ 9.208,00	\$ 11.070,00	\$ 13.101,00
Ativos intangíveis totais	\$37.030,00	\$37.619,00	\$37.419,00	\$37.099,00	\$40.811,00	\$41.446,00	\$108.225,00	\$105.295,00	\$103.844,00	\$101.942,00	\$101.294,00	\$ 97.146,00

Fonte: Elaborada pelo autor a partir das demonstrações financeiras obtidas em

<https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>.

Figura 13 (Ativo intangível da empresa Warner Bros Discovery entre os anos de 2013 e 2024)

Balanco Patrimonial da Warner Bros. Discovery Inc. (Valores em milhões de dólares)												
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Direitos sobre filmes, televisão e jogos	\$ 1.883,00	\$ 1.973,00	\$ 2.030,00	\$ 2.069,00	\$ 2.213,00	\$ 3.069,00	\$ 3.129,00	\$ 3.439,00	\$ 3.832,00	\$ 26.652,00	\$ 21.229,00	\$ 19.102,00
Goodwill	\$ 7.341,00	\$ 8.236,00	\$ 8.164,00	\$ 8.040,00	\$ 7.073,00	\$13.000,00	\$ 13.050,00	\$ 13.070,00	\$ 12.912,00	\$ 34.438,00	\$ 34.969,00	\$ 25.667,00
Ativos intangíveis líquidos	\$ 1.365,00	\$ 1.973,00	\$ 1.730,00	\$ 1.512,00	\$ 1.770,00	\$ 8.874,00	\$ 8.567,00	\$ 7.640,00	\$ 8.317,00	\$ 44.982,00	\$ 38.205,00	\$ 32.299,00
Outros ativos intangíveis	\$ 1.266,00	\$ 789,00	\$ 856,00	\$ 1.036,00	\$ 911,00	\$ 1.770,00	\$ 2.721,00	\$ 2.602,00	\$ 2.766,00	\$ 8.629,00	\$ 8.099,00	\$ 7.327,00
Ativos intangíveis totais	\$12.055,00	\$12.969,00	\$12.790,00	\$12.477,00	\$11.967,00	\$27.519,00	\$27.567,00	\$26.751,00	\$25.827,00	\$114.701,00	\$102.582,00	\$ 84.395,00

Fonte: Elaborada pelo autor a partir das demonstrações financeiras obtidas em

<https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>.

No que se refere aos demonstrativos das empresas japonesas, em estúdios de animação como a Toei, seus ativos intangíveis estão atrelados à sua parcela de direitos sobre obras que a empresa detém algum controle, principalmente por fazer parte, ainda que baixa, no comitê de produção, como Dragon Ball, Sailor Moon e One Piece. Enquanto que a IG Port, uma gigante do entretenimento japonês, possui valores muito mais elevados em seu ativo intangível, que ocorre devido à empresa fazer parte do comitê de produção de várias obras em quase todos os anos (ativos intangíveis de conteúdo), participar do comitê de produção significa investir em outras obras esperando um retorno proporcional ao investimento e esse retorno esperado se enquadra como intangível, que sofre amortização e teste de recuperabilidade no decorrer dos anos.

Figura 14 (Ativo intangível da empresa Toei Animation entre os anos de 2013 e 2024)

Balanco Patrimonial da Toei (Valores em milhões de ienes)												
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ativos intangíveis	¥ 193,00	¥ 218,00	¥ 195,00	¥ 214,00	¥ 339,00	¥ 497,00	¥ 466,00	¥ 454,00	¥ 527,00	¥ 633,00	¥ 1.184,00	¥ 1.321,00

Fonte: Elaborada pelo autor a partir das demonstrações financeiras obtidas em <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>.

Figura 15 (Ativo intangível da empresa IG Port. Inc. entre os anos de 2013 e 2024)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ativos intangíveis de conteúdo	¥ -	¥ -	¥ -	¥25.380,00	¥522.878,00	¥679.522,00	¥360.409,00	¥701.850,00	¥776.086,00	¥ 37.993,00	¥381.675,00	¥1.067.670,00
Outros ativos intangíveis	¥139.116,00	¥73.984,00	¥52.523,00	¥45.392,00	¥ 25.331,00	¥ 32.374,00	¥ 39.596,00	¥ 88.351,00	¥ 15.396,00	¥ 23.196,00	¥ 29.243,00	¥ 36.513,00
Ativos intangíveis totais	¥139.116,00	¥73.984,00	¥52.523,00	¥74.782,00	¥548.209,00	¥711.896,00	¥400.005,00	¥790.201,00	¥791.482,00	¥ 61.189,00	¥410.918,00	¥1.104.183,00

Fonte: Elaborada pelo autor a partir das demonstrações financeiras obtidas em <https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>.

