4
O que é a cultura pop

> *Culture, n. the way of life, especially the general customs and beliefs, of a particular group of people at a particular time*
>
> *Popular, adj. a) liked, enjoyed or supported by many people; b) for or involving ordinary people rather than specialists or very educated people*
>
> (*Cambridge Advanced Learner's Dictionary*)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

Já que o uso da cultura pop japonesa na sua diplomacia pública é o tema principal deste trabalho, este capítulo explora as características da cultura pop e mostra um breve olhar nos estudos sobre este tema.[16] Acredita-se que, ao analisar os conceitos gerais e a história da cultura pop em geral e no Japão, entende-se melhor o por quê a diplomacia pública japonesa integrou a cultura pop em sua política.

Em primeiro lugar, este capítulo apresenta algumas definições e conceitos, argumentando através de alguns dos principais autores na área dos estudos de cultura popular. A segunda parte oferece uma breve história da cultura popular. Na última seção é fornecida uma visão geral e analítica sobre a cultura pop japonesa: a sua origem, sua atração e quais as características da cultura pop japonesa que são consideradas parte da diplomacia pública do país.

4.1
As definições e os conceitos de cultura pop

A cultura popular (*popular culture*) ou a cultura pop (*pop culture*) é a cultura vernácula – isto é, do povo – que existe numa sociedade moderna. Num

[16] Os termos "cultura popular" e "cultura pop" serão usados indistintamente neste capítulo.

sentido puramente literal, a cultura popular é um produto cultural destinado ao um público de massas. No entanto, a definição de cultura popular depende muito de quem está definindo, por exemplo: Anthony Giddens (2006) define a cultura pop como um entretenimento criado para grandes audiências, como os filmes populares, os shows, as músicas, os vídeos e os programas de TV e, como o autor observa, muitas vezes é comparada a alta cultura – algo que sugere que as classes sociais diferentes desenvolvam diferentes identidades baseadas em suas experiências culturais diferentes.

Em geral, os teóricos usam o termo "cultura popular" mais precisamente para designar uma forma particular de uma cultura comum que surge apenas no período moderno. A cultura popular neste sentido é distinta tanto do folclore (*folclore)* quanto da alta cultura. É diferente da alta cultura porque a cultura popular é consumida em massa. É separada do folclore porque a cultura popular é produzida em massa (Olick, 2001).

Na próxima seção, três abordagens selecionadas de definição da cultura popular serão apresentadas. A primeira abordagem se propõe a diferenciar a alta cultura da cultura popular. A segunda abordagem pretende contrastar a cultura popular com a alta cultura e o folclore. A terceira abordagem mostra a cultura popular como algo que se opõe à cultura de massa, em outras palavras, como uma forma potencial de resistência cultural.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

4.1.1
Cultura popular e alta cultura

Uma maneira de definir a cultura popular é diferenciando-a da alta cultura. As obras famosas como *Culture and Anarchy* de Matthew Arnold (1869) e *Mass Civilisation and Minority Culture* (1930) de F.R. Leavis insistem que, como uma hierarquia de valorização da cultura está rapidamente sendo corroída, as elites estariam ameaçadas pela suposta cultura democrática comercial — a cultura popular.

Como resultado, de acordo com Leavis, a cultura ficou dividida em dois campos opostos: a cultura das minorias e da civilização de massa. O autor argumenta que a cultura das minorias mais educada, ou seja, a alta cultura da literatura clássica, arte e filosofia, está em perigo de desaparecer e está sendo

substituída pela influência da imprensa de massa e a cultura comercial, ou seja, a cultura popular do público em geral. O trabalho de Leavis é uma resposta à industrialização, bem como às alterações dinâmicas de classe no início do século XX. No contexto de um ambiente de rápida mudança social e cultural, Leavis defende a necessidade de uma minoria mais culta em manter o seu gosto e julgamento cultural contra a ameaça de formas comercialmente comprometidas da cultura de massa (Lynch, 2005, p.7).

