

O nascimento da animação seriada japonesa: o Japão pós-Segunda Guerra e o mercado televisivo da década de 1960¹

Gustavo de Melo França²
Universidade Federal da Bahia – UFBA

Resumo

Com o objetivo de contribuir para uma compreensão mais ampla da origem da animação seriada japonesa e de algumas de suas características, este artigo, de natureza exploratória, traça um breve panorama do contexto em que esse tipo de produção surgiu. Para isso, examina-se a situação da animação no Japão do pós-Segunda Guerra Mundial, bem como o processo de introdução da televisão no país, destacando a maneira em que especificidades locais influenciaram a forma e o desenvolvimento da animação seriada japonesa na década de 1960.

Palavra-chave: história da animação; animação seriada; anime; televisão; Japão

Introdução

De acordo com o pesquisador Jason Mittell, a história da animação televisiva permaneceu amplamente negligenciada, já que esse tipo de produção foi, por muito tempo, ignorado pelos estudiosos da televisão (MITTELL, 2001). Os desenhos animados eram, em grande parte, vistos como meros preenchimentos de grade, produzidos com orçamentos reduzidos e sem qualquer associação com qualidade, prestígio ou sofisticação (MITTELL, 2001, p. 38). Nesse contexto, a animação japonesa seriada experimentou uma marginalização ainda mais acentuada, tanto pelo seu baixo valor de produção quanto por sua origem nacional, frequentemente considerada exótica ou estrangeira demais (NAPIER, 2005).

Apesar do Japão ser um dos maiores produtores de animação e o maior produtor de animação televisiva do mundo (HARTZHEIM, 2015, p. 6), e apresentar um forte mercado interno consumidor desse tipo de produção desde a década de 1960, os estudos sobre animação são uma empreitada acadêmica recente no país. A animação japonesa só se consolidou como um tema de pesquisa no Japão no início do século XXI, resultante da expansão do consumo nos mercados estrangeiros, do reconhecimento qualitativo da

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva Seriada do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas do POSCOM-UFBA, email: gustavoalong@hotmail.com.

produção comercial do país por premiações, e do crescimento do apelo para um público adulto³ (KOIDE, 2014).

Em sua análise sobre o estudo da animação japonesa no Ocidente, Mitsuyo Wada-Marciano (MARCIANO, 2010 apud HARTZHEIM, 2015, p. 30) destaca a escassez de pesquisas voltadas aos estúdios, bem como aos contextos de produção e transmissão das animações televisivas japonesas. Diante dessa lacuna, torna-se particularmente relevante investigar as dinâmicas e relações envolvidas no processo de produção dessas séries, sobretudo porque, “comparado ao campo do cinema de animação, onde a pesquisa é mais desenvolvida, a pesquisa sobre animação seriada televisiva ainda está longe de estar consolidada” (MASUDA *et al.*, 2014, p. 34, tradução própria⁴).

Por fim, como destaca Raffaelli (1997), a indústria de animação japonesa, tal como a conhecemos hoje, foi moldada principalmente pela televisão. Esse fator impulsionou o desenvolvimento de características estilísticas próprias, distintas das normas estabelecidas pelos grandes mestres da animação ocidental, cuja produção estava voltada majoritariamente para o cinema. Diante desse cenário, torna-se importante traçar um panorama do contexto em que se desenvolveu a indústria de animação televisiva no Japão, com o objetivo de compreender, de forma mais ampla, como determinadas particularidades desse setor emergiram e seguiram trajetórias distintas daquelas observadas em outros grandes centros produtores de animação. Considerando o caráter exploratório inicial deste estudo, optou-se por delimitar a análise às décadas de 1950 e 1960.

A animação no Japão pós-Segunda Guerra Mundial

Após a Segunda Guerra Mundial, a ocupação americana liderada pelo general Douglas MacArthur buscou enfraquecer pilares culturais do Japão, com o objetivo de impedir o ressurgimento do nacionalismo (SAKURAI, 2018). Nesse processo, os Estados Unidos desempenharam um papel central na reconstrução da identidade japonesa,

³ O anime conquistou reconhecimento global, em grande parte, devido à escassez de animações voltadas ao público adulto em outros países. No Japão, a animação seriada destinada ao público adulto cresceu de forma significativa ao longo dos anos 2000, a ponto de, em 2020, superar o mercado local de animações seriadas destinadas ao público infantil (CLEMENTS, 2023, p. 320).