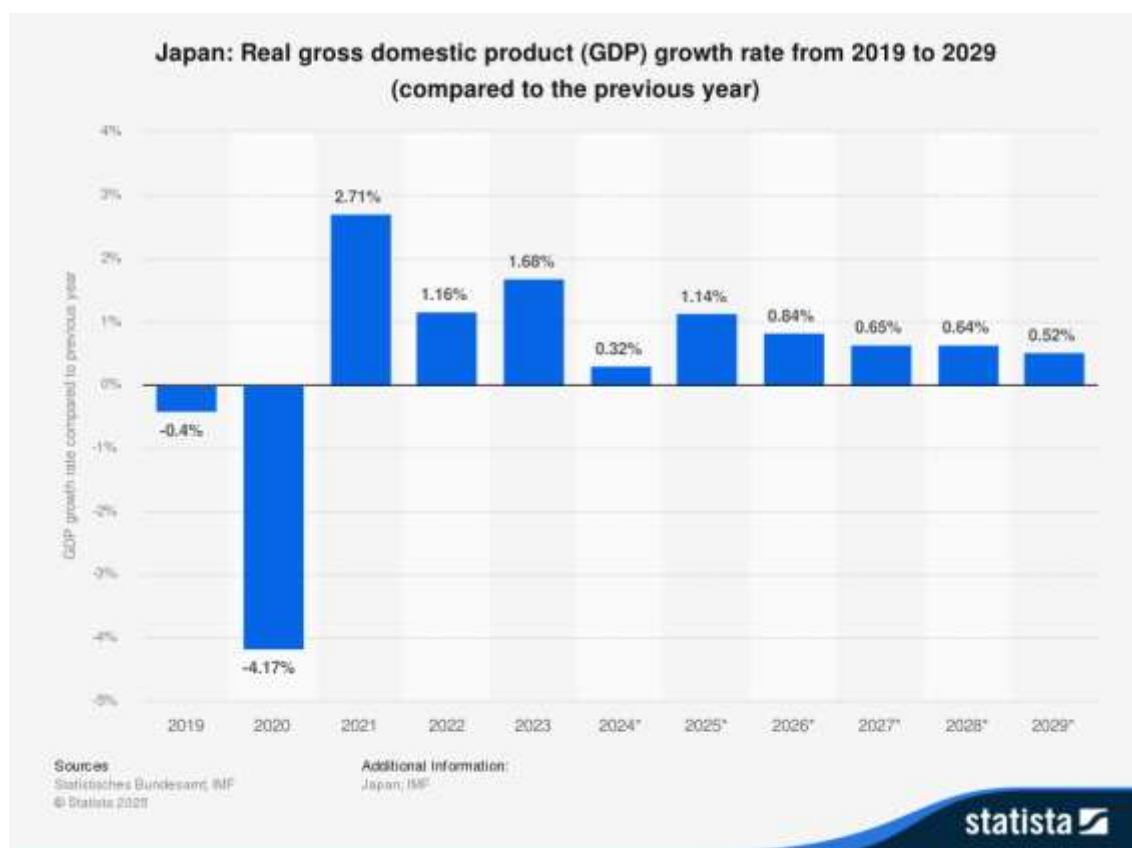
Outra característica importante é que os valores monetários estão diferentes, para as empresas norte americanas, os valores estão em milhões de dólares, enquanto que para as empresas japonesas, os valores estão em milhões de ienes. Ao utilizar a taxa de câmbio vigente em 09/04/2025, na qual 1 JPY (iene) = 0,0069 USD (dólar), conforme a cotação do site XE.com, o valor de 1.000.000 de ienes equivale, aproximadamente a 6.900 dólares.

As conclusões que podem ser obtidas através da análise e comparação da classificação de intangíveis no modelo norte americano e no modelo japonês são que, o modelo japonês, por ser mais conservador e evitar riscos, apresenta seu intangível de modo linear, sendo possível para os investidores e gestores das empresas prever mais facilmente o impacto de tais intangíveis no resultado das empresas (demonstração de resultado e balanço patrimonial). Enquanto que o modelo americano é mais agressivo e assume mais riscos, tornando o comportamento do intangível mais imprevisível, visto que, quando os mesmos apresentam vida útil indefinida, só podem ter uma redução dos seus valores através dos testes de recuperabilidade, que podem apresentar uma queda brusca de uma hora para a outra ou não apresentar quedas por um período considerável de tempo. Logo, o modelo japonês acaba sendo mais seguro e melhor para os investidores, pois reduz os riscos contábeis que os ativos intangíveis costumam carregar, apresentando de modo geral, um balanço mais justo e fiel à realidade quando apresentado.

3.5. ANÁLISE DO CRESCIMENTO DO MERCADO.

Tal análise será realizada a partir dos relatórios de mercado, que fazem essa previsão para os anos subsequentes com base no período atual e nos anos anteriores. O primeiro deles é relatório da Statista que elaborou um gráfico para o PIB do Japão nos anos de 2019 a 2023 e com uma previsão de crescimento estimada para os anos seguintes, até 2029 (Gráfico 3):

Gráfico 3 – PIB Do Japão Efetivo (2019-2023) E Previsto (2024-2029)

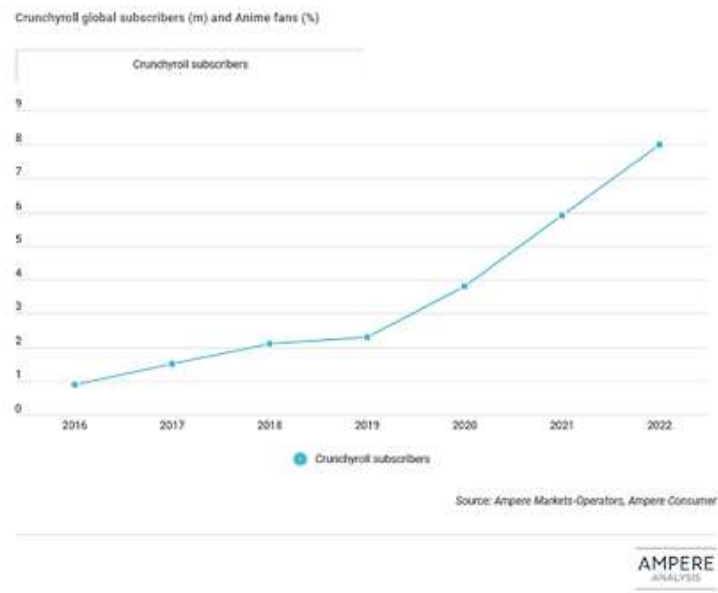


Fonte: <https://www.statista.com/statistics/263607/gross-domestic-product-gdp-growth-rate-in-japan/>

Conforme demonstrado na imagem, o PIB caiu bastante no ano de 2020, que foi o auge da pandemia da COVID-19, porém voltou a subir no ano de 2021, uma das principais razões para o PIB do país aumentar, mesmo com a pandemia ainda ocorrendo foi devido à grande crescente das plataformas de streaming, como as pessoas deveriam ficar em casa, muitas começaram a acessar e se cadastrar nas plataformas de streaming, aumentando a busca inclusive por obras japonesas, como foi o caso da Crunchyroll, que entre os anos de 2016 a

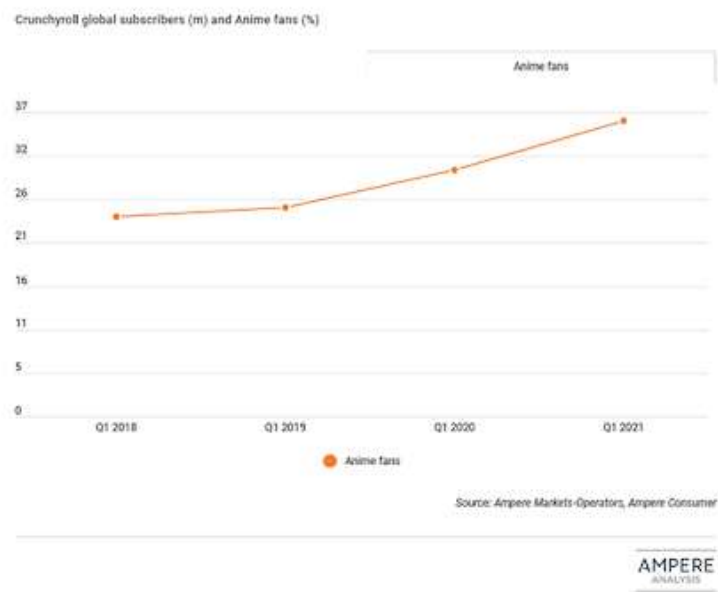
2019 apresentou um crescimento lento, porém explodiu a partir do ano de 2020 (Gráficos 4 e 5). Vale ressaltar que é possível assistir animes pela Crunchyroll de graça, basta assistir a anúncios.

Gráfico 4 – Crescimento No Número De Inscritos Na Crunchyroll De 2016 A 2022



Fonte: <https://anmtv.com.br/consumo-de-anime-por-streaming-cresce-entre-2018-e-2021/>

Gráfico 5 – Crescimento No Número De Expectadores Da Crunchyroll De 2018 A 2021



Fonte: <https://anmtv.com.br/consumo-de-anime-por-streaming-cresce-entre-2018-e-2021/>

No entanto, pode-se observar também que, embora a pandemia tenha intensificado a busca por obras japonesas, após a situação de lockdown passar, a busca por animes não diminuiu, entretanto continuou a subir, principalmente por conta dos animes de grande sucesso que surgiram durante e após a pandemia como Jujutsu Kaisen e Dandadan, já citados anteriormente.

Por conta desses fatores como a crescente popularidade dos animes, a busca incessante por novas obras e o crescimento exponencial de consumidores do gênero, as expectativas são de que esse mercado cresça ainda mais com o passar dos anos, como mostram os relatórios da Grand View Research e da Kings Research. A Kings Research fez uma previsão de um crescimento anual (gráfico 6) de 8,64% dos anos de 2023, cujo mercado de animes como um todo movimentou mais de 29 bilhões de dólares, até 2031, cuja estimativa é que neste ano o mercado de animes movimente aproximadamente 57 milhões de dólares.

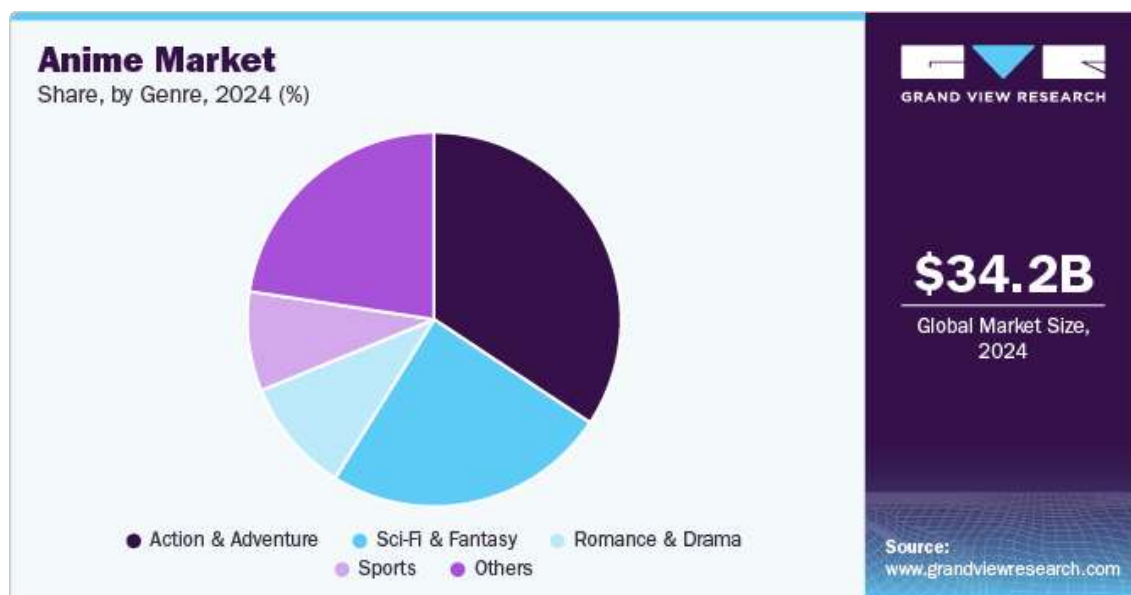
Gráfico 6 – Infográfico Da Kings Research



Fonte: <https://www.kingsresearch.com/pt/infographics/anime-market-740>

O mesmo vale para as previsões da Grand View Research, que apresenta relatórios mais direcionados e tanto no relatório de crescimento do mercado das animações no geral, como no de merchandising (venda de produtos licenciados) a previsão é de crescimento, primeiramente, o gráfico abaixo mostra a situação em proporção do mercado de animes por gênero e o quanto tais obras movimentaram no ano de 2024. Sendo uma movimentação total de 34,2 bilhões de dólares e tendo ação e aventura como os gêneros mais lucrativos, logo em seguida aparecem as obras de sci-fi e fantasia, romance e drama, e esportes, com a segunda maior porcentagem sendo com todos os outros gêneros de animação, desconsiderando os citados anteriormente.

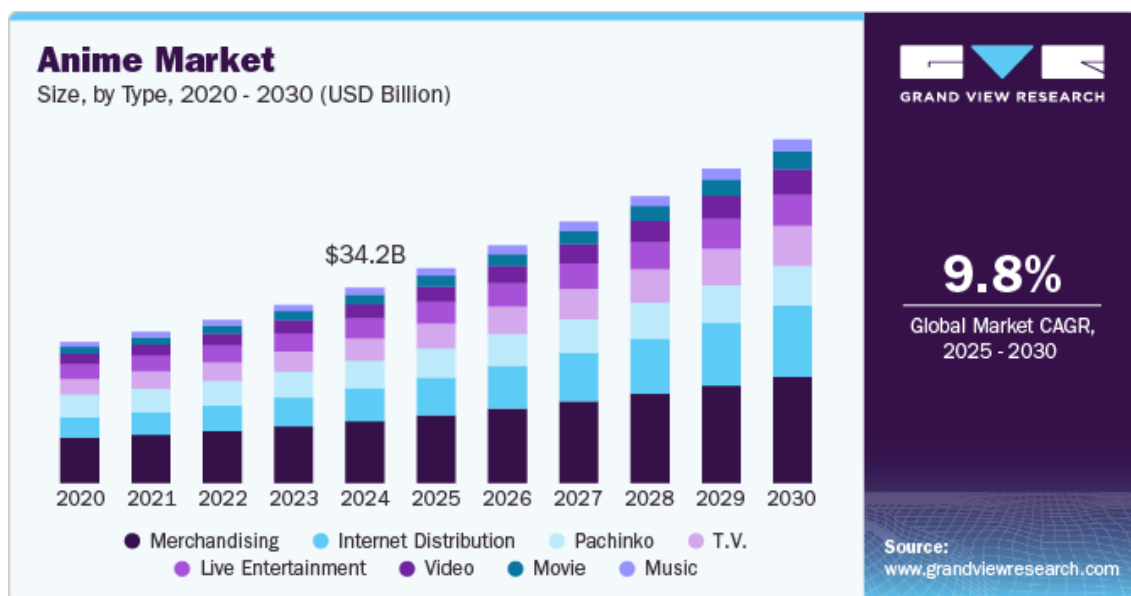
Gráfico 7 – Como Era Dividido O Mercado De Animes Japonês No Ano De 2024



Fonte: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/anime-market>

Já analisando em um panorama geral, a previsão de crescimento é ainda maior do que a realizada pela Kings Research no ano de 2023, ressaltando ainda mais que as estimativas do mercado são de que esse universo se expanda e se torne cada vez mais lucrativo. A previsão no ano de 2024 sugere que haverá um crescimento percentual de 9,8% ao ano, o que quer dizer que se em 2024 a indústria dos animes movimentou 34,2 bilhões de dólares, a estimativa é que, em 2030, esse mercado movimente aproximadamente 60 bilhões de dólares (59,93 bi), com um crescimento em todos os departamentos, mas principalmente nos de distribuição de conteúdo pela internet e de merchandising.

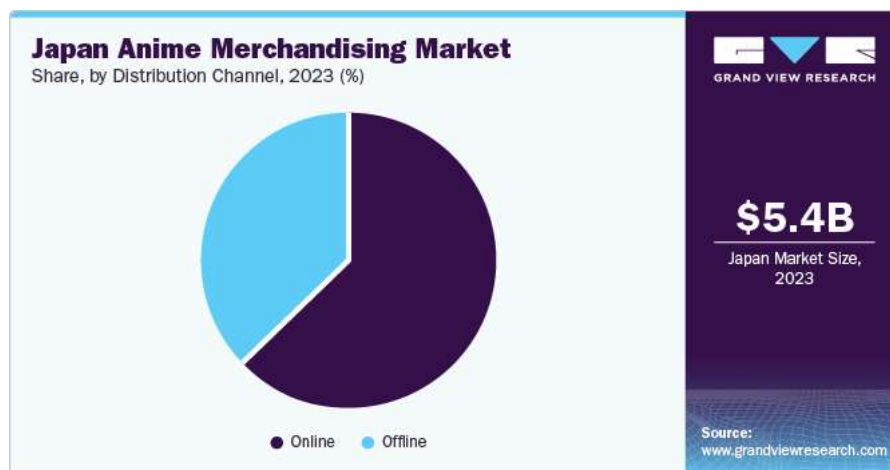
Gráfico 8 – Previsão De Crescimento Do Mercado De Animes De 2020 A 2030



Fonte: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/anime-market>

Em relação à merchandising, no ano de 2023, somente este departamento movimentou 5,4 bilhões de dólares, sendo a maior parte através do mercado digital, como lojas online (Amazon) e uma parte um pouco menor através das lojas físicas.

Gráfico 9 – Como Era Dividido O Mercado De Merchandising De Animes No Ano De 2023

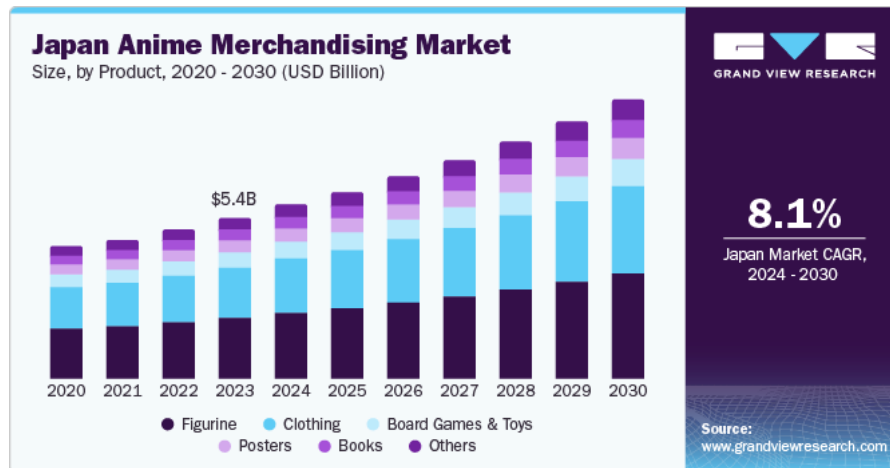


Fonte: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/japan-anime-merchandising-market-report>

A previsão de crescimento desse mercado em específico, o de merchandising de animes, no ano de 2023 foi previsto um crescimento de 8,1% ao ano, ou seja, se em 2023 esse mercado movimentou 5,4 bilhões de dólares, em 2030, ele movimentará aproximadamente 9,3 bilhões de dólares, com destaque para o

crescimento na venda de roupas e figurinos, indicando que a cultura do “cosplay” irá se tornar cada vez mais comum na sociedade.

Gráfico 10 – Previsão De Crescimento Do Mercado De Merchandising De Animes De 2020 A 2030



Fonte: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/japan-anime-merchandising-market-report>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada evidenciou que os estúdios de animação japoneses adotam, na elaboração de seus balanços e na classificação de seus ativos intangíveis, um modelo contábil fortemente influenciado pelas normas japonesas, caracterizado por uma postura conservadora. Esse modelo busca minimizar riscos por meio da amortização obrigatória de ativos intangíveis, independentemente de sua natureza ou vida útil, além da aplicação de testes de recuperabilidade.

Em contraste, as empresas de mídia norte-americanas seguem as normas contábeis dos Estados Unidos e as normas internacionais, que permitem que ativos intangíveis com vida útil indefinida não sejam amortizados, mas apenas submetidos a testes de recuperabilidade periódicos. Essa abordagem implica maior exposição a riscos, dada a possibilidade de desvalorização súbita desses ativos, o que torna o modelo mais volátil e imprevisível.

Como sugestões para pesquisas futuras, propõe-se uma investigação mais aprofundada sobre os modelos de negócios adotados por empresas de entretenimento ocidentais e japonesas, especialmente no que se refere às estratégias de aquisição, fusão e incorporação. Ademais, recomenda-se explorar com maior profundidade o papel do *soft power* exercido pelos animes no mercado global, considerando sua crescente influência cultural e econômica.

REFERÊNCIAS

Plaza, William R. Você lembra? Programa de Gilberto Barros chamando Yu-Gi-Oh de 'jogo do demônio' viraliza na web. 2024. Disponível em:

<<https://www.hardware.com.br/artigos/yu-gi-oh-gilberto-barros/>>. Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Garcia, Fábio. O campeão voltou: como 'Demon Slayer' foi de mediano a fenômeno. 2024. Disponível em

<<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/05/08/tudo-sobre-demon-slayer-kimetsu-no-yaiba-anime.htm>>. Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Gasseruto. Arquivo JBox: Em 2013, Netflix anunciava seu primeiro animê “original”: mesmo chegando sob o selo “original”, ‘Knights of Sidonia’ não se encontra mais no serviço e hoje é licenciado pela Crunchyroll. 2022. Disponível em <<https://www.ibox.com.br/2022/10/27/arquivo-jbox-em-2013-netflix-anunciava-seu-primeiro-anime-original/>>. Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Cordeiro, Gabriel. Cultura japonesa ganha espaço com animações e quadrinhos: Do pioneiro Dragon Ball Z a fenômenos mais recentes, como Demon Slayer, brasileiros se interessam cada vez mais por animes e mangás. 2023. Disponível em <<https://agemt.pucsp.br/noticias/cultura-japonesa-ganha-espaco-com-animacoes-e-quadrinhos>>. Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Teixeira, Yuri. McDonald's e Jujutsu Kaisen lançam molhos em collab nos EUA: Serão 8 opções com embalagens temáticas dos personagens presentes no anime. 2024. Disponível em <<https://gkpb.com.br/167634/mcdonalds-jujutsu-kaisen/>>. Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Nwaenie, Chike. A nova coleção de botas de grife do Demon Slayer é lançada mundialmente. 2024. Disponível em <<https://thenexus.one/xgamer/a-nova-colecao-de-botas-de-grife-do-demon-slayer-e-lancada-mundialmente/>>. Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Sommadosi, Guilherme. Os 10 melhores animes originais da Netflix. 2021. Disponível em <<https://canaltech.com.br/entretenimento/melhores-animes-originais-netflix-143999/>>. Acesso em 21/12/2024.

Val, Marina. Crunchyroll anuncia oito animes originais: In/Spectre, Tower of God, Onyx Equinox, The God of High School, Noblesse, Meiji Gekken: Sword & Gun, FreakAngels e High Guardian Spice. 2020. Disponível em <<https://jovemnerd.com.br/noticias/animes-e-mangas/crunchyroll-anuncia-oito-animes-originais>>. Acesso em 12/01/2025.

Cordaro, Madalema Kishimoto. As estampas ukiyo-e. 2020. Disponível em <<https://ims.com.br/titular-colecao/ukiyo-e/>>. Acesso em 12/01/2025.

Marcondes, Ciro Inácio. Hokusai inventou o mangá? 2015. Disponível em <<https://www.raiolaser.net/home//2015/01/hokusai-inventou-o-manga.html>>. Acesso em 12/01/2025.

Publicações, Discovery. O fim do mangá parte 1. 2023. Disponível em <<https://www.pressreader.com/brazil/discovery-publicacoes-9ybf/20230116/281844352745267?srsId=AfmBOorkKMOtGY9ImhqsJ6IfyvK9cAFp9sq4SjzW3zMVUkphD6WPSf9h>>. Acesso em 20/02/2025.

Priscila, Rúbia. GEN PÉS DESCALÇOS. 2016. Disponível em <<https://leitorcabuloso.com.br/2016/08/manga-gen-pes-descalcos/>>. Acesso em 20/02/2025

Sena, Júnior. Por que Dragon Ball não é considerado parte do “Big 3” dos animes? 2023. Disponível em <<https://www.legiaodosherois.com.br/2022/por-que-dragon-ball-big-3-animes.html>>. Acesso em 25/02/2025

Marco. Os animes Mega hits de 2006 a 2017. 2018. Disponível em <<https://www.intoxianime.com/2018/01/os-animes-mega-hits-de-2006-2017/>>. Acesso em 25/02/2025.

Guides, EAC, Course. Japanese Animation. 2025. Disponível em <<https://eac.libguides.com/c.php?q=723550&p=5215189>>. Acesso em 12/03/2025.

Portugal, Fábio. Anunciado crossover entre Re:Zero e Konosuba. 2016. Disponível em <https://www.crunchyroll.com/pt-br/news/latest/2016/11/27/anunciado-crossover-entre-rezero-e-konosuba?srsId=AfmBOorOF_6f3kkdWg05bJi-Feh4HxUY28nFxfFe4KN6cJXad6NCZ2D2>. Acesso em 25/02/2025.

Massahiro, Felipe. 10 animes de drama e romance que fazem você chorar 2015. Disponível em <<https://medium.com/nerd-articles/10-animes-de-drama-e-romance-que-fazem-voc%C3%AA-chorar-feafbc94ea9>>. Acesso em 25/02/2025.

Hilário, Pedro. Crítica | Arifureta: From Commonplace to World's Strongest. 2021. Disponível em <<https://otageek.com.br/critica-arifureta-from-commonplace-to-worlds-strongest/>>. Acesso em 26/02/2025.

Almeira, Marcela. Demanda por animes fora do Japão teve aumento de 118% mesmo na pandemia. 2022. Disponível em <<https://www.intoxianime.com/2022/01/demanda-por-animes-fora-do-japao-teve-aumento-de-118-mesmo-na-pandemia/>>. Acesso em 26/02/2025.

Trolloman. Como os animes são produzidos? Uma breve explicação sobre como os animes são feitos. 2014. Disponível em <<https://www.crunchyroll.com/pt-br/news/features/2014/9/21/como-os-animes-so-produzidos?srsId=AfmBOoqcfrYRWrORRMzZi949HlgQwF3zYqAI9zCXOd0Jz6RZPHY5E7W>>. Acesso em 26/02/2025.

Marco. Quanto custa fazer um anime? E por que é tão barato? | AnimeTopics #10. 2016. Disponível em <<https://www.intoxianime.com/2016/04/quanto-custa-fazer-um-anime-e-por-que-e/>>. Acesso em 26/02/2025.

S, Tanatiú. Como é feito um animê? Conheça as etapas e funções por trás da produção | Sakuga no Hanashi #01. 2023. Disponível em <<https://www.ibox.com.br/2023/03/18/como-e-feito-um-anime-conheca-as-etapas-e-funcoes-por-tras-da-producao-sakuga-no-hanashi-01/>>. Acesso em 26/02/2025.

Uggioni, André. Como anime é feito? Quanto custa um anime? Saiba TUDO (ou quase)! 2019. Disponível em <<https://cupulatrovao.com.br/especiais/como-animes-sao-feitos-quanto-custa/>>. Acesso em 26/02/2025.

Bolinhodearroz. Você se lembra de Zatch Bell? Precisamos falar sobre Zatch Bell e porque não lembramos tanto de sua passagem na TV. 2021. Disponível em <https://www.animeunited.com.br/blog/ultimos-artigos/voce-se-lembra-de-zatch-bell/#google_vignette>. Acesso em 26/02/2025.

Bianezzi, Mateus. Naruto: Guia de episódios fillers do anime clássico e Shippuden. 2025. Disponível em <<https://br.ign.com/naruto-shippuden/95886/feature/naruto-guia-de-episodios-fillers-do-classico-e-shippuden>>. Acesso em 01/03/2025.

Silva, Eduardo. Demon Slayer mudou para sempre a forma como um anime é feito: Isso afetou o estúdio por trás de Bleach e Naruto. 2024. Disponível em <<https://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-1000078241/>>. Acesso em 01/03/2025.

Publicom. Pucca e Naruto chegam ao McDonald's. 2010. Disponível em <<https://www.baressp.com.br/noticias/sucesso-na-tv-e-nos-mangas-sao-as-novas-supresas-do-mclanche-feliz>>. Acesso em 01/03/2025.

Quinto, Diogo. McDonald's anuncia campanha especial com One Piece. 2023. Disponível em <<https://geekship.com.br/anime/mcdonalds-campanha-especial-one-piece>>. Acesso em 01/03/2025.

Jiback, Rafael. Naruto chega ao Burger King brasileiro em nova ação promocional. 2024. Disponível em <<https://www.jbox.com.br/2024/12/17/naruto-chega-ao-burger-king-brasileiro-em-nova-acao-promocional/>>. Acesso em 01/03/2025.

Teixeira, Yuri. Burger King cria loja temática de Naruto para promover o combo do anime. 2024. Disponível em <<https://gkpb.com.br/174078/burger-king-loja-naruto/>>. Acesso em 01/03/2025.

Merigo, Carlos. McDonald's viraliza com hambúrguer temático de "One Piece" no Japão. 2023. Disponível em <<https://www.b9.com.br/161615/mcdonalds-viraliza-com-hamburguer-tematico-de-one-piece-no-japao/>>. Acesso em 01/03/2025.

Collabs, Sneakers. 21 vezes em que os sneakers se juntaram ao mundo dos animes. 2024. Disponível em <<https://blog.ventureclothing.com.br/21-vezes-em-que-os-sneakers-se-juntaram-ao-mundo-dos-animes/>>. Acesso em 01/03/2025.

Custódio, André. Dattebayo, Tatakae e mais! Todas as skins de anime lançadas em Fortnite. 2023. Disponível em <<https://meups.com.br/especiais/todas-as-skins-de-anime-lancadas-fortnite/>>. Acesso em 01/03/2025.

Sunny. Parceria de Brawl Stars X JoJo's Bizarre Adventure. 2024. Disponível em <<https://animeprofile.com.br/parceria-de-brawl-stars-x-jojos-bizarre-adventure/>>. Acesso em 01/03/2025.

Eloi, Arthur. Todos os animes produzidos ou distribuídos pela Netflix. 2017. Disponível em <<https://www.omelete.com.br/series-tv/todos-os-animes-produzidos-ou-distribuidos-pela-netflix>>. Acesso em 01/03/2025.

Fernandes, Gabriel. Consumo de anime por streaming cresce entre 2018 e 2021. 2021. Disponível em <<https://anmtv.com.br/consumo-de-anime-por-streaming-cresce-entre-2018-e-2021/>>. Acesso em 01/03/2025.

Wong, Jacky. Anime é a próxima onda global do entretenimento, e a Netflix já sabe disso. 2024. Disponível em <<https://investnews.com.br/the-wall-street->

<journal/anime-e-a-proxima-onda-global-do-entretenimento-e-a-netflix-ja-sabe-disso/>>.

Acesso em 01/03/2025.

Thomas, Sarina. Why is anime so popular? 2024. Disponível em

<<https://sarinathomas.medium.com/why-is-anime-so-popular-813a36597e93>>.

Acesso em 01/03/2025

IASB – International Accounting Standards Board. Estrutura conceitual para relatório financeiro. Londres: IFRS Foundation, 2018. Disponível em:

<https://www.ifrs.org>. Acesso em 09/04/2025.

IASB – International Accounting Standards Board. IAS 7 – Demonstração dos Fluxos de Caixa. Londres: IFRS Foundation, 2020. Disponível em:

<https://www.ifrs.org>. Acesso em 09/04/2025.

IASB – International Accounting Standards Board. IAS 38 – Intangible Assets. Londres: IFRS Foundation, 2004. Disponível em: <https://www.ifrs.org>. Acesso em 09/04/2025.

IASB – International Accounting Standards Board. IFRS – International Financial Reporting Standards. Londres: IFRS Foundation, 2023. Disponível em: <https://www.ifrs.org>. Acesso em 09/04/2025.

IASB – INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. IFRS 1 – Apresentação das Demonstrações Financeiras. Londres: IFRS Foundation, 2023. Acesso em 09/04/2025.

CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis. CPC 15 – Combinação de Negócios (R1): convergente com a IFRS 3. São Paulo: CPC, 2021. Disponível em: <https://www.cpc.org.br>. Acesso em 09/04/2025.

ASBJ – Accounting Standards Board of Japan. Japanese Generally Accepted Accounting Principles – J-GAAP. Tóquio: ASBJ, 2023. Disponível em: <https://www.asb-j.jp/jp/>. Acesso em 09/04/2025.

FASB – Financial Accounting Standards Board. Generally Accepted Accounting Principles – US GAAP. Norwalk: FASB, 2023. Disponível em: <https://www.fasb.org>. Acesso em 09/04/2025.

Han, Xiaoyu. A study of Disney's business development. In: SHS Web of Conferences – 7th Asia-Pacific Management Research Conference (APMM 2024), 2024. Disponível em: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2024/13/shsconf_apmm2024_01011.pdf. Acesso em 09/04/2025.

HE, Yuhang. Walt Disney's business model. Financial Economics, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 95–100, 2023. Disponível em:

<https://www.deanfrancispress.com/index.php/fe/article/download/526/FE001112.pdf>. Acesso em 09/04/2025.

KAMM, Björn-Ole. The economic ecology of Japan's anime industry. 2024. Disponível em: <https://shs.hal.science/halshs-04714049v1/document>. Acesso em 09/04/2025.

Zheng, Yichun. Research on optimization of the business strategy of the Japanese animation industry. In: SHS Web of Conferences – 5th International Conference on E-Commerce and Internet Technology (ICDEBA 2023), 2024. Disponível em https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2024/01/shsconf_icdeba2023_01013.pdf. Acesso em 09/04/2025.

Baird, Daniel. (2023). Introduction to Anime in US Pop Culture. Disponível em <<https://slcc.pressbooks.pub/literarystudiesatslcc/chapter/introduction-to-anime/>>. Acesso em 09/04/2025.

Cavalcanti, Ricardo Fernando. (2013). O JAPÃO DURANTE E APÓS A GUERRA: os Mangás e Animes como a autobiografia na sociedade contemporânea. Disponível em <https://ufpi.br/arquivos_download/arquivos/PICOS/Not%C3%ADcias/PICOS_2022/Biblioteca/2013/Hist%C3%B3ria_2013/Ricardo_Fernando_Cavalcante.pdf>. Acesso em 09/04/2025.

Suchmaker, Renan. (2015). A REPRESENTAÇÃO DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL E/M ALGUNS QUADRINHOS JAPONESES DE GUERRA E SUA IMPORTÂNCIA PARA O MEIO. Disponível em <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/5257/3/RSuchmacher.pdf>>. Acesso em 09/04/2025.

Melo, M. T. R. de, & Cordaro, M. N. H. (2016). As reminiscências da guerra no mangá e no animê. Anagrama, 10(2). Disponível em <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-1689.anagrama.2016.118021>>. Acesso em 09/04/2025.

Jesus, Mary Hellen Silva de. (2021). USO DE MANGÁS NO ENSINO DE HISTÓRIA: GEN PÉS DESCALÇOS E A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL. Disponível em <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/17842/2/Mary_Hellen_Silva_Jesus.pdf>. Acesso em 09/04/2025.

LEONI, Tâmara Cintra; BRANDÃO, Tatiana Ludmila. "Sailor moon":

uma análise semiótica de manga. Estudos Semióticos, Número 2, São Paulo, 2006. Disponível em <www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es>. Acesso em 09/04/2025.

Diegues, Gustavo Biancardi. “Eu sou eu. Quero ser eu. E quero ficar aqui. E tudo bem!”: uma análise do processo depressivo de Shinji Ikari, na obra Neon Genesis Evangelion, São Paulo, 2022. Disponível em <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/27659/1/TCC%20GUSTAVO%20DIEGUES_Gustavo%20Biancardi%20Di.pdf>. Acesso em 09/04/2025.

Tesheiner, Angela. Yu Yu Hakusho - Quadrinhos, Televisão, Imaginário, Internet. 1999. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/baaa889126ab6b6f7dbf12a22a272328.pdf>>. Acesso em 09/04/2025.

Serrão, Victor Antunes de Souza e Justi, Jadson. A iconicidade de uma geração: o anime saint seiya como fenômeno social. 2020. Disponível em <<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/download/12957/10895/33579>>. Acesso em 09/04/2025.

Lins, Bernardo Felipe Estellita. A evolução da Internet: Uma perspectiva histórica. 2013. Disponível em <https://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48_art01_hist_internet.pdf>. Acesso em 09/04/2025.

Alencar, Thiago Lopes de. O ANIMÊ: PÚBLICOS, CONSUMO E MODOS DE APROPRIAÇÕES CULTURAIS. 2010. Disponível em <<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31011/1/O%20ANIM%C3%8A%20-%20P%C3%9ABLICOS%20CONSUMO%20E%20MODOS%20DE%20APROPRIA%C3%87%C3%95ES%20CULTURAIS.pdf>>. Acesso em 09/04/2025.

Silva, Anna Ingrid Muniz Prado e Braga, Claudomilsson Fernandes. 2023. OTAKUS: O CONSUMO DOS ANIMES SOB A PERSPECTIVA DA WEB 2.0. Disponível em <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/anna-ingrid-muniz-prado-silva.pdf>.

Santos, Miriam e Serrão, Patrícia. 2019. REVISTA TURMA DA MÔNICA JOVEM: Um híbrido Brasil Japão. Disponível em <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/46584/27787>>. Acesso em 09/04/2025.

Amaral, Adriana e Carlos, Giovana Santana. Caracterizando o “estilo mangá” no contexto brasileiro: hibridização cultural na Turma da Mônica Jovem. 2013. Disponível em <<https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/4583/2627>>. Acesso em 09/04/2025.

Carlos, Giovana Santana. Mangá: o fenômeno comunicacional no Brasil. 2009. Disponível em <<http://intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/r16-0436-1.pdf>>. Acesso em 09/04/2025.

Costa, Leonardo José e Ribeiro, Regiane Regina. CULTURA POP E CIÊNCIA: O POTENCIAL DO MANGÁ DEMON SLAYER PARA A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA. 2024. Disponível em <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/article/download/3626/3357/11200>>. Acesso em 09/04/2025.

Barros, Miriam Souto Maior e Hora, Rodrigo Duguway da. Studio Ghibli: A consolidação do animê como produto de consumo. 2013. Disponível em <<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0535-1.pdf>>. Acesso em 09/04/2025.

Carvalho, Klaus Victor Fernandes de. Episódio piloto A Família Perfeita: cenografia e animação. 2022. Disponível em <<https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/58901/1/Epis%C3%B3dio%20Piloto%20A%20Fam%C3%ADlia%20Perfeita%20Cenografia%20e%20Anima%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2024. Burbank: Disney, 2024. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2023. Burbank: Disney, 2023. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2022. Burbank: Disney, 2022. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2021. Burbank: Disney, 2021. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2020. Burbank: Disney, 2020. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2019. Burbank: Disney, 2019. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2018. Burbank: Disney, 2018. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2017. Burbank: Disney, 2017. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2016. Burbank: Disney, 2016. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2015. Burbank: Disney, 2015. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

THE WALT DISNEY COMPANY. Annual Report 2014. Burbank: Disney, 2014. Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2024 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2025. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2024 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2024. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2023 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2024. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2022 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2023. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2021 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2022. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2020 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2021. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2019 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2020. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2018 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2019. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2017 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2018. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2016 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2017. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2015 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2016. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2014 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2015. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

WARNER BROS. DISCOVERY. Annual Report 2013 (Form 10-K). [S.l.]: Warner Bros. Discovery, 2014. Disponível em: <https://ir.wbd.com/financials/quarterly-results/default.aspx>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2024. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2025. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2023. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2024. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2022. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2023. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2021. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2022. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2020. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2021. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2019. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2020. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2018. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2019. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2017. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2018. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2016. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2017. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2015. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2016. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2014. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2015. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

TOEI ANIMATION. Financial Statements FY2013. Tokyo: Toei Animation Co., Ltd., 2014. Disponível em: <https://corp.toei-anim.co.jp/en/ir/library/result.html>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2025. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2024. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2023. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2022. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2021. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2020. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2019. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2018. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2017. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2016. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2015. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

IG PORT, Inc. Relatório Financeiro – Demonstrações Contábeis Consolidadas.
Ano fiscal encerrado em 31 de maio de 2014. Disponível em:
<https://www.igport.co.jp/ir/library/document/>. Acesso em 09/04/2025.

McWilliams, Mark W., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Estados Unidos, Routledge, 2008. 364 p.

Rosenbaum, Roman. *Manga and the Representation of Japanese History*, Estados Unidos, Routledge, 2015. 292 p.

Denison, Rayna. *Anime: A critical introduction*, Inglaterra, Bloomsburry Academic, 2015. 200 p.

YŪZAN, Daidōji. *Budo Shoshinshu: o caminho do guerreiro*. Tradução de Dimas da Cruz Oliveira. São Paulo: Hunter Books, 2014.