No entanto, há alguns motivos para contestar esta divisão simples entre a alta cultura e a cultura popular, particularmente quando essa divisão também é feita entre as culturas altas e burguesas e a classe trabalhadora. O que se considera como literatura clássica e artes pode mudar significativamente em questão de décadas. A idéia da alta cultura pode ser vista como a criação de certos autores que trabalham em determinados contextos históricos, ao invés de algo que é uma categoria universal e atemporal da cultura. (Ibid.; Storey, 2006)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

4.1.2
Cultura popular / folclore / alta cultura

Outra maneira de definir a cultura popular é contrastá-la com as duas outras formas culturais, ou seja, alta cultura e folclore. Esta é a abordagem adotada por Bruce Forbes e Jeffrey Mahan (2000). Eles distinguem essas categorias culturais da seguinte forma:

> *To employ suggestive examples from the realm of food: high culture is a gourmet meal, folklore is grandma's casserole, and popular culture is a McDonald's hamburger. All three are forms of "culture," which is intended here as a neutral term that includes the whole range of human products and thoughts that surround our lives, providing the context in which we live … The distinctions between the three classifications of culture (high, folk, and popular) have to do especially with the size of their audiences, and perhaps also the mean by which they are transmitted. High culture often transmitted in a written form (a literary magazine, the score of an opera, a gourmet cookbook, has a limited audience by its very intention, and is addressed to persons who are perceived to have superior backgrounds or more sophisticated taste. Folk culture, often transmitted orally (family recipes, local legends, regional marriage customs), also has a limited audience, because oral communication is roughly limited to the more immediate family, community, or other local or regional group. Popular culture might be communicated in many ways, but it most often becomes widespread, and thus poplar, though mass media … As its very name implies, popular culture is marked by its larger audience* (Forbes & Mahan, 2000, p.2-3).

Esta distinção entre a alta cultura, o folclore e a cultura popular de Forbes e Mahan pode ser apresentada de uma forma puramente descritiva em que estas três categorias distintas apenas parecem diferentes, mas são formas de cultura iguais.

Para outros autores, o contraste entre o folclore e a cultura popular serve como uma ferramenta fundamental para a identificação de problemas fundamentais da cultura popular. Neste sentido mais crítico, o surgimento das sociedades industrializadas centradas em torno da produção em massa e do consumo gerou uma cultura popular comercializada que deslocou a cultura popular tradicional mais autêntica. Dwight McDonald (1957, p.60) articula bem essa crítica quando comenta:

> *It is also true that Mass Culture is to some extent a continuation of the old Folk Art which until the Industrial Revolution was the culture of the common People, but here, too, the differences are more striking than the similarities. Folk Art grew from below. It was a spontaneous, autochthonous expression of the people, shape by themselves, pretty much without the benefit of High Culture, to suit their own needs. Mass Culture is imposed from above. It is fabricated by technicians hired by businessmen; its audiences are passive consumers, their participation limited to the choice between buying and not buying* (citado por Lynch, 2005).

A relação entre a alta cultura, o folclore e a cultura popular, portanto, é caracterizada de duas formas diferentes. Forbes e Mahan estabelecem um relacionamento em que todas as três categorias permanecem culturalmente significativas na sociedade contemporânea, e no qual cada uma é apresentada como forma igualmente válida de cultura. Já um autor como McDonald sugere que a cultura popular é algo que está agora em grande parte sendo ameaçado ou até substituído pelas formas comercializadas da cultura popular.

Além disso, significa que o conceito de cultura popular de McDonald tem o efeito de enfraquecer a comunidade e assegurar a observância social e política. A cultura é fornecida *para* o povo ao invés de ser a cultura autêntica *do* povo (Ricco, 1993).

No entanto, embora estas distinções entre a alta cultura, o folclore e a cultura popular sejam informativas e forneçam outra perspectiva à compreensão de cultura popular, existe pelo menos um problema significativo. Não está claro se

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

é útil diferenciar o folclore e a cultura popular na sociedade contemporânea. Uma cultura pode ser considerada parte da cultura popular para um grupo de pessoas, mas pode ser vista como alta cultura para outros (Lynce, 2005; Ricco, 1993). O problema de ver uma cultura como uma categoria distinta de outra também ocorre com a alta cultura. Às vezes, as obras de literaturas atravessam as fronteiras entre a alta cultura e a cultura popular, como por exemplo, as obras de William Shakespeare e Charles Dickens.

4.1.3
Cultura popular e cultura de massa

A terceira maneira em que a cultura popular pode ser definida é a sugestão de que esta tem uma função social muito mais positiva do que aquelas que lhe foram atribuídas pelos autores mencionados acima. Esta abordagem percebe a cultura popular como uma forma potencial ou real de resistência cultural à cultura dominante numa determinada sociedade. Um dos principais autores nessa abordagem é Stuart Hall. Hall afirma que a cultura "popular" pode ser entendida melhor não como aquilo que é simplesmente "popular" como as massas ou como uma lista específica de entretenimento e práticas populares, mas como a força de oposição dialética ao domínio ou cultura de elite dentro de uma dada sociedade (Hall, 2005; Flores, 2005). A cultura popular, nesse sentido, é o que foi excluído da cultura dominante da elite numa dada sociedade.

A compreensão de cultura popular de Hall reflete a noção de subcultura. Subcultura pode ser descrita como uma tentativa por aqueles fora do grupo dominante numa dada sociedade de obter os itens existentes, as imagens ou práticas daquela cultura e dar-lhes um novo significado que resiste a idéias e valores dominantes (Hebdige, 2005).

Um entendimento semelhante de cultura popular também foi proposto por John Fiske. Fiske (1989) contrasta os termos cultura popular e cultura de massa. O autor argumenta que a cultura de massa é o sistema de cultura de entretenimento produzido e os produtos comercializados são oferecidos à população em massa. A cultura popular, ao contrário, é o que as pessoas realmente fazem com esses entretenimentos e commodities em sua vida real, o que pode ter pouco a ver com os significados e usos que os produtores comerciais que lhes atribuíram.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

O trabalho de Fiske é fortemente influenciado pela obra de Michel de Certeau, um teórico social francês. De Certeau (1984) sugere que:

> *[P]opular culture is made by the people at the interface between the products of the culture industries and everyday life. Popular culture is made by the people not imposed upon them; it stems from within, from below, not from above. Popular culture is the art of making do with what the system provides* (citado por Fiske, 1989, p.25).

Em outras palavras, a maioria das pessoas tem pouco controle sobre os produtos de cultura e de entretenimento que formam suas vidas, mas ainda têm alguma liberdade para escolher como agir com os produtos culturais.

Os trabalhos de Hall e Fiske, portanto, oferecem uma compreensão diferente de cultura popular. Em seus trabalhos, cultura popular torna-se um conjunto de práticas culturais em que as pessoas podem tentar resistir às idéias culturais dominantes que são opressivas ou que estão fora de contato com suas experiências e aspirações (Storey, 2006).

A noção de idéias culturais dominantes de resistência pode também se relacionar com as concepções neomarxistas da cultura popular. Para os neomarxistas, a cultura popular em grande parte define as sociedades modernas – é a forma cultural dominante que desempenha um papel importante em duas áreas: em primeiro lugar, a cultura de massas é composta por todos os elementos da atividade humana e estilo de vida, incluindo o conhecimento, as crenças, arte e costumes que são comuns a um grande grupo (Meyersohn, 1977).

Em segundo lugar, é o meio através do qual uma classe dominante que exerce o que Antonio Gramsci (Hoare & Smith, 1971) chama de "Hegemonia Cultural" – o conceito que explica como a sociedade livre e culturalmente diversa é realmente dominada por uma de suas classes. O direito à liderança política nas sociedades democráticas modernas depende do consentimento da população. Ao contrário do passado, quando uma classe dominante poderia estabelecer sua liderança através da força, a repressão ou o terror, nas sociedades modernas, a liderança tem de ser conquistada. Ao invés de uma classe dominante simplesmente impor sua cultura na sociedade, o processo é mais complexo. Esta classe, por exemplo, deve propagar seus valores em toda a sociedade (através da mídia e do sistema de ensino). Uma vez que as pessoas possam ser convencidas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

de certos valores, isso influenciará a forma como eles se comportam (Lears, 1985).

Além das três abordagens apresentadas neste trabalho, existem muitas outras maneiras de definir a cultura popular. Por exemplo, a abordagem pós-modernista da cultura popular na qual, no seu sentido mais simples, afirma que já não reconhecem a distinção entre a alta cultura e a popular cultura. Isso, muitas vezes, pode ser visto na arte pop, que misturou e eventualmente demoliu as distinções entre alta e baixa, exaltada e comum, pura e prosaica (Storey, 2006).

A partir da discussão até agora, é evidente que não há consenso acadêmico sobre o que o termo de "cultura popular" quer dizer. A maneira em que um autor particular define "cultura popular" é claramente moldada pelo projeto acadêmico e cultural mais amplo em que cada um deles está desenvolvido.

Entretanto, vale enfatizar que o importante é que aquilo que se integra à cultura pop é necessariamente algo que tem ou teve grande identificação popular, seja por razões positivas ou negativas, e permaneceu na memória geral tornando-se referencia comum. Aquilo que não atraiu grande atenção popular cai nas brumas do esquecimento sem gerar referência relevante (Sato, 2007). Portanto, a cultura pop pode ser uma característica, uma pessoa ou um objeto que se torna tão óbvio ou banal que passa a fazer parte do conhecimento universal de um povo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

4.2
A ascensão da cultura pop

4.2.1
Na Europa

A ascensão da cultura popular pode ser datada desde o século XVIII e o século XIX, juntamente com a ascensão da industrialização. Ao longo destes séculos, as sociedades da Europa Ocidental sofreriam uma reorganização social intensa. Um grande número de ex-camponeses agora se concentrava em cidades para trabalhar nas indústrias de produção em massa recentemente desenvolvidas. A industrialização e a ascensão do capitalismo organizado reestruturaram praticamente todas as esferas da vida: a mistura de culturas locais anteriormente dispersas e a vida desumana de trabalho nas fábricas – tudo contribuiu para uma homogeneização da experiência. Produziu-se um senso de

destino comum (Olick, 1998). Ao mesmo tempo, a densidade social e a divisão muito maior do trabalho no capitalismo aumentaram a diferenciação social, dando origem particularmente à vibrante classe média. A exigência da administração complexa do capitalismo industrial e do Estado contribuiu para a alfabetização generalizada nestes novos grupos. Essas mudanças tiveram implicações profundas não somente na política, mas também na vida cultural.

A mudança decisiva na fonte de poder ocorreu em simultâneo com a concentração e diferenciação da sociedade. A noção do popular que diferencia o povo da elite implica não só um grande número de pessoas comuns, mas um grande número organizado como o povo. A Revolução Francesa marca o surgimento do povo como uma força política e cultural (Ibid.).

A Revolução Francesa contestou esta ordem antiga, deslocando o poder no Terceiro Estado,[17] que conceitua o povo como possuindo "interesses" que diferiam daqueles do Antigo Regime. Quando Luís XIV tinha declarado que era o Estado, o Terceiro Estado declarou que era a nação (Ibid.). Então, a política moderna nasceu desse modo, baseada na idéia de que a legitimidade decorre do povo, e os "cidadãos" exigiam o direito de participar em seu próprio governo.

Durante esse período, as indústrias da cultura surgiram para atender aos desejos estéticos das classes médias recentemente criadas, ao mesmo tempo em que esses grupos desenvolviam novas formas administrativas e governamentais para representar os seus interesses políticos.

Com a ascensão da sociedade industrial, a indústria produzia a cultura e os produtos de lazer em uma escala maciça exatamente como produzia os bens duráveis. Os criadores de alta cultura, portanto, se depararam com uma opção atraente de expandir os seus produtos para um público maior. Entretenimento e lazer surgiram como as novas categorias de experiência e de possibilidade, num primeiro momento restrito à classe média alta; mais tarde, acessível a praticamente todos.

Além disto, mesmo que muitos dos trabalhadores industriais do século XIX trabalhassem por longas horas, eles trabalhavam geralmente no horário fixo, não como o horário de trabalho agrário, e os trabalhadores industriais também tinham mais dinheiro em seus bolsos. Isto lhes permitiu desfrutar de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

entretenimento e envolver-se em *hobbies*, artesanato e recreação fora de sua vida profissional. A vida tornou-se mais do que a sobrevivência, a família e a religião. A concentração de pessoas nas zonas urbanas, atraídas por empregos nas fábricas, também deu origem às diferentes tipos de formas de arte popular, concentrando no público potencial (Guins & Zaragoza, 2005).

No entanto, as velhas elites ainda buscavam defender o seu estatuto através do desenvolvimento de distinção qualitativa que reivindica seu maior nível de cultura intelectual. Eles criaram as condições para conservar os valores mais elevados, fundando museus de arte e companhias de sinfonia para enriquecer os seus valores culturais. Esses arranjos levaram à separação ainda maior do status de sua associação com as artes já que a distinções qualitativas não vêm apenas das qualidades intrínsecas das obras, mas de diferentes grupos sociais que usam a cultura para distinguir-se socialmente (Ibid.).

No entanto, devido a este contexto histórico, a cultura pop ainda pode ser equiparada com a baixa cultura, a contrapartida à chamada alta cultura. Se a alta cultura compreendia a arte, literatura, música clássica feitas por e para as elites educadas do mundo, a cultura pop ou baixa cultura supostamente arrendou o interesse visceral e os anseios de pessoas que se presumem ser mal-educadas e indignas de "arte" real (Zeisler, 2008, p.1). Esta separação gerou e ainda gera uma série de debates nos estudos de cultura e da cultura popular.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

4.2.2
Nos Estados Unidos

Quanto à cultura popular do dia de hoje, é inevitável falar sobre a cultura pop americana. Hoje, os EUA são aparentemente definidos pela sua cultura popular, que se tornou um importante produto de exportação para o resto do mundo. Isto foi desenvolvido nos últimos dois séculos.

[17] Terceiro Estado se refere às pessoas que não faziam parte do clero (Primeiro Estado) nem da nobreza (Segundo Estado).

- **Período colonial**

Durante o Período colonial americano, as atitudes aristocráticas foram associadas com o domínio britânico e tiveram pouco a ver com a evolução vital – tal como a emergência de um estilo vernáculo de desenho mecânico agora admirado por sua economia, simplicidade e facilidade de reprodução. Após a Guerra da Independência dos Estados Unidos da América (1775–1783), o desdém europeu para com a cultura americana foi anulado por novos ideais republicanos de orgulho e uma rejeição dos modelos do Velho Mundo.

Porém, as linhas foram redesenhadas entre a elite culta que, desprezando o gosto popular e o mercantilismo, pediu aos americanos para emular seus superiores culturais na Europa, e as pessoas comuns que abraçaram o igualitarismo da fronteira de Andrew Jackson, um forte e agressivo populismo cultural (Bayles, 2001).

- **O século XIX**

Durante o século XIX, os novos gêneros da cultura popular surgiram a partir das novas formas de comunicação que apareceram no período. Estes incluem o jornal e a revista ilustrada, a novela, a fotografia e, mais importante para a cultura pop norte-americana nos séculos seguintes – o cinema. Apareceram também os estilos distintamente americanos de comédia, drama, música e dança dentro do entretenimento popular.[18] Porém, em seus dias, nenhum destes espetáculos era considerado arte elevada (Ibid.).

Em relação com o cinema norte-americano, depois a *Cinematographe* – uma combinação de câmera e projetor de cinema que pode exibir imagens em movimento em uma tela para uma audiência – de Louis Lumière foi patenteado na França em 1895. Os *Lumières* abriram os teatros (conhecido como cinemas) em 1896 para mostrar seu trabalho e enviou equipes de cinegrafistas ao redor do mundo. Nos Estados Unidos, a primeira *Cinématographe* aconteceu em Nova Iorque, em 29 de junho de 1896. Em novembro do mesmo ano, os *Lumières* estabeleceram sua própria agência em Nova Iorque, vendendo equipamentos e filmes. Também no mesmo ano, *Vitascope Hall*, considerado o primeiro teatro dos EUA dedicado à exibição de filmes, abriu uma sala em Nova Orleães (Karwatka,

[18] Por exemplo, os circos itinerantes e o menestrel de *blackface* – uma técnica com maquiagem teatral para dar a aparência de negros a atores brancos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

2007, p.1). Depois, a indústria cinematográfica norte-americana cresceu rapidamente. Desde então, os EUA estão na vanguarda do desenvolvimento de cinema.

- **O século XX**

De acordo com Michael Kammen (1999), professor de história da cultura americana, a história da cultura moderna dos EUA no século XX pode ser dividida em um período da emergência da cultura de "proto-massa" 1935-1965, e o crescimento da cultura de massa a partir de meados dos anos 60 até o presente.

Durante o primeiro período, com o advento da mídia eletrônica (o rádio, o cinema, a música gravada e a televisão), estas formas populares ganharam novos mercados e, no caso do jazz e do cinema, começaram uma subida rápida até atingir o nível da arte genuína (Kammen, 1999).

No segundo período, os grandes conglomerados, como a empresa Disney, procuraram controlar e lucrar com cada etapa da produção cultural e de distribuição; os intelectuais lamentaram o poder do cinema, televisão e música popular substituindo os livros e as artes tradicionais. Os avisos feitos pelos teóricos de "cultura de massa" do pós-guerra como Theodor Adorno e Max Horkheimer (1940 e 1950) sobre a propensão da elite em dominar a população por meio de uma "indústria de consciência", baseada na mídia de massa pareciam ser mais prováveis (Ibid.).

No entanto, em relação à separação entre a cultura popular e a alta cultura, um desenvolvimento importante, não previsto pelos teóricos de "cultura de massas" do pós-guerra foi a fragmentação da audiência de massa em vários mercados diferentes – alguns sobrepostos e outros bastante distintos. O processo foi iniciado pela indústria do entretenimento em si, quando começou a dividir a audiência em categorias tais como: raça, idade e sexo (Lynce, 2005).

Entretanto, ao mesmo tempo, enormes audiências continuaram a crescer em torno de fenômenos como filmes *blockbuster*, programas de televisão, grandes eventos esportivos, até as notícias – julgamentos de crimes, funerais de celebridades, catástrofes terroristas e escândalos políticos. Os perigos que se pensavam inerentes a tais surgimentos de "consciência coletiva" passaram a ser mitigados pela percepção de alguns analistas de que certos eventos de mídia podem servir para unir uma população cada vez mais diversificada (Olick, 1998).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

Interessantemente, foi durante a Guerra Fria que a cultura popular americana mostrou como a cultura pop de um país passa a influenciar outros povos. Neste período, a influência cultural tornou-se uma importante arma na luta pela hegemonia global, e os EUA, com o intuito de deter o avanço do comunismo sobre outros países, investiram enormes somas e esforços na exportação do chamado "*American Way of Life*" para aumentar seu raio de influência. Em conjunto com o avanço nos meios de comunicação de massa naquela época, os EUA passaram a transmitir os seus valores (Ibid.).

O pop americano – literalmente tudo, da música às histórias em quarinhos, do cinema aos enlatados para a TV, da produção em massa ao consumo de massa – tornou-se presença comum em lares distantes da América. Quase nenhuma nação ocidental no Pós-Guerra ficou imune a esta influência. E no Oriente a situação não foi muito diferente (Sato, 2007, p.14).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

4.3
A cultura pop japonesa

Tradicionalmente, as imagens e as atividades ligadas à cultura japonesa incluíam coisas como os kimonos, os templos, os samurais, a cerimônia do chá, as gueixas, o sumô, o judô e o karatê, etc. No entanto, o interesse mais recente na cultura popular japonesa pode estar relacionado aos aspectos mais criativos, modernos, vibrantes, e orientados para o futuro da vida social no Japão (Simeon, 2006).

No Japão, desde a era do pós-guerra a cultura pop do próprio país tem sido um sucesso comercial. Porém, hoje em dia, a cultura pop do Japão não só continua a evoluir e florescer no seu interior; ela também atrai um amplo séquito no exterior, dando ao Japão um novo impacto cultural no mundo, que complementa o seu impacto econômico já estabelecido.

As animações e quadrinhos japoneses construíram uma enorme base mundial. Seus nomes japoneses — animê e mangá [19] — entraram no léxico

[19] Em japonês, mangá e animê significam "história em quadrinhos" e "animação" respectivamente. Porém, fora do Japão, mangá e animê se referem aos quadrinhos ou romances gráficos e aos desenhos animados que foram produzidos no Japão ou com o conjunto de características que os japoneses desenvolveram nessa área, que dão às

internacional. Uma nova geração de jovens norte-americanos, europeus e asiáticos cresceu assistindo não *Mickey Mouse* e Pernalonga, mas desenhos animados japoneses – *Astro Boy, Doraemon, Dragon Ball*, *Sailor Moon*, etc. Fã-clubes de *animê* e *web sites* surgiram às centenas, e animações de sucesso como *Akira* e *Ghost in the Shell* e outras do famoso *Studio Ghibi* ajudaram no rendimento de dezenas de milhões de dólares anuais das animações japonesas, em *box office* internacional e em vendas de videogames (Craig, 2000, p.4).

Os mangás do Japão são traduzidos e lidos avidamente em todo o mundo, e a influência do seu estilo de linhas finas pode ser vista na moda ocidental e no design gráfico (Ibid.).

Recentes filmes japoneses ganharam prêmios nos festivais de Cannes e Festivais de Cinema de Viena, enquanto os dramas de TV e os shows de variedades do Japão estão em alta demanda em toda a Ásia. Videogames japoneses – como *Nintendo* e *Playstation* – abrangem a maioria da população em idade escolar em muitos países. As mercadorias de produtos da cultura pop do Japão como *Hello Kitty*, animais de estimação virtual *Tamagotchi*, e os brinquedos *Pokémons* também mostram seus potenciais no mercado global (Segers, 2008).

Em suma, a cultura popular japonesa é cada vez mais influente. Porém, como essa cultura pop japonesa se tornou tão popular? Uma breve olhar em sua origem e seu charme internacional nas próximas seções responderão a esta pergunta.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

4.3.1
A origem da cultura pop japonesa

As raízes imediatas da cultura pop japonesa remontam à importação para o Japão de quadrinhos e animação do exterior após o período de modernização do final do século XIX e, em particular, ao período da industrialização da indústria de animê e mangá sob a influência dos EUA após a Segunda Guerra Mundial (Onouchi, 2007).

---

suas produções um estilo próprio hoje definido como "japonês" (Sato, 2007, p.31, 58; Onouchi, 2007, p.4).

Na condição de nação derrotada após a Guerra, os japoneses assistiram passivamente ao exército americano instalar o governo de ocupação em Tóquio. De repente, tudo que havia sido proibido ao público japonês durante a Guerra – o rádio, os cinemas, os jornais e as revistas, as músicas, e as produções de *Hollywood* e os *comics* – tornou-se corriqueiro.

Entretanto, ao invés de meramente copiar aquilo que vem de fora, é do âmago dos japoneses pegar a influência estrangeira e reinventá-la conforme a cultura local. Os japoneses criaram seus próprios ídolos. A fórmula da produção e do consumo em massa podia ser americana, mas o produto final tinha que ser culturalmente japonês. Muitos observadores notaram a propensão do Japão de "tomar emprestadas" coisas estrangeiras – caracteres chineses, palavras em inglês, o capitalismo, a democracia, o transistor, até o *curry* – e mexer com eles, incorporá-los com os elementos nativos ou outros para que se tornem algo novo e muitas vezes bastante distinto do original. E assim se formou a cultura pop japonesa contemporânea: ocidentalizada na forma, mas nipônica no conteúdo. (Craig, 2000; Sato, 1993; Sato, op.cit.).

Após a Guerra, cansadas do estresse e do sofrimento impostos pelos longos anos do conflito, as pessoas queriam apenas se divertir e alimentar suas esperanças para o dia seguinte. Em tal ambiente, a ansiedade e a pressão por formas populares de entretenimento criaram um gigantesco e ávido mercado, principalmente para o cinema na década de 50 no Japão. Em 1958 os cinemas japoneses receberam o público pagante recorde de 1,1 bilhão de pessoas, e calcula-se que em 1960 o Japão tinha 7.457 cinemas em atividade (Johnson, 2007; Sato, 2007, p.15).

A partir da década de 1960, a cultura pop japonesa se desenvolveu no contexto de uma sociedade com a mídia de massa e a produção em massa. Já que o fenômeno está ligado à industrialização e à sociedade de consumo, é importante ressaltar que a cultura pop japonesa ocorreu e foi beneficiada por condições culturais e econômicas extremamente favoráveis que o país conquistou no pós-guerra, principalmente a partir dos anos 60, quando o então primeiro-ministro Hayato Ikeda implantou um histórico programa econômico, que em dez anos duplicou e distribuiu de forma ampla a renda per capita do país (Hamada, 1996).

Além disso, os Jogos Olímpicos de Verão de 1964 em Tóquio e a Exposição Mundial 1970 em Osaka simbolizaram o surgimento do Japão no

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

cenário internacional como uma nação com uma economia forte, uma ciência avançada e uma alta capacidade de tecnologia (Ogawa, 2008).

Ao mesmo tempo, o país alcançou uma das mais altas taxas de alfabetização e escolaridade do planeta, formando um povo sedento de informação (Onouchi, 2007; Sato, 2007).

A partir de 1990, com o colapso do comunismo e o esfacelamento da União Soviética, os EUA estabeleceram posição definitiva como o grande polo exportador de influência cultural, em função de sua condição de única superpotência global. Curiosamente, a partir desta mesma época, o Japão também se tornou um polo exportador de influência cultural, mas diferentemente dos americanos, que de forma planejada e economicamente estruturada exportaram suas ideologias, estilos de vida e valores através de sua cultura pop pelos motivos da Guerra Fria, o Japão não tinha interesse em exportar aquilo que considerava ser sua subcultura (Sato, 2007).

A necessidade fez os japoneses mudarem sua forma de lidar com sua própria cultura pop. Como produto de exportação, o mercado externo para a cultura pop japonesa passou efetivamente interessar aos japoneses a partir de 1997, quando ocorreu a chamada Crise Asiática. A economia na região deu sinais de estagnação e a recessão instalou-se. Com poucas alternativas de crescimento do mercado interno, o Japão se voltou para o exterior.

Estima-se que as exportações japonesas de produtos culturais girem em torno dos 13 bilhões de dólares por ano. O valor é modesto se comparado ao da indústria automobilística – que fatura a mesma coisa em dias. Trata-se, no entanto, de um valor que triplicou na década passada. Nenhum setor da economia japonesa pode gabar-se de proeza semelhante. Histórias em quadrinhos, desenhos animados e videogames são os pontas-de-lança do pop japonês (Graieb, 2004).

4.3.2
O poder de atração da cultura pop japonesa

Há uma onda de interesse em todo o mundo com relação à cultura popular japonesa. Embora esse interesse possa aparecer mais forte entre as gerações mais jovens da Europa, América do Norte e Ásia, alguns aspectos contemporâneos da fascinante cultura atraiu vários grupos etários em diferentes partes do globo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

O que é impressionante é que existem vários indicadores do recente interesse na cultura popular japonesa. Algumas das áreas mais interessantes incluem cinema, moda, alimentação, animê, mangá, videogames, e brinquedos eletrônicos. Este é um desenvolvimento muito novo na evolução da cultura relacionado às exportações. Porém, como a cultura pop japonesa explica sua popularidade internacional? Se os consumidores da cultura pop em todos os lugares buscam qualidade, humor, sonhos e heroísmo (Simeon, