

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE E TURISMO

HELENA LEITE PATROCÍNIO

Para o amanhã:

A cultura pop como ferramenta para a construção e manutenção
da imagem pública em períodos de instabilidade

SÃO PAULO
2024

HELENA LEITE PATROCÍNIO

Para o amanhã:

A cultura pop como ferramenta para a construção e manutenção
da imagem pública em períodos de instabilidade

Trabalho de conclusão de curso para
obtenção do título de graduação em
Relações Públicas apresentado à
Universidade de São Paulo - USP.

Orientador(a): Profª. Drª. Mariângela
Haswani

SÃO PAULO

2024

Dedicatória

Dedico este trabalho a meus pais, que sempre me incentivaram a seguir meus sonhos, não importa quão difícil parecesse;

Aos amigos que fiz na BaterECA, entidade que me acompanhou durante todos os anos da graduação - em especial à Maria e Clara, minhas parceiras para toda hora;

À Duda e Mari, que sempre se fizeram presentes, mesmo que à distância;

À gerência da Sexta da Rock (Manu, Miwa, Ju, Sarah, Alêtsia, Doris, Enzo, Ícaro, João, Rizzo, César e Kniss), pela súbita amizade e companheirismo;

Apresento especialmente com meus avós - Dora, Anito, Lia, Maria e Paulo - em mente. Sei que não sou a neta mais presente, mas estive sempre pensando em vocês ao longo dessa caminhada.

*Eu vejo o ar que sai de mim
Deixando claro que de onde eu vim
A desistência nunca foi opção
E o que carrego em coração
É algo que eles nunca terão
Podem tentar, mas não conseguirão*

(Caminho não tem fim, Fresno)

Resumo:

O presente trabalho explora o fenômeno da popularidade global da cultura japonesa - partindo de animes e marcas populares, como Nintendo e Sanrio -, como parte de uma estratégia mais ampla de fortalecimento da imagem pública da nação após a 2^a Guerra Mundial. Além de analisar a influência da cultura nipônica, o estudo reflete sobre a transformação do entretenimento em instrumento político, considerando os possíveis riscos e benefícios dessa estratégia, e como este contribui para o engajamento cívico, sendo cooptado pela política com o intuito de construir uma narrativa positiva e promover o engajamento do público.

Palavras-chave: cultura pop, comunicação pública, relações públicas, meios de comunicação.

Abstract: This study aims to explore the phenomenon that is the global popularity of Japanese culture - ranging from anime to popular brands like Nintendo and Sanrio - as part of a broader strategy to strengthen the nation's public image after World War II. In addition to analyzing the influence of Japanese culture, the piece reflects on the transformation of entertainment into a political tool, considering possible risks and benefits of this strategy, and how it contributes to civic engagement, as it is co-opted by politics in order to build a positive narrative and promote the public's involvement.

Keywords: pop culture, public communications, public relations, means of communication.

Sumário

1. Introdução	8
2. Reorganização política pós-Segunda Guerra Mundial	9
2.1. Hard power vs. Soft power: Definições de poder	10
3. A função política e social da arte	12
3.1. A cultura pop como ferramenta de relações públicas	13
3.2. A subcultura kawaii e sua apropriação	17
4. Ashita no Joe: o entretenimento como representação da realidade	20
4.1. Pesquisa: Como enxergamos o Japão?	24
5. Considerações finais	27
6. Referências	28

Lista de Figuras

Figura 1. “ <i>Momotaro’s Divine Sea Warriors</i> ”, 1945	13
Figura 2. “Pato Donald na Nazilândia”, 1943	13
Figura 3. Hayao Miyazaki recebendo seu segundo Oscar, em 2023	15
Figura 4. “ <i>Godzilla, O Monstro do Mar</i> ” (1954)	16
Figura 5. “ <i>Mighty Morphin Power Rangers</i> ” (1993)	16
Figura 6. Pôster da prefeitura de Akita, Japão: “Cuidado com os ursos”.	18
Figura 7. Mitsuri Kanroji, a <i>Hashira</i> do Amor (<i>Demon Slayer</i> , 2019)	20
Figura 8. Hinata Hyūga (Naruto, 2002)	20
Figura 9. Panela “ <i>Uncanny Brands x Sanrio</i> ”	20
Figura 10. Grupo do gênero <i>kawaii metal</i> , Babymetal	20
Figura 11. Joe Yabuki, protagonista da obra <i>Ashita no Joe</i>	21
Figura 12. Guerra Civil de Ishval, baseada na invasão estadunidense ao Iraque (<i>Fullmetal Alchemist</i> , 2009)	23
Figura 13. Campo de concentração no País de Marley, baseado na Alemanha nazista (<i>Attack on Titan</i> , 2013)	23
Figura 14. Gráfico 1: “Com quais aspectos da cultura japonesa você tem, ou já teve, contato?”	25
Figura 15. Gráfico 2: “Quais destes estereótipos sobre o povo japonês você já ouviu?”	25

1. Introdução

As obras de animação japonesas se tornaram populares no Brasil no início da década de 90, com a compra dos direitos de “Os Cavaleiros do Zodíaco” (originalmente “*Saint Seiya*”), de Masami Kurumada, pela Rede Manchete. O anime¹, produzido e lançado semanalmente de 1986 a 1989, é uma adaptação do mangá² de mesmo nome, que teve sua estreia na revista *Weekly Shonen Jump* em 1985. O início de sua popularidade mundial se deu com o lançamento na França, em 1988; a partir daí, se tornou uma sensação em países europeus e latino-americanos. Hoje, o Brasil é considerado o 3º principal mercado de animes fora do Japão e China, estando atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia.

Estes, no entanto, não compõem inteiramente a imagem do “*Cool Japan*” e a popularidade na nação e sua cultura nos países ocidentais. Empresas como Nintendo, Sanrio, e até mesmo a subcultura *kawaii*, por exemplo, também são importantes fatores na construção de imagem e reputação nipônica.

Aqui, busca-se analisar a popularidade mundial da cultura japonesa e o uso estratégico desta como ferramenta de Relações Públicas para a manutenção da imagem pública em períodos de instabilidade política, tendo o Japão pós-2^a Guerra Mundial como estudo de caso, visando compreender como o entretenimento pode ser instrumentalizado para fortalecer uma instituição governamental em contextos desfavoráveis, de forma a inverter a narrativa para minimizar danos ligados à reputação.

Assim, espera-se oferecer uma visão crítica sobre os riscos e benefícios envolvidos nesse tipo de técnica e refletir sobre como os meios de comunicação podem ser utilizados como ferramenta de promoção do engajamento cívico.

¹ O termo japonês “anime” se refere, simplesmente, à obras de animação, independente do tipo, que surge como uma abreviação de “animēshon” (romanizado; original: アニメーション);

² “Mangá” é como são chamadas as histórias em quadrinhos japonesas;

2. Reorganização política pós-Segunda Guerra Mundial

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o Império japonês, até então aliado à Alemanha nazista e a Itália de Mussolini, se viu fragilizado econômica e politicamente perante as demais nações envolvidas no conflito e, principalmente, diante as nações vizinhas: China e Coréia.

Isso se deve, além do apoio prestado às políticas do Eixo, aos crimes contra a humanidade praticados no período, os mais marcantes sendo os abusos contra as chamadas “mulheres de conforto” - cerca de 200 mil mulheres coreanas, chinesas e filipinas que foram submetidas a trabalho sexual forçado por parte de soldados do exército japonês -, e o Massacre de Nanquim, que resultou na morte de cerca de 300 mil chineses. Estes, apesar de contarem com testemunhas vivas, foram, durante muitos anos, alvo de discursos negacionistas que buscavam minimizar as ações do Império, as posicionando como banalidades (NETO, 2021).

No ano de 1945, com os ataques a Hiroshima e Nagasaki, o Império Japonês se vê obrigado a se render, marcando o final da Guerra e o início da ocupação dos Aliados, cujo objetivo era a desmilitarização do Japão. Com isso, nasce a Constituição de 1946 e a marcante “renúncia à beligerância”, quando se torna parte da política nacional japonesa a total repressão do militarismo do Estado (WATANABE, 2011):

Aspirando sinceramente a paz mundial baseada na justiça e ordem, o povo japonês renuncia para sempre o uso da guerra como direito soberano da nação ou a ameaça e uso da força como meio de se resolver disputas internacionais.

Com a finalidade de cumprir o objetivo do parágrafo anterior, as forças do exército, marinha e aeronáutica, como qualquer outra força potencial de guerra, jamais será mantida. O direito à beligerância do Estado não será reconhecido (Constituição do Japão, 1946, Art. 9).

Frente a este cenário, observa-se a necessidade de explorar outros setores da economia, buscando não só reerguer a economia nacional mas, também, reconstruir o relacionamento com os países vizinhos.

Ainda nesse período, em 1951, foi assinado o Acordo de Segurança Mútua Japão-EUA (também conhecido por sua abreviação japonesa, *Anpo*), que,

agora, provocaria conflitos internos, visto que dava permissão para que a nação estadunidense utilizasse o território como base militar e, caso considerassem necessário, intervir nas políticas nacionais. A assinatura do Anpo enervou parte da sociedade nipônica, que entendeu esta como uma forma de subalternizar a nação em um período em que já estavam fragilizados, buscando se reconstruir após as políticas destrutivas adotadas pelo governo nacional até então.

Na década de 1960, a desigualdade social no país crescia, ao mesmo tempo em que o Japão se tornava a segunda maior economia do mundo. Do ponto de vista do Ocidente, no entanto, o país passava de um potencial inimigo para um paraíso tecnológico e cultural.

2.1. Hard power vs. Soft power: Definições de poder

Segundo Mesquita (2022, *apud* Dahl, 1957), “poder” é tradicionalmente compreendido como a capacidade de um ator influenciar outro para que o segundo aja de acordo com os seus interesses. O conceito, quando aplicado às relações internacionais, é destrinchado em duas categorias: *hard power* e *soft power*.

O primeiro se dá como uma manifestação rígida, estando relacionado a questões militares e a recursos tangíveis e mensuráveis que podem vir a se transformar em capacidade militar - população, território, economia, força militar, estabilidade política, entre outros aspectos. Seria, então, o poder exercido através da força e da ameaça. (Mesquita *apud* Nye, 1990)

O *soft power*, assim, seria uma outra face do exercício de poder, uma forma menos agressiva de dominação, partindo da capacidade de “A” fazer com que “B” queira estar a seu lado e entenda isso como algo positivo para si, sem associar perigo à essa aliança - aqui, os recursos aplicados envolvem, por exemplo, a informação e o comércio. Seria assim, a manipulação dos interesses do outro ator.

O que é *soft power*? É a habilidade de conseguir o que quer por meio da atração ao invés de coerção ou pagamentos. Ele surge da atratividade? da cultura e ideais políticos de um país. Quando nossas políticas são consideradas legítimas aos olhos

de outros, nosso soft power é fortalecido. (Nye, 2004 - tradução livre)

Em 2012, foi criado o ranking Softpower30, uma espécie de base de dados para que os Estados pudessem medir seu poder brando (COSTA, 2021). Neste, são analisados fatores como a quantidade de turistas que um país recebe durante o ano, o tamanho do mercado musical do país em relação a vendas e ouvintes do exterior, o número de filmes indicados a prêmios internacionais, o nível de difusão de sua cultura popular etc (MCCLORY, 2012).

Um grande exemplo de manifestação de soft power são os Estados Unidos, com Hollywood e a difusão do *American way of life*, ao longo do século XX, que estampava a nação como um exemplo de progresso e liberdade. Suas produções transmitiam, não só para seu próprio povo, mas para a população de muitos outros países, a impressão de que ali se encontravam pessoas éticas e educadas, bem organizadas em núcleos familiares, que se tornaram modelos a serem seguidos, não sendo necessário que um indivíduo precise estar inserido na realidade norte-americana para ter uma imagem romantizada da vida nessa região (HERNANDEZ *apud* CUNHA, 2017) (CADENGUE, 2024).

No caso do Japão, sua força veio da indústria tecnológica e cultural, com empresas como a Nintendo se tornando grandes referências no meio dos *games*, e os animes virando febre em diversos países.

No Brasil, por terem um custo reduzido de importação e dublagem, as animações japonesas eram transmitidas em programas infantis desde a década de 1970, com nomes como “*Speed Racer*” e “*Super Dínamo*”; mas foi com a obra “*Cavaleiros do Zodíaco*” (ou *Saint Seiya*) de Masami Kurumada, que se instaurou o que hoje conhecemos como o primeiro “*boom*” dos animes no território, marcando a transição deste para uma espécie de mercado, com brinquedos, jogos de videogame, e até músicas sendo alvo de busca pelo público.

Na pandemia do coronavírus, considera-se o segundo “*boom*” dos animes: enquanto os números de bilheteria dos cinemas caíam consideravelmente em todos os países, a indústria dos animes quase não sofreu perdas, com a busca por conteúdos no formato aumentando em 118% entre 2020 e 2021 (G1, 2024).

3. A função política e social da arte

As representações sociais são construções que fazemos a respeito de certos temas, sob influência do meio em que estamos inseridos (cultura, valores, crenças etc). Para Moscovici (1961), psicólogo desenvolvedor da teoria das representações sociais, a interação é parte essencial da construção destes significados.

Em “Imagem, memória e espaços enunciativos”, a linguista Monica Santos (*apud* Silva, 2012) descreve a comunicação como “um modo de institucionalizar a relação do sujeito com a sociedade a partir de um imaginário social específico”. Sendo os discursos cooptados pelos veículos de comunicação fatores importantes para a definição dos papéis sociais de uma época.

Esse processo de comunicação, considerando o intenso fluxo de informações sob o qual estamos sujeitos, deve, segundo Alexandre (2001, p. 112), ser vista como “um campo de problemas [...]. A preocupação não é mais com o que é comunicado, mas sim com a maneira com que se comunica e com o significado que a comunicação tem para o ser humano”; isso porque temos os meios de comunicação de massa atingindo uma vasta audiência, em um curto espaço de tempo, apresentando todo tipo de informação e ponto de vista, das mais diversas maneiras.

Esses meios têm como função, além da difusão de informações, a diversão e persuasão do público. Com as tecnologias se tornando cada vez mais acessíveis e abertas ao compartilhamento de opiniões, vemos o fluxo de ideias se intensificar cada vez mais - por este motivo, principalmente, é importante que o comunicador cumpra seu papel de forma responsável, buscando o alastramento de ideias que promovam o engajamento cívico de forma pacífica e verdadeira.

3.1. A cultura pop como ferramenta de relações públicas

A primeira obra de animação registrada no Japão data do ano de 1917, com o curta-metragem “*Dekobō Shingachō: Meian no Shippai*”. Em 1926, a primeira obra japonesa com apelo internacional foi lançada, era a animação “*Bagudajō no tōzoku*”.

Apesar dos avanços na qualidade dos trabalhos e aumento do número de profissionais na área, o desenvolvimento massivo desta foi barrado pelo envolvimento do país em guerras, uma vez que, agora, todo o foco estava no militarismo (COSTA *apud* YASUO, 2013).

Em 1945, temos o que pode ser considerado o primeiro uso das animações como ferramenta política pelo Japão, com o filme “*Momotaro’s Divine Sea Warriors*”, propaganda militar contra os Aliados, que buscava motivar o povo a se revoltar contra o inimigo estabelecido e se orgulhar das tropas nacionais. Pouco antes, em 1943, o popular personagem da *Walt Disney Studios*, Pato Donald, se tornara protagonista de outro curta-metragem: “Pato Donald na Nazilândia”, uma espécie de sátira aos líderes do Eixo e exaltação à liberdade que só seria alcançada com a vitória dos Aliados.



“*Momotaro’s Divine Sea Warriors*”, 1945.
Reprodução: Animation Critical Perspectives.



“*Pato Donald na Nazilândia*”, 1943.
Reprodução: Universo Disney

Com a subsequente derrota do Eixo e inserção da influência norte-americana no território japonês, houve uma grande mudança no teor das obras nacionais: já nos anos 60, o intercâmbio entre ambos os países provocou a reprodução de valores ocidentais no Japão e facilitou a comercialização dos animes para países estrangeiros. Com essa mudança, tivemos o primeiro anime a se tornar popular no Ocidente: a obra de 1963, “*Astro Boy*”, que conta a história de um

robô capaz de reproduzir emoções humanas e lutar contra vilões que buscam ferir a humanidade.

A primeira ação de grande impacto para o soft power japonês, no entanto, foi a realização das Olimpíadas de Verão de 1964, em Tóquio, tendo sido compreendida a necessidade de expor seus valores culturais. Assim, entende-se que as políticas de diplomacia pública, materializadas na exportação de cultura, fazem parte de um processo gradual de superação e transformação da imagem internacional do Estado japonês no período pós-guerra.

Tendo se adequado às normas e regimes internacionais, e contando com a influência dos Estados Unidos em sua reconstrução, o Japão pode se estabelecer como um sucesso na exportação de sua cultura no que tange as animações cinematográficas, englobando os valores ocidentais, ao mesmo tempo em que exalta seus valores culturais históricos, como os samurais, a cultura de se sentar para tomar um chá, o respeito aos idosos, o conhecimento de artes marciais típicas etc (COSTA, 2021).

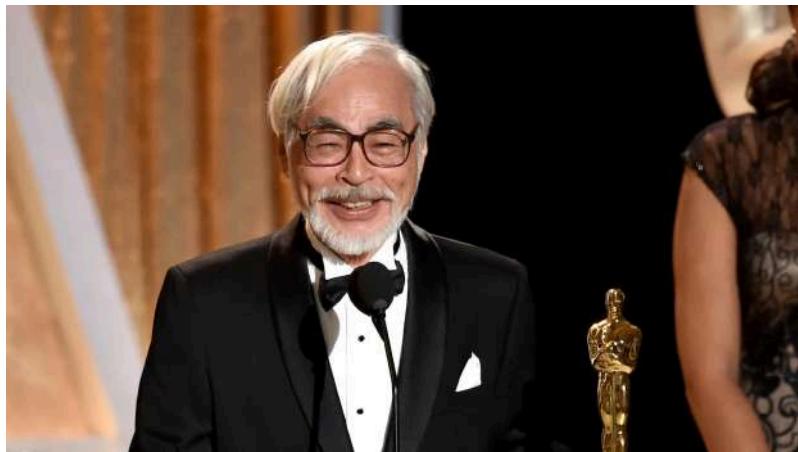
Nesse sentido, nasceu, no ano de 2002, o projeto “*Cool Japan*”, uma proposta de *nation branding*³ do então primeiro-ministro japonês Koizumi Junichirō, que visava o suporte às empresas para a criação de produtos atrelados à cultura japonesa. A proposta foi oficializada em 2006, como parte de uma tática que chamaram “diplomacia da Cultura Pop”, em que as ferramentas para a promoção da compreensão e confiança são a própria cultura pop, bem como a cultura e as artes tradicionais, exercitando assim o soft power japonês.

Podemos visualizar o início do sucesso dessa estratégia com o fenômeno das obras do Studio Ghibli, em especial, com os prêmios concedidos ao filme animado “A Viagem de Chihiro” (2001), de Hayao Miyazaki, como o Oscar de Melhor Animação no ano de 2003, que fez história ao se tornar a primeira obra de idioma original diferente do inglês a ganhar o prêmio. Além dos diversos prêmios recebidos, a história de Chihiro foi o filme de maior bilheteria do Japão por quase 20 anos, só tendo sido superado em 2021, por *Demon Slayer*:

³ “um processo pelo qual as imagens de uma nação podem ser criadas ou alteradas, monitoradas, avaliadas e gerenciadas proativamente para melhorar a reputação do país entre um público-alvo internacional” (Mesquita *apud* Fan, 2010).

Mugen Train - parte da adaptação do mangá *Kimetsu no Yaiba*, de Koyoharu Gotouge.

É importante notar que, apesar de representar um marco na história das animações não-estadunidenses, o autor Hayao Miyazaki se recusou a receber o prêmio publicamente, como forma de protesto contra os atentados então promovidos pelo exército dos Estados Unidos no Iraque. Só tendo aceitado compartilhar deste espaço nos Oscars 2023.



Hayao Miyazaki recebendo seu segundo Oscar, em 2023. Reprodução: Newsmonkey.

A partir do reconhecimento internacional da obra, iniciou-se uma forte movimentação de investimentos governamentais na indústria dos filmes, animações e jogos (Mesquita *apud* Koizumi, 2016), o que facilitou o aumento quantitativo e qualitativo de produtos fabricados no país e, consequentemente, a manutenção do Japão na posição de potência econômica e cultural.

Aliado à indústria dos filmes e séries animados, o Japão se tornou popular também pelos *tokusatsu* (abreviação da expressão “*tokushu kouka satsuei*”; no português: filme de efeitos especiais) e pelas subculturas ali nascidas, como as estéticas *kawaii*, *gyaru* e *lolita* - sendo o *kawaii* o mais popular.

No caso dos *tokusatsu*, temos como exemplo séries como “*Jiraya*” (1988) e “*Super Sentaí*” (1975; posteriormente adaptado nos EUA como “*Power Rangers*”, 1993) e o icônico filme “*Godzilla*”, de 1954, que se tornou uma franquia de 33 filmes - sendo 28 japoneses e 5 adaptações estadunidenses, inclusive com a nova série de filmes “*Godzilla vs. Kong*”, que une o personagem japonês ao ícone do cinema norte-americano.



“Godzilla, O Monstro do Mar” (1954).
Reprodução: IMDb.



“Mighty Morphin Power Rangers” (1993).
Reprodução: Gshow

De acordo com Yang (2017), os monstros - em especial, o Godzilla - servem como uma forte representação das vítimas das bombas direcionadas a Hiroshima e Nagasaki, sendo ele mesmo fruto de uma explosão nuclear e tendo a pele áspera e marcada, como referência às queimaduras presentes nos sobreviventes. Cita o conceito apresentado por Napier (1993), de “*secure horror*”: uma espécie de terror que permite que o público compreenda os efeitos de desastres sem que seja necessário presenciá-los em tempo real.

Os demais filmes da franquia também trouxeram críticas escondidas, como em “*Godzilla vs. Hedora*” (1971), em que o personagem nascido de uma explosão precisa derrotar um monstro nascido da poluição, em uma época em que a contaminação ambiental era uma forte problemática no território japonês.

Este período de reconstrução da economia japonesa, apesar de benéfica do ponto de vista geral, trouxe muitas adversidades para a sociedade civil, que tinha dificuldade de acompanhar o rápido crescimento industrial, além de discordar com a forte influência estadunidense no território.

A partir deste conflito entre governo e civis, muitos movimentos sociais surgem com reivindicações como o fim do *Anpo* (Tratado de Mútua Cooperação e Segurança EUA e Japão; assinado em 1960), que definia a ocupação dos EUA em território nipônico, sendo o movimento estudantil, de caráter anti-imperialista e antifascista, extremamente forte neste período (KODA, 2021). Daí, surgiram as contraculturas - como o movimento punk, nos Estados Unidos e Inglaterra - que, geralmente, compartilham deste sentimento de descontentamento e expressam estes junto de visuais e comportamentos que

buscam contestar o sistema cultural hegemônico (BRANCO, 2016). No Japão, a contracultura mais popular recebe o nome de *kawaii*.

3.2. A subcultura *kawaii* e sua apropriação

O termo “*kawaii*” é antigo e data do século XII, fim da era Heian, sendo proveniente da palavra “*kawayushi*”, utilizada para se referir a algo digno de pena. Após a Segunda Guerra Mundial, foram encontrados os primeiros registros do termo sendo ligado à ideia de algo “fofo”, “encantador” - antes disso, o verbete que continha este significado era “*utsukushii*” (OKANO, 2014).

A noção atual do que é “*kawaii*” nasceu de uma subcultura ligada a jovens colegiais na década de 1970, na época, uma espécie de revolta contra os padrões de gênero, que forçavam (e ainda forçam) a ideia de servidão feminina - com as mulheres devendo cumprir o papel de mães e cuidadoras. (LIEBER-MILO *apud* Kinsella, 1995). Essa resistência aos estereótipos é manifestada por meio da moda e do estilo de vida adotado por estas jovens, marcado por cores vibrantes e características infantilizadas, numa tentativa de se resguardar da sociedade, enquanto se amparam em um mundo fantástico em que o tempo não passa e as cobranças sociais não mais existem.

A história do movimento *kawaii* é dividida em 4 períodos: o primeiro data da década de 1950. Ali, estava ligado à busca por um padrão perfeito de feminilidade, em que as meninas deveriam se apresentar como inocentes e alegres; o segundo período, de 1950 a 1970, buscava não a ordem, mas sim a revolta contra os mais velhos; o terceiro período, iniciado em 1973, pensava o rompimento da dualidade jovem/adulto e o favorecimento da felicidade individual; na quarta fase, já em 1983, temos a introdução da sexualidade à estética. (OKANO *apud* Miyadai, 2007)

É no terceiro período que nasce o significado contemporâneo do termo *kawaii*, agora associado, também, ao consumo, com muitas empresas se apropriando dessa movimentação para, aliadas a um aumento da empregabilidade feminina na época, investir na produção de artigos atrativos para o público que fazia (ou pretendia se tornar) parte da cultura.

Com o tempo, o significado de revolta perdeu espaço para as instituições: agora, tanto campanhas governamentais quanto empresariais se utilizavam da estética, com personagens que se encaixam na descrição mais comum do que é ser “fofo”: cabeças e olhos grandes, e corpos esguios, buscando gerar uma sensação acolhedora no público.

De artigos de papelaria, a cartões de banco, e até mesmo campanhas de segurança pública, o *kawaii* passa a ser uma forma de fazer com que a população se compadeça da peça observada e, consequentemente, se sinta encorajada a comprar determinado produto ou cooperar com as regulamentações sugeridas, como visto na imagem a seguir, veiculada pela prefeitura de Akita, cidade rural do norte do Japão, onde os avistamentos de ursos se tornaram um perigo à segurança civil.



Pôster da prefeitura de Akita, Japão: “Cuidado com os ursos”.
Reprodução: The Japan News, by The Yomiuri Shimbun.

Esta se tornou, inclusive, parte das políticas externas do Japão, com o Ministério de Relações Exteriores criando, em 2007, um plano estratégico voltado à disseminação da cultura *kawaii* e *otaku*⁴ em outros países, sob o argumento de que estas imagens positivas facilitariam que as pessoas se abrissem ao Japão. A estética se estendeu, até mesmo, à cena do *heavy metal*, com o *kawaii metal*, criado na década de 2010, a partir da mistura dos

⁴ Termo japonês que se refere a pessoas que se interessam por cultura pop japonesa, principalmente por animes e mangás.

instrumentais pesados do metal com as melodias e performances marcantes do *J-pop* (*pop* japonês).

Parte dessa estratégia de “mescla” e expansão da cultura *kawaii* e *otaku* pode ser facilmente percebida nos animes mais populares dos últimos anos - com a categoria *shōnen*⁵ sendo a mais consumida entre jovens. A partir de uma rápida busca por popularidade no site do IMDb (2024), vemos claramente que 18 dos 20 animes mais populares atualmente pertencem a esta classificação, com “*Attack on Titan*” (2013-2023, adaptação do mangá de Hajime Isayama) liderando a lista.

Podemos ver muito claramente essa mistura a partir, não só da caracterização dos personagens como um todo mas, especialmente, das personagens femininas - que, mesmo nas tramas de ação, são movidas por sentimentos inocentes, como o amor por outrem, e, muitas vezes, retratadas como fracas perante o protagonista masculino, que faria de tudo para alcançar objetivos de grandeza. De acordo com YEO (2022, p. 139), essa forma branda de representar o conflito, conectando o mesmo a uma noção de pureza e pacifismo, em oposição à força bruta refletida pela imagem do soldado homem, permite que a efígie do militarismo seja transmitida sem que seja necessário mencionar uma forte bagagem histórica.

Fortes exemplos dessa forma de representação são as personagens Mitsuri Kanroji, da obra “*Demon Slayer*” (de Koyoharu Gotōge, adaptado para anime em 2019), que se torna uma forte caçadora com o intuito de conseguir, um dia, se casar com um homem que a aceite apesar de suas características consideradas “pouco femininas” para a época (força física, por exemplo), e Hinata Hyuga, da obra “*Naruto*” (de Masashi Kishimoto, 2002), que apesar de descendente de um dos clãs mais poderosos, constantemente se diminui e é apresentada como uma pessoa fraca por sentir muito - suas primeiras aparições, por exemplo, a retratam somente como uma moça apaixonada pelo protagonista.

⁵ Tramas de ação e aventura, geralmente com protagonistas masculinos.



Mitsuri Kanroji, a *Hashira* do Amor (*Demon Slayer*, 2019). Reprodução: O Vício.



Hinata Hyuga (*Naruto*, 2002). Reprodução: Pinterest

Hoje, um dos maiores nomes quando se pensa em cultura japonesa, ou, especificamente, em kawaii, é o da primeira personagem criada pela empresa Sanrio, já com o objetivo de lucro a partir dessa estética: a Hello Kitty; e, futuramente, os demais personagens criados para representar sua família e amigos - Cinnamoroll, Kuromi, Gudetama, Aggressive Retsuko, entre muitos outros. Após 50 anos, a franquia rendeu cerca de R\$460 bilhões, divididos entre artigos e papelaria, parques e cafeterias temáticas, e até mesmo eletrodomésticos.



Panela “Uncanny Brands x Sanrio”.
Reprodução: Amazon.



Grupo do gênero *kawaii metal*, Babymetal.
Reprodução: Instagram.

4. *Ashita no Joe*: o entretenimento como representação da realidade

No fim da década de 60, o mangá *Ashita no Joe* (no Brasil, “*Ashita no Joe: Em Busca do Amanhã*”) surge como uma representação do jovem periférico japonês e marca toda uma geração. A obra, de Ikki Kajiwara e Tetsuya Chiba,

retrata um jovem agressivo que se torna pupilo de Danpei Tange, um boxeador aposentado, com o único objetivo de se vingar de um rival, mas acaba se apaixonando pelo esporte.

O nome da obra faz referência, além do nome do protagonista, às cartas que o treinador envia para o jovem quando este é preso, que sempre eram iniciadas com os dizeres “Para o amanhã”. A partir delas, Joe foi capaz de encontrar sua motivação para cumprir a pena recebida e reconstruir sua vida.

A história conta com uma metalinguagem muito forte que nos permite interpretar o protagonista, Joe Yabuki, como uma representação do povo japonês após a Guerra: alguém que perdeu tudo e agora conta apenas com o apoio daqueles à sua volta para se reconstruir. Isso porque, com os esforços do governo para se reerguer, o Japão foi capaz de, já na década de 60, se tornar a segunda maior economia mundial, sua população, no entanto, sofria para acompanhar o crescimento da nação. Além disso, a insatisfação com os rumos que tomava a política externa Japão-Estados Unidos incentivou um período de conflitos entre a população civil e as organizações de segurança e política nacionais.



Joe Yabuki, protagonista da obra Ashita no Joe. Reprodução: Jacobina, 2021.

Nesse cenário, o arquétipo de “perdedor” atrelado à imagem de Joe Yabuki se torna algo em que o público pode se apoiar para pensar em tempos melhores.

Geralmente, os personagens protagonistas de obras de mangá e anime contam com uma certa “blindagem” durante as tramas, sendo pessoas que raramente erram, perdem ou apresentam qualquer tipo de traço negativo: são

heróis virtuosos, sem falhas aparentes. No caso de Joe, vemos um ser humano como outro qualquer, por conta do meio onde foi socializado, o protagonista se tornou uma pessoa violenta e egoísta. A existência de um personagem que, apesar de falho, não é maligno, possibilita a identificação com um público que, até o momento, era vilanizado pela própria nação.

Ao mesmo tempo, podemos interpretar a *persona* de Yabuki como uma representação não da classe trabalhadora, mas sim de seu país, que se viu arrasado após a Guerra e, apesar de tudo, conseguiu se tornar uma grande nação. Ou seja: ao mesmo tempo em que o protagonista pode ser visto como uma vítima do “capitalismo selvagem”, pode ser, também, uma representação do país que, ao ser derrotado junto de seus aliados nazi-fascistas, se vê sem rumo e obrigado a mudar.

Na cultura contemporânea, as mídias se tornaram centrais para a constituição da identidade social. Não se trata apenas de as mensagens transmitidas pela mídia terem se tornado importantes formas de influência sobre os indivíduos. Também nos identificamos e nos constituímos como seres sociais por meio da mediação das imagens. (Angus *apud* hooks, 2019)

As representações midiáticas não devem mais ser consideradas coincidência. Como citado por bell hooks (2019), estas são, hoje, centrais à nossa formação; vemos pessoas se esforçando para se encaixar em padrões específicos para que possam, assim, se sentir pertencentes a algum grupo social. A mídia se torna um meio de reprodução de realidades, uma simulação facilmente confundível com o que, de fato, é a vida real (Martín-Barbero, p. 94). Assim, pode-se considerar que a figura de Joe do Amanhã se tornou uma espécie de “muleta” em que a juventude nipônica pode se apoiar para encontrar forças em sua luta por mudança.

A obra de Kajiwara, no entanto, não teve tanta força fora do território nacional. Enquanto o boxeador se tornou uma espécie de herói local, no Ocidente, os personagens que seguem o padrão anteriormente mencionado - virtuosos e bem educados - tiveram parte em construir a imagem que hoje temos do povo japonês, como pessoas resilientes e honradas.

Mesmo com os fortes esforços de negar ou disfarçar um passado sombrio, é importante ressaltar, também, as ações - mesmo que tardias - de conciliação promovidas pelo Estado japonês, sendo o reconhecimento das práticas de tráfico sexual promovidas durante a Segunda Grande Guerra um importante marco na reconstrução das relações com as nações vizinhas, e na manutenção da imagem internacional do país.

Pensando nisso, os investimentos direcionados à cultura popular nos mostram, além da já citada tentativa de “distorção”, uma forte dedicação em demonstrar arrependimento e um novo posicionamento perante as injustiças promovidas por conflitos armamentistas. Dois grandes exemplos são as obras de mangá e anime *Fullmetal Alchemist* (de Hiromu Arakawa, 2001-2010) e *Attack on Titan* (Hajime Isayama, 2009-2021) que, respectivamente, retratam os impactos da invasão norte-americana no Iraque e do próprio nazismo:



Guerra Civil de *Ishval*, baseada na invasão estadunidense ao Iraque (*Fullmetal Alchemist*, 2009). Reprodução: *Fullmetal Alchemist* Wiki



Campo de concentração no País de Marley, baseado na Alemanha nazista (*Attack on Titan*, 2013). Reprodução: *Attack on Titan* Wiki

Em ambas as obras, vemos críticas muito claras ao imperialismo e autoritarismo - no caso da criação de Arakawa, até mesmo temos um dos mais influentes vilões se intitulando *Führer* King Bradley. Na peça criada por Isayama, no entanto, a crítica acaba por se perder devido aos paralelos criados pelo autor: apesar do posicionamento do País de Marley (lar dos antagonistas) se assemelhar ao adotado pelos alemães, um dos generais do lado de Paradis (lado dos “benfeiteiros”) é inspirado numa controversa figura do que um dia foi o Exército do Japão Imperial, fator que é interpretado por muitos como uma tentativa do criador da série de posicionar o Japão como uma vítima. As representações adotadas, ainda que polêmicas, mantém um forte pensamento

pacifista e antifascista - com o próprio protagonista da obra sendo derrotado por seus companheiros ao embarcar em uma busca sangrenta por vingança.

O posicionamento do protagonista de *Attack on Titan* é, ainda, alvo de muita discussão entre os próprios fãs da obra - enquanto alguns entendem as decisões tomadas pelo mesmo como necessárias, ou até mesmo como uma tentativa do autor de minimizar as ações do Império Japonês, existem aqueles que interpretam o desfecho como símbolo de um forte parecer contra essas mesmas ações e uma tentativa de evitar que estas se repitam.

4.1. Pesquisa: Como enxergamos o Japão?

Pensando nesse processo de (re)construção de imagem, uma pesquisa foi realizada, por meio de um formulário *online*, contendo as seguintes perguntas:

1. Com que frequência você consome animes ou outro formato de cultura pop japonesa?
2. Você acredita que as obras de anime/mangá representam a cultura japonesa de forma fiel?
3. Você acredita que a mídia internacional representa o Japão de forma justa?
4. Com quais aspectos da cultura japonesa você tem, ou já teve, contato?
5. Quais destes estereótipos sobre o povo japonês você já ouviu?
6. Você acredita que a cultura pop ajudou a moldar a imagem internacional do Japão?
7. Se quiser, comente sobre sua resposta anterior.

Com as perguntas selecionadas, esperava-se compreender a visão do próprio público sobre os aspectos culturais consumidos e o impacto destes na formação de opinião sobre a cultura e povo japonês como um todo. A pesquisa obteve 116 respostas.

Dentre os participantes, 35,3% consomem a cultura japonesa em algum aspecto com frequência. Quando questionados sobre a maneira como os próprios japoneses se representam nas obras de cultura pop, 58,6% acreditam que esta é parcialmente fiel, exagerando em muitos aspectos; em relação à

representação veiculada pela mídia internacional, a maioria entende que é parcialmente justa, contendo algumas distorções.

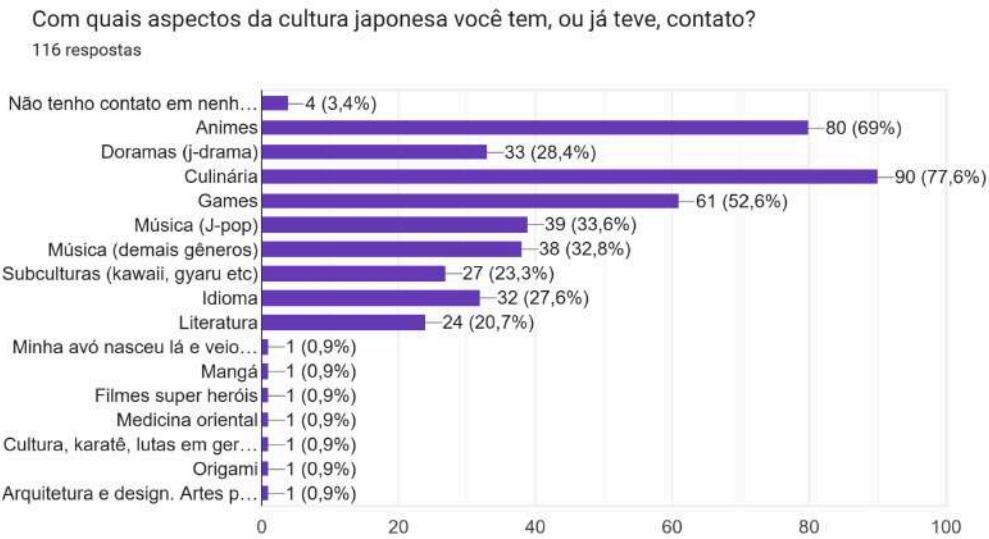


Gráfico 1: “Com quais aspectos da cultura japonesa você tem, ou já teve, contato?”

A maior parte dos consultados consome ao menos um aspecto da cultura pop japonesa, estando a culinária à frente, com 77,6%. Enquanto isso, o público voltado à literatura é menor, englobando somente 20,7%. Alguns dos entrevistados também adicionaram as próprias opções, com a medicina oriental e as artes marciais sendo alguns exemplos.

Além dos hábitos de consumo, os participantes receberam uma listagem com alguns estereótipos relacionados à população nipônica:



Gráfico 2: “Quais destes estereótipos sobre o povo japonês você já ouviu?”

As respostas nos mostram que a ideia de que são pessoas mais diligentes e esforçadas prevalece; no entanto, estereótipos negativos, envolvendo um excesso de frieza também aparecem em grande quantidade. Quando perguntados sobre a influência da cultura pop na manutenção destes estereótipos, 40,5% entendem que a mesma reforça os mesmos, enquanto 13,8% enxergam uma tentativa de desconstrução destes - 45,7%, maioria das respostas, não têm opinião formada. Ao mesmo tempo, prevalece o número de pessoas que entende o impacto da cultura pop na formação da imagem internacional do Japão:

“Japão cometeu atrocidades e as mídias ajudaram a formar uma imagem amigável e pacífica do país”

“Em animes e doramas o Japão tenta passar uma imagem mais educada e formal, enaltecedo a si próprio, as mídias ocidentais fazem o perfeito oposto, tentando focar nos problemas e reduzir o país a isso”

“Acredito que assim como os Doramas e Kpop estão fazendo pela Coreia do Sul, a cultura pop japonesa, que conseguiu se espalhar pelo mundo, abriu portas para que o mundo conhecesse melhor o Japão.

No entanto, as obras que ganham notoriedade costumam ser aquelas que ‘agradam’ o ocidente. Por isso, a visão criada a partir deles pode não ser tão fidedigna. As próprias convicções do autor podem estar ‘veladas’ ou sucumbirem à ‘pressão internacional’.”

“ter vivido até metade do século XIX sem contato com a dominação ocidental ajudou a desenvolver uma cultura forte e um nacionalismo mais forte ainda, o que levou à posição deles na Segunda Guerra (tanto que temos o exemplo de Attack on Titan tentando reformar a imagem e as posições do Japão dessa época como algo aceitável). [...] Por fim, a popularização das grandes mídias e o desenvolvimento dos mangás e animes lançaram o Japão para o mundo de uma nova forma, o que facilitou muito ao Japão uma limpeza de sua imagem pós- Segunda Guerra, [...].”

Percebemos, a partir das respostas, que uma parcela considerável das pessoas que consomem a cultura japonesa entendem os esforços feitos para amenizar os efeitos da Guerra e seu impacto na reputação nacional, assim como os estereótipos formados a partir do choque cultural causado pela globalização. Ainda assim, seja disfarçando parcial ou totalmente as

características do período aqui analisado, ou se adaptando ao formato de narração preferido pelo público Ocidental, é nítido que a forma como a estratégia vem sendo aplicada tem gerado bons resultados, com o consumo e o turismo voltado à região crescendo gradativamente ao longo do tempo - só no primeiro semestre de 2024, por exemplo, o país recebeu cerca de 17 milhões de visitantes, quase o dobro do registrado no mesmo período em 2023 (Japan Tourism Agency, 2024).

5. Considerações finais

Aqui, vê-se a importância de reconhecer a inevitável intersecção entre a área da comunicação e as demais áreas do conhecimento, principalmente ao pensar a associação entre comunicação e política, partindo do pressuposto que, como exemplificado por VICENTE (*apud* GOMES, 2012, p. 3), estamos na época da “media-política”, onde os discursos e estratégias são moldados pensando nas possíveis formas de circulação nos meios de comunicação de massa. Reflete, ainda, que, na contemporaneidade, a política não tem alternativa se não se adaptar às aspirações da mídia - mesmo que isso acabe por enfraquecer sua essência, visto que, ao mesmo tempo em que esta torna a informação imediatamente acessível, acaba por simplificar e espetacularizar seus fundamentos. É o que Meyer (2002) descreve como a “colonização da política”, quando esta passa a seguir as demandas e especificidades dos meios de comunicação, que agora influenciariam o processo político.

Nesse sentido, MARTINO (*apud* Street, 2011), nos traz que, ao mesmo tempo em que a política se torna um instrumento midiático, o entretenimento se torna um instrumento político. Ao contrário do teorizado por pensadores mais tradicionais, a indústria do entretenimento vai além de uma simples forma de alienação e se transforma em uma maneira de criar vínculos com um público cada vez mais amplo, abatendo a ideia de que política é algo distante do dia-a-dia do cidadão comum. Um forte exemplo disso seria a música popular brasileira e sua importância no processo de resistência do povo durante a ditadura militar instaurada em 1964, ali, a música e a performance deixavam se ser simples objetos de consumo mas, também, fontes de conhecimento e

incentivo à movimentação social. O entretenimento, então, se apresenta como matriz para diferentes formas de mobilização e engajamento cívico.

6. Referências

ADORNO, Theodor W. Indústria Cultural. 1 ed. São Paulo: Editora UNESP, 2020.

ALEXANDRE, Marcos. O papel da mídia na difusão das representações sociais. *Comum*, v. 6, n. 17, p. 111-125, 2001. Disponível em: <<https://dialeticas.com/wp-content/uploads/2020/09/opapel-1.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2024.

AMAZON. Panela “Uncanny Brands x Sanrio”. 2023. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Uncanny-Brands-Hello-Kitty-Cooker/dp/B09ZQ1ZH6V>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

ANIMATION CRITICAL PERSPECTIVES. “Momotaro’s Divine Sea Warriors”, 1945. 2017. Disponível em: <<https://animationcriticalperspectives.wordpress.com/2017/10/29/week-8-japanimation-i-the-emergence-of-anime/>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

ATTACK ON TITAN WIKI - FANDOM. Campo de concentração no País de Marley, baseado na Alemanha nazista (Attack on Titan, 2013). Disponível em: <https://attackontitan.fandom.com/pt-br/wiki/Reiner_Braun_%28Anime%29>. Acesso em: 13 nov. 2024.

AZEVEDO, F.; LATTMAN-WELTMAN, F. Comunicação política e opinião pública. In: HOLANDA, C.; VEIGA, L.; AMARAL, O. (orgs.). A Constituição de 88 - trinta anos depois. Curitiba: Ed. UFPR, 2018. Disponível em: <https://www.cristinabuarque.net/files/Constituicaode1988_30AnosDepois.pdf#page=138>. Acesso em:

BRANCO, Caroline Tuler Castelo. **Culturas juvenis; organizações políticas ou hedonistas:** uma discussão sobre contracultura, subcultura, mídia e consumo. *Comunicação - Reflexões, Experiências, Ensino*, Curitiba, v. 11, n.11, p. 66-76, 1º sem. 2016. Disponível em:

<https://web.archive.org/web/20180426151459id_/http://ojs.up.com.br/index.php/comunicacao/article/viewFile/536/205>. Acesso em: 8 nov. 2024.

BRITO, Quise Gonçalves. **Animê como recurso de soft power:** comunicação e cultura na situação de globalização. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Linguagens, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Cuiabá, 2013, 187 p. Disponível em: <https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFMT_c7628a699335e01c5935d817631837a9>. Acesso em:

BRUGGEMANN, Diogo. **O Japão do Soft Power:** o potencial dos filmes do Studio Ghibli no contexto do Cool Japan. 2017. 75 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal de Santa Catarina, Departamento de Economia e Relações Internacionais, Santa Catarina, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/174585>>. Acesso em: 20 set. 2024.

CADENGUE, M. M. **SOFT POWER AMERICANO: O ENTRETENIMENTO COMO FERRAMENTA DE PODER.** Revista Data Venia, [S. I.], v. 16, n. 1, p. 26–48, 2024. Disponível em: <<https://revistas.belasartes.br/datavenia/article/view/436>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

CARVALHO, Bruno Alexandre. **Cultura e imagem como instrumentos de poder:** analisando Cool Japan e Hallyu. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. doi:10.11606/D.8.2021.tde-23052022-183201. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8157/tde-23052022-183201/pt-br.php>>. Acesso em: 7 nov. 2024.

COIMBRA, Lucas. O herói da classe trabalhadora que impactou o Japão. Jacobina, 15 jul. 2021. Disponível em: <<https://jacobin.com.br/2021/07/o-heroi-da-classe-trabalhadora-que-impactou-o-japao/>>. Acesso em: 03 nov. 2024.

COSTA, Lucas Magalhães de Guimarães. **Animes e Softpower do Japão:** Uma análise dos animes mais bem sucedidos entre 1990-2020. 2021. 28 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/34115>>. Acesso em: 3 nov. 2024.

DE OLIVEIRA, Dennis. Comunicação política, poder e controle social. VII SIMPÓSIO BRASILEIRO DE PSICOLOGIA POLÍTICA, p. 83-97. Disponível em:

<<https://app.eventize.com.br/upload/000001/files/ANALIS%20FINALIZADO.pdf>>.

Acesso em:

FERNANDEZ, Luciana Moretti. Hiperterrorismo e mídia na comunicação política. Dissertação (Mestrado em Relações Públicas, Propaganda e Turismo) - Escola de Comunicações e Artes, University of São Paulo, São Paulo, 2005. doi:10.11606/D.27.2005.tde-08102007-211215. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-08102007-211215/en.php>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

FRANÇA, Gustavo de Lima. A animação japonesa e a sua marca de distinção no Ocidente. Diálogo com a Economia Criativa: Dossiê SEANIMA#3, v. 8 n. 24, 2023. DOI: <https://doi.org/10.22398/2525-2828.82410-24>. Disponível em: <<https://dialogo.espm.br/revistadcec-rj/article/view/467>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

FULLMETAL ALCHEMIST WIKI - FANDOM. Guerra Civil de Ishval, baseada na invasão estadunidense ao Iraque (Fullmetal Alchemist, 2009). Disponível em: <https://fma.fandom.com/wiki/Ishval_Civil_War>. Acesso em: 13 nov. 2024.

GSHOW. “Mighty Morphin Power Rangers” (1993). 2023. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/cultura-pop/filmes/noticia/power-rangers-completa-30-anos-e-ganha-especial-veja-como-esta-o-elenco-hoje-em-dia.ghtml>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

HERNANDEZ, Beatriz Arruda. **American Way of life:** a atuação norte-americana no pós Segunda Guerra Mundial. Trabalho de Conclusão de Curso, Faculdade de Relações Internacionais, Pontifícia Universidade Católica, Campinas, 2022. Disponível em:

<<https://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/handle/123456789/17067>>. Acesso em: 4 nov. 2024.

HOOKS, bell. **Anseios**: raça, gênero e políticas culturais. São Paulo: Editora Elefante, 1 ed., 2019.

IMDb. “Godzilla, O Monstro do Mar” (1954). Disponível em: <<https://m.imdb.com/title/tt0047034/mediaviewer/rm725742592>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

IMDb. Pesquisa avançada de títulos - classificação por Popularidade. Disponível em: <<https://www.imdb.com/search/title/?keywords=anime>>. Acesso em: 11 nov. 2024.

INSTAGRAM. Grupo do gênero kawaii metal, Babymetal. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/babymetal_official/p/C0K95sfKnRf/>. Acesso em: 12 nov. 2024.

ISSHIKI, Jaqueline Naomy. MIYAZAKI, Silvio Yoshiro Mizuguchi. **Soft power como estratégia de marketing**: a manifestação da cultura pop japonesa no Brasil. Estudos Japoneses, [S. l.], n. 36, p. 59–70, 2016. DOI: 10.11606/issn.2447-7125.v0i36p59-70. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/ej/article/view/127690>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

JACOBIN. Joe Yabuki, protagonista da obra Ashita no Joe. 2021. Disponível em: <<https://jacobin.com.br/2021/07/o-heroi-da-classe-trabalhadora-que-impactou-o-japao/>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

KODA, Naoko. Os longos anos sessenta no Japão. Jacobina, 28 mai. 2021. Disponível em: <<https://jacobin.com.br/2021/05/os-longos-anos-sessenta-no-japao/>>. Acesso em: 03 nov. 2024.

LAVINAS, Roberta Fontes. O kawaii subversivo de Yoshitomo Nara. Trabalho de Conclusão de Curso, 2019, 51 p. Universidade Fedederal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, 2019. Disponível em:

<<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/11023/1/RFLavinhas.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

LEWIS, Brian. **'Cool Japan' and the Commodification of Cute:** Selling Japanese National Identity and International Image. Disponível em: <www.academia.edu/10476256/Cool_Japan_and_the_Commodification_of_Cute_Selling_Japanese_National_Identity_and_International_Image_by_Brian_Lewis%29>. Acesso em: 2 nov. 2024.

LI, Eric. The Rise and Fall of Soft Power. Foreign Policy, 20 ago. 2018. Disponível em: <<https://foreignpolicy.com/2018/08/20/the-rise-and-fall-of-soft-power/>>. Acesso em: 28 out. 2024.

LIEBER-MILO, Shiri. **From a Word to a Commercial Power:** A Brief Introduction to the Kawaii Aesthetic in Contemporary Japan. Disponível em: <https://www.academia.edu/8438884/From_a_Word_to_a_Commercial_Power_A_Brief_Introduction_to_the_Kawaii_Aesthetic_in_Contemporary_Japan?nav_from=1767e6e7-f005-4d5d-a377-1ab0e93e74c0>. Acesso em:

LIEBER-MILO, Shiri. **Pink Purchasing:** Interrogating the Soft Power of Japan's Kawaii Consumption. Journal of Consumer Culture, vol. 22 nº. 3, ago. 2022, p. 747–761. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14695405211013849>>. Acesso em:

MARCELLO NETO, Mario. **Entre a bomba atômica e os crimes de guerra:** o negacionismo e a historiografia japonesa em perspectiva. Revista Brasileira de História, v. 41, n. 87, p. 37–60, ago. 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/skZ8SzryZTCTvBg66VnSCws/?lang=pt#ModalHocite>>. Acesso em: 5 out. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 7 ed, 2009.

MARTINO, Luís de Mauro Sá. Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, nº 6.,

julho - dezembro de 2011, pp. 137-150. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/9XqhrpzrGMxmPycbGskQRNb/>>. Acesso em: 13 nov. 2024.

MATOS, Heloiza Helena Gomes de. Comunicação Política e Comunicação Pública. Organicom, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 58–73, 2006. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2006.138911. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138911>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

MESQUITA, Murilo; MATOS, João; MEDEIROS, Vitor Rodrigues de. **O Soft Power da Política Externa Japonesa**: o caso Nintendo no modelo Cool Japan (2004-2011). Mural Internacional, [S. I.], v. 13, p. e65869, 2022. DOI: 10.12957/rmi.2022.65869. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/muralinternational/article/view/65869>>. Acesso em: 2 out. 2024.

MIYAMOTO, Yuki. **Gendered Bodies in Tokusatsu**: Monsters and Aliens as the Atomic Bomb Victims. Journal of Popular Culture, v. 49, n. 5, 2016. Disponível em: <https://www.academia.edu/28926483/Gendered_Bodies_in_Tokusatsu_Monsters_and_Aliens_as_the_Atomic_Bomb_Victims>. Acesso em: 7 nov. 2024.

MORAIS, Liliana. **Imagens do Japão do orientalismo ao cosmopolitismo**: uma revisão crítica do Nihonjinron. Estudos Japoneses, [S. I.], n. 42, p. 93–111, 2019. DOI: 10.11606/issn.2447-7125.v0i42p93-111. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/ej/article/view/172446>>. Acesso em: 6 out. 2024.

NEWSMONKEY. Hayao Miyazaki recebendo seu segundo Oscar, em 2023. 2023. Disponível em: <<https://newsmonkey.be/studio-ghibli-laatste-film-hayao-miyazaki-zonder-trailer-promo/>>. Acesso em: 4 nov. 2024.

NORMOSE. **Como o JAPÃO esconde seu passado sombrio?** Paradoxo Kawaii e fofura política!. YouTube, 8 mai. 2024. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7qrEs5n9WIU&t=8s>>. Acesso em: 3 set. 2024.

NYE, Joseph S. **Soft Power**: The Means to Success in World Politics. 1 ed. Nova Iorque, EUA: Public Affairs, 2004.

O VÍCIO. Mitsuri Kanroji, a Hashira do Amor (Demon Slayer, 2019). 2021. Disponível em: <<https://ovicio.com.br/fa-de-demon-slayer-surpreende-com-cosplay-de-mitsuri-kanroji/>>. Acesso em: 11 nov. 2024.

OKANO, Michiko. **A Estética Kawaii**: origem e diálogo. In: Anais do Encontro Internacional de Pesquisadores em Arte Oriental. São Paulo, Universidade Federal de São Paulo, 2014, v. 1, pp.288-307. Disponível em: <https://www.academia.edu/12372448/A_ESTE_TICA_KAWAII_ORIGEM_E_DIALOGO>. Acesso em: 10 out.2024.

OKANO, Michiko. A imagem do Japão contemporâneo. In: GREINER e SOUZA (Orgs.), *Imagens do Japão–Experiências e invenções*. São Paulo: Annablume, Fundação Japão, p. 127-147, 2012. Disponível em: <https://www.academia.edu/3840267/A_imagem_do_Jap%C3%A3o_contempor%C3%A2neo>. Acesso em: 11 out. 2024.

OURIVEIS, Maíra. **Soft Power e indústria cultural**: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo. Revista Acadêmica de Relações Internacionais, v. 2, n. 4, p. 168-196, 2013. Disponível em: <[https://rari.ufsc.br/files/2013/10/RARI-Nº04-Vol.-II-Artigo-7.pdf](https://rari.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N%C2%B004-Vol.-II-Artigo-7.pdf)>. Acesso em: 30 out. 2024.

PINTEREST. Hinata Hyūga (Naruto, 2002). Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/300404237649799134/>>. Acesso em: 11 nov. 2024.

PIVA, Gabriela. **Como o Japão se tornou o destino queridinho do momento?** Especialistas explicam. CNN Brasil - Viagem & Gastronomia, 07 ago. 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/viagem/como-o-japao-se-tornou-o-destino-queridinho-do-momento-especialistas-explicam/>>. Acesso em: 13 nov. 2024.

PRADO, Carol. **Brasil é 3º mercado de animes fora do Japão e da China;** por que eles são mais populares do que nunca?. G1 Pop & Arte, Tóquio, 07 mai. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2024/05/07/brasil-e-3o-mercado-de-animes-fora-do-japao-e-da-china-por-que-eles-sao-mais-populares-do-que-nunca.ghtml>>. Acesso em: 22 set. 2024.

Qual é a origem do Anime na cultura japonesa?. Diamond Films, Disponível em: <<https://diamondfilms.com.br/noticia/1285-qual-%EF%BF%BD-a-origem-do-anime-na-cultura-japonesaa>>. Acesso em: 22 set. 2024.

RIBEIRO, Dilton. **Sexualidade e feminilidade:** o paradoxo do movimento estético-cultural kawaii. Cadernos Pagu, Campinas, SP, n. 62, p. e216213, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8667015>>. Acesso em: 5 set. 2024.

RIBEIRO, Pedro Henrique. A Viagem de Chihiro mudou a maneira como olhamos para filmes animados japoneses. Omelete, 20 jul. 2021. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/anime-manga/viagem-de-chihiro-20-anos>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

RODRIGUES, Juliana Sousa. **Japão:** Aos olhos dos Estados Unidos da América durante e pós segunda guerra. Trabalho de Conclusão de Curso, Instituto de Humanidades (IH), Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira. Redenção-CE, 2016, 70 p. Disponível em: <<https://repositorio.unilab.edu.br/jspui/handle/123456789/2839>>. Acesso em: 3 nov. 2024.

SANTANA ROSSI, Aline Cristina. A Função Social da Arte. Revista GESTO-Debate, v. 9, nº. 1, jun. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufms.br/index.php/gestodebate/article/view/17075>>. Acesso em: 28 out. 2024.

SARKAR, Puja. **Historical allusions in Attack on Titan: A fascist subtext.** The Daily Star, 14 jan. 2023. Disponível em:

<<https://www.thedailystar.net/shout/news/historical-allusions-attack-titan-fascist-subtext-3220951>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

SAYURI, Juliana. Por que o famoso 'soft power' do Japão está à prova na Olimpíada. UOL, 5 jun. 2021. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2021/06/05/por-que-o-famoso-soft-power-do-japao-esta-a-prova-na-olimpiada.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 29 out. 2024.

THE JAPAN NEWS BY THE YOMIURI SHIMBUN. Pôster da prefeitura de Akita, Japão: “Cuidado com os ursos”. 2024. Disponível em: <https://japannews.yomiuri.co.jp/attachment/196534>. Acesso em: 12 nov. 2024.

UNIVERSO DISNEY. “Pato Donald na Nazilândia”, 1943. 2010. Disponível em: <<http://ludy-quadrinhosdisney.blogspot.com/2010/11/o-unico-oscar-do-pato-donald.html>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

VICENTE, Francisco Carvalho. **Política Mediatizada: A Televisão e a Configuração do Dispositivo de Comunicação Política.** Observatório Político, abr. 2012. Disponível em: <<http://www.observatoriopolitico.pt/wp-content/uploads/2012/04/wp-9.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

WATANABE, Paulo Daniel. A reinserção internacional do Japão no pós-segunda guerra mundial. 3º Encontro Nacional ABRI 2011, 2011. Disponível em: <<http://www.proceedings.scielo.br/pdf/enabri/n3v3/a33.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2024.

YANO, Christine R. **Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines.** The Journal of Asian Studies, vol. 68, nº. 3, ago. 2009, p. 681-688. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/20619791>> Acesso em: 10 set. 2024.

YANG, Benny Chen-heng. **Why Godzilla? The Factors for Global Fame of Tokusatsu Giant Monsters.** International Journal of Liberal Arts and Social Science, vol. 5, nº. 5, jul. 2017. Disponível:

<https://www.researchgate.net/profile/Chen-Heng-Yang/publication/318146605_Why_Godzilla_The_Factors_for_Global_Fame_of_Tokusatsu_Giant_Monsters/links/59735fa6aca2728d02486f4a/Why-Godzilla-The-Factors-for-Global-Fame-of-Tokusatsu-Giant-Monsters.pdf>. Acesso em: 8 nov. 2024.

YEO, Yezi. WEISS, Amanda. **Kawaii kokutai**: The Militarized Shōjo Body in Contemporary Anime. Mechademia, University of Minnesota Press, vol. 15, nº 1, 2022, p.122-143. Disponível em: <<https://muse.jhu.edu/pub/23/article/873025/summary>>. Acesso em: 20 set. 2024.