⁴ No original: “しかし研究の盛んなアニメーション映画に比して、テレビアニメは進んでいるとは言いがたい状況が続いている。” (MASUDA *et al.*, 2014, p. 34).

reinterpretando a derrota como um sacrifício redentor em prol do progresso nacional (IGARASHI, 2011).

Durante o governo de transição sob ocupação norte-americana, instaurou-se uma rígida censura sobre as produções audiovisuais realizadas durante a guerra, especialmente aquelas com caráter propagandístico. Além disso, foram proibidos novos projetos cinematográficos que transmitissem mensagens militaristas, revanchistas, nacionalistas ou anti-estrangeiras. Essa repressão ao passado recente foi estratégica para os Estados Unidos, pois permitia moldar um novo discurso cultural no Japão pós-guerra, uma identidade nacional reformulada a partir da relação com os EUA (IGARASHI, 2011).

O país Ocidental tinha interesse em redefinir a identidade japonesa como a de um país pacífico e alinhado aos seus interesses e valores. Para reforçar essa nova postura ideológica pretendida, o cinema hollywoodiano, que exibia valores da sociedade norte-americana como o individualismo e o amor romântico, ocuparam os espaços culturais disponíveis no Japão, enquanto filmes e produções culturais que fugiam dessa diretriz eram vetados (SAKURAI, 2018).

Nesse contexto, a indústria de animação japonesa foi profundamente impactada pela entrada massiva de conteúdos estrangeiros, especialmente das produções do estúdio Disney, que haviam sido banidas do país desde 1939 e foram amplamente reintroduzidas durante a ocupação norte-americana (CLEMENTS, 2023). Segundo Tsugata (2014), a exibição de *A Branca de Neve e os Sete Anões* em 1950 causou forte impacto no público japonês, incluindo animadores locais, estabelecendo os filmes da Disney como referência estética e técnica para muitos criadores de animação japonesa do período.

Embora os filmes de animação japonesa fossem raros nas salas de cinema durante esse período, a animação ainda marcava presença como recurso visual em comerciais exibidos antes das sessões. Com a chegada da televisão na década de 1950, esse meio se tornou um novo e importante espaço para a animação. Em 1953, foi ao ar o primeiro comercial animado da TV japonesa, *Seikosha no Tokei*, transmitido pela *Nippon Television*, e, nos cinco primeiros anos da televisão no país, mais de 70% dos anúncios veiculados utilizavam técnicas de animação (DOUGLASS, 2019). Assim, os comerciais animados desempenharam um papel fundamental no início da televisão japonesa, constituindo um campo profissional que viabilizou a formação e o desenvolvimento de novos animadores.

O mercado de animação japonesa começou a desenvolver-se de modo mais intenso na segunda metade da década de 1950, a partir da fundação da *Toei Doga* (*Toei Animation*), o primeiro estúdio de grande escala do país. Essa nova empresa buscava atender os segmentos da audiência de cinema ainda não totalmente explorados como, crianças, adolescentes, pessoas com baixa escolaridade e que moravam longe dos centros urbanos, por intermédio da construção de cinemas destinado a filmes de animação, localizados em estações ferroviárias urbanas e suburbanas (HU, 2010).

Okawa Hiroshi, chefe da *Toei Doga*, acreditava que a animação tinha um grande potencial de exportação. Portanto, buscando realizar produções que pudessem competir com animações dos Estados Unidos que dominavam o setor. Okawa tinha como objetivo transformar a *Toei Doga* na “*Disney* do Oriente” e, para isso, era necessário incorporar esquemas presentes nas obras dos Estados Unidos às produções locais, adotando influências estéticas e narrativas dos desenhos animados norte-americanos (CONDRY, 2013; HU, 2010. CLEMENTS, 2013; HARTZHEIM, 2015).

Com esse objetivo, Okawa enviou animadores aos Estados Unidos para aprender diretamente com a *Disney* (CONDRY, 2013, p. 95). No entanto, apesar do alto investimento, seus filmes não conseguiram superar a popularidade das animações do estúdio norte-americano no Japão. Enfrentando dificuldades financeiras, a *Toei Doga* passou a produzir comerciais para televisão como forma de sustentar o estúdio (TSUGATA, 2014). Ainda assim, seu impacto imediato foi mais simbólico do que econômico. O uso de animação colorida e técnicas inspiradas na *Disney* serviu como um poderoso atrativo para jovens aspirantes a animadores em todo o Japão⁵ (CLEMENTS, 2023).

Entre a segunda metade da década de 1950 e o início dos anos 1960, paralelamente à *Toei Doga*, destaca-se o surgimento do estúdio *Otogi Production*. Fundado por Yokoyama Ryuchi, o *Otogi Production* tornou-se um dos principais estúdios independentes da época, e serviu como ponto de partida para diversos talentos que marcaram a animação televisiva japonesa nas décadas seguintes, como Yamamoto Eiichi, Saito Hiroshi e Okada Emiko.

Como mencionado anteriormente, a animação já fazia parte da televisão desde 1953, através de comerciais. No entanto, Yokoyama foi um dos pioneiros a explorar as

⁵ Jovens como Miyazaki Hayao e Takahata Isao que decidiram entrar na *Toei Doga* depois de assistir aos filmes de animação do estúdio.

novas possibilidades que esse meio de comunicação oferecia na produção de conteúdo de entretenimento. Em 1961, o *Otogi Production* lançou a primeira série de animação televisiva japonesa, intitulada *Otogi manga karendaa* (1961-1964), transmitida originalmente pela *Fuji Television*. A série era composta por 312 episódios de três minutos cada. No entanto, devido às limitações do estúdio, nem todos os episódios foram produzidos com técnicas de animação (CLEMENTS, 2023).

O anime e o mercado televisivo japonês da década de 1960

A *Fuji Television*, emissora aberta de alcance nacional, teve um papel decisivo na consolidação da animação seriada japonesa na televisão, ao ser responsável pela exibição original de *Tetsuwan Atom* (1963-1966) em janeiro de 1963. É importante destacar que, no Japão, o desenvolvimento da televisão aberta ocorreu quase simultaneamente ao da Europa Ocidental e da América do Norte. Já em 1940, a NHK (*Nippon Hoso Kyokai*) realizou a primeira transmissão televisiva japonesa, interrompida posteriormente pela intensificação da Segunda Guerra Mundial (LAMARRE, 2018). Em 1953, a NHK retomou as transmissões com seu canal público, marcando o reinício do desenvolvimento televisivo no país. No mesmo ano, entrou no ar a *Nippon Television* (NTV), primeiro canal comercial de alcance nacional, cuja estreia coincidiu com os primeiros sinais do surgimento de uma nova classe média, público-alvo da emissora (YOSHIMI, 2005). Nos anos seguintes, foram inaugurados os demais canais comerciais de alcance nacional da televisão aberta japonesa: *Tokyo Broadcasting System* (TBS) em 1955, *TV Asahi* e *Fuji Television* em 1957, e *TV Tokyo* em 1964.

Desta forma, no final da década de 1950, o Japão já contava com uma infraestrutura de telecomunicações bem desenvolvida, com diversas estações de transmissão e retransmissão, mesmo antes de possuir uma grande produção de conteúdo televisivo. Esse contexto favoreceu a rápida expansão da indústria televisiva no Japão, possibilitando o estabelecimento dos canais comerciais e a oferta de programação ao crescente contingente de domicílios equipados com televisores. Em 1953, apenas 866 casas possuíam aparelhos de televisão no Japão (YOSHIMI, 2005). Esse número cresceu para cinquenta e cinco por cento das casas em 1960 e chegou a aproximadamente noventa e cinco por cento das residências em 1964 (STEINBERG, 2012).

Entretanto, apesar do amplo alcance das redes de televisão, a *Toei Doga*, que era o único estúdio grande de animação do país, não se interessou por esse mercado devido

aos custos elevados de produção. Além disso, o prazo mais curto de desenvolvimento exigido para produções televisivas em comparação com o cinema tornava a realização de animações para esse setor inviável em um primeiro momento (McCARTHY, 2012). Foi Tezuka Osamu, o quadrinista mais famoso e bem sucedido do período, que enxergou na crescente demanda por programas destinados à televisão, uma maneira de viabilizar seu sonho de produzir desenhos animados.

Em decorrência de sua fama, a *Toei Doga* decidiu colaborar com Tezuka em 1958 na produção de uma adaptação de seu mangá homônimo *Saiyuuki* de 1952 (HU, 2010). Esta colaboração marcou a entrada do Tezuka na indústria de animação, e seu primeiro contato real com as técnicas de produção e da linguagem animada na prática (McCARTHY, 2012). Durante a produção dessa animação, Tezuka trabalhou como artista de *storyboard* do filme, no entanto, o *storyboard* de Tezuka foi problemático para os animadores da *Toei*, que o consideraram carente de ritmo (OTSUKA, 2001, p. 109 apud CLEMENTS, 2023, p. 158). Apesar das múltiplas sugestões de correção, Tezuka ainda contribuiu com dois filmes de animação da *Toei Doga*, *Arabian Nights: Sindbad no Bouken* (1962), e *Doggie March* (1963). Todavia, por conta dessa experiência frustrante, Tezuka deixou o estúdio com o desejo de fundar sua própria empresa de animação, onde não haveria produtores acima dele para comprometer sua visão ou vetar suas decisões.

A partir da década de 1960 a televisão tornou-se o principal meio de comunicação do Japão (YOSHIMI, 2005), e a animação, para se tornar um produto viável nesse meio, precisava passar por um processo de industrialização mais intenso do que o realizado pela *Toei Doga*. Entre 1961 e 1962, Tezuka, através de sua posição privilegiada e estabelecida no campo de produção cultural japonesa, fundou a *Mushi Production* com a intenção de produzir séries de animação para a televisão.

As animações, por serem dispendiosas e complexas de produzir, precisavam ser adaptadas a um processo mais ágil para que pudessem ser exibidas na programação televisiva, atendendo à demanda contínua por conteúdo em horários regulares. Para resolver os desafios impostos pela limitação de recursos financeiros e de tempo, além de competir com os programas estrangeiros que dominavam o segmento, Tezuka e os animadores que o seguiram desenvolveram uma série de estratégias para viabilizar esse tipo de produção. As estratégias adotadas por eles incluem: reduzir a quantidade de imagens diferentes produzidas por segundo; usar um único quadro estático para

sequências onde a animação não é essencial, como planos gerais, tomadas de reação e *close-ups*; deslocar lateralmente a imagem que está atrás de uma imagem em primeiro plano para criar a ilusão de movimento; reutilizar ciclos de animação em diferentes momentos; animar apenas partes essenciais dos personagens enquanto o resto do corpo permanece estático; privilegiar a produção de desenhos que apresentam uma configuração visual dinâmica; usar planos mais curtos, pois quanto mais curtos os planos, menos perceptível é a ausência de movimento (CLEMENTS, 2023; STEINBERG, 2012).

No entanto, a decisão mais revolucionária de Tezuka foi definir o valor da venda do episódio para o canal de televisão por uma fração de seu custo real de produção. De acordo com Eiichi Yamamoto, um dos principais animadores do *Mushi Production*, o *Tetsuwa Atom* foi vendido para a *Fuji Television* por aproximadamente 750 mil ienes, enquanto o custo de produção era de aproximadamente 2,5 milhões de ienes (SCHODT, 2007, p. 75). O restante da receita provinha de um acordo de patrocínio com a *Meiji Seiki*. Em troca do investimento na produção da série, a marca da empresa seria exibida no início de cada programa, além de poder usar a imagem dos personagens da série em merchandising relacionados aos seus produtos (STEINBERG, 2012; CLEMENTS, 2023; SCHODT, 2007).

O sucesso comercial sem precedentes de *Tetsuwa Atom*, ao estreiar no dia primeiro de janeiro de 1963, às dezenove horas, no "*Golden Time*"⁶ da *Fuji Television*, estabeleceu o formato de vinte e cinco minutos, apresentando uma música de abertura, uma música de encerramento e sendo financiado pelo modelo de patrocínio, como padrão para as séries animadas televisivas japonesas dali em diante. Após o sucesso dessa série animada outros estúdios seguiram os padrões estabelecidos pelo estúdio do Tezuka, e em dezembro do mesmo ano, cinco séries animadas eram transmitidas na televisão do Japão (McCARTHY, 2012).

Dentre elas, destaca-se a série de animação *Sennin Buraku* (1963-1964), dirigida por Fumiaki Kamigami no estúdio TCJ, que estreou na *Fuji Television* às 23:40h. Esta

⁶ A grade de televisão japonesa é segmentada a partir de quatro principais blocos de programação sendo o principal deles o chamado de "*Golden Time*", que dura das 19h às 22h. De acordo com Yoshimi (2005), o fato desse bloco ter recebido o nome de "*Golden Time*", em vez de "horário nobre", como em muitos outros países, revela a importância deste horário no estilo de vida da família japonesa. Assim, boa parte do conteúdo exibido nesse horário é destinado ao público familiar. Os outros blocos televisivos são: o matutino que vai das 5:30h até às 8h, com a programação constituída de reprises e produções destinadas exclusivamente ao público infantil; o das 11h às 14h centradas em séries dramáticas e programas de auditório destinados ao público feminino; e por fim, o bloco das 22h às 04h, composto por produções destinados ao público adulto.

foi a primeira série animada japonesa a ser direcionada ao público adulto, o que demonstra a posição de destaque da *Fuji Television* em relação a inovação no campo da televisão japonesa. Essa animação, que adapta o mangá de autoria de Kojima Kou, abordava desventuras eróticas situadas no período Edo (1603 e 1868). A série foi produzida a partir do modelo de patrocínio sendo financiada pela empresa de produtos eletrônicos *Clarion*. Entretanto, devido ao seu fracasso comercial a série terminou no episódio 23.

É importante destacar que, ao contrário do contexto norte-americano, onde a animação televisiva foi rapidamente associada a um público exclusivamente infantil, no Japão, isso não ocorreu. Nos Estados Unidos, as séries animadas eram majoritariamente exibidas nas manhãs de sábado, um horário de baixo custo publicitário, voltado a crianças e ideal para a promoção de brinquedos e produtos infantis. Como consequência, a animação foi culturalmente categorizada como um entretenimento infantil, sobretudo pela ausência de audiência adulta nesse horário (MITTELL, 2001). No Japão, por sua vez, o cenário era distinto, uma vez que as animações eram exibidas no horário nobre. No contexto japonês, as crianças exerciam forte influência sobre o que seria assistido pelos pais no *Golden Time*, o que levou produtores e patrocinadores de animações a também considerar o público adulto que acompanhava essas crianças (CLEMENTS, 2023). Ademais, desde a década de 1950, campanhas publicitárias com personagens animados, como os comerciais da bebida alcoólica *Beer Mukashimukashi*, já demonstravam o uso da animação em produtos voltados ao público adulto, consolidando-a como uma linguagem midiática mais ampla (DOUGLASS, 2019).

No entanto, o fracasso de *Sennin Buraku* desencorajou a tentativa de produções seriadas destinadas exclusivamente ao público adulto. Em vez disso, as animações seriadas desenvolvidas no Japão na décadas de 1960 foram produzidas visando principalmente o público familiar durante o início do "*Golden Time*". Considerando esse cenário em que adultos também assistiam animações ao acompanhar as crianças, diversas obras nas décadas de 1960 tentavam atrair o público mais velho através de uma abordagem mais refinada e sensível, explorando temas como perda, frustração e esforço. Um exemplo é o drama esportivo *Kyoshi no Hoshi* (1968-1971). Os próprios produtores reconheciam o apelo da obra entre o público adulto, o que se evidenciou no patrocínio da série pela empresa farmacêutica *Otsuka*, que aproveitou a animação para promover a vitamina *Oramin C*.

Com o declínio do público nos cinemas e a crescente popularização da televisão, a *Toei Doga* começou a reduzir a quantidade de filmes produzidos, concentrando a maior parte de seus esforços na criação de séries animadas para o mercado televisivo. O estúdio adotou as estratégias de produção estipulada por Tezuka (HU, 2010) e já em 1963 produziu para a *TV Asahi* a série animada *Ookami Shounen Ken*, que durou até 1965 com 86 episódios lançados semanalmente. Durante a década de 1960, a *Toei Doga* produziu mais de dez séries animadas, todas com mais de 25 episódios. O principal destaque desse período foi *Mahoutsukai Sally* (1966-1968), com 109 episódios, considerada a primeira série animada do mundo voltada ao público feminino e responsável por inaugurar o subgênero *Mahou Shoujo* na animação (FRANÇA, 2020).

Considerações Finais

Devido à rápida adoção da televisão no Japão, os estúdios de animação passaram a focar nesse meio de comunicação, adotando diversas estratégias para viabilizar a produção de conteúdo televisivo. Mesmo estúdios fundados anteriormente com a intenção de competir com a Disney no segmento cinematográfico acabaram adaptando-se a essa nova realidade. Além disso, particularidades do contexto japonês possibilitaram que, já nos primeiros anos da animação seriada no país, surgissem abordagens diferentes daquelas encontradas na televisão de outros locais. A variedade de abordagens temáticas, que hoje caracteriza a animação japonesa, já se fazia presente desde o início, com obras voltadas ao público feminino, animações destinadas a adultos, dramas esportivos, narrativas ambientadas em cenários históricos, ficção científica, produções focadas na ação, e tramas com episódios interligados.

Referências

CLEMENTS, Jonathan. **Anime: A History**. 2ª ed. Londres, BFI Publishing, 2023.

CONDY, Ian. **The Soul of Anime: Collaborative Creativity in Japan's Media Success Story**. Londres, Duke University Press, 2013.

DOUGLASS, Jason. Beyond Anime? Rethinking Japanese Animation History Through Early Animated Television Commercial. Em: COOK; THOMPSON (ed). **Animatin and Advertising**. Palgrave Macmillan, 2019. p. 213- 228

FRANÇA, Gustavo. Os processos de hibridismo cultural na animação japonesa: uma compreensão do campo a partir do caso “Little Witch Academia” e o subgênero de garotas

mágicas. 2020. 210f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão. 2020.

HARTZHEIM, Bryan. Inside the Media Mix: Collective Creation in Contemporary Manga and Anime. 2015. 415f. Tese (Doutorado em Filme e Televisão) – Universidade da Califórnia, Los Angeles, 2015.

HU, Tze – Yue G. **Frames of Anime**: Culture and image building. Hong Kong, H. Press, 2010.

IGARASHI, Yoshikuni. **Corpos da Memória**: Narrativas do Pós-Guerra na Cultura Japonesa (1945 – 1970). São Paulo, Editora Annablume, 2011.

LAMARRE, Thomas. **The Anime Ecology**: A Genealogy of Television, Animation, and Game Media. Minnesota, University of Minnesota Press, 2018.

KOIDE, Masashi. On the Establishment and the History of the Japan Society for Animation Studies Em: YOKOTA; HU (org). **Japanese Animation**: East Asian Perspectives. Jackson, University Press of Mississippi, 2014. p. 49–72

MASUDA, N.et al. A Analysis of Broadcasting Data of Japanese TV Animation: Creating the List and Overview. **Kōnanjoshidaigaku kenkyū kiyō**, no. 50, 2014. p. 33-40

MCCARTHY, Helen. **A arte de Osamu Tezuka**: Deus do Mangá. São Paulo, Editora Mythos, 2012.

MITTELL, J. The great Saturday morning exile: Scheduling cartoons on television's periphery in the 1960s. In: STABILE, C.; HARRISON, M. (org.) **Prime time animation**: television animation and American culture. Nova York: Routledge, 2001. p. 33-54

NAPIER, Susan J. **Anime from Akira to Howl's Moving Castle**: Experiencing Contemporary Japanese Animation. Nova York, PalgraveMacmillan, 2005.

RAFFAELLI, Luca. Disney, Warner Bros and Japanese animation, Em PILLING (org.) **A Reader in Animation Studies**, Sydney, John Libbey, 1997. p.112–136.

SCHODT, Frederik L. **The Astro Boy**: Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga anime. Berkeley, Stone Bridge Press, 2007.

SAKURAI, Célia. **Os Japoneses**. 2ª ed, 4ª reimpressão. São Paulo, Contexto, 2018.

STEINBERG, Marc. **Anime's Media Mix**: Franchising Toys and Characters in Japan. Minnesota, University of Minnesota Press, 2012.

TSUGATA, Nobuyuki. A Bipolar Approach to Understanding the History of Japanese Animation. Em: YOKOTA; HU (org). **Japanese Animation**: East Asian Perspectives. Jackson, University Press of Mississippi, 2014. p. 25-33

YOSHIMI, Shunya. Japanese Television: Early Development and Research. In: WASKO, Janet. (org). **A Companion to Television**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005. p. 142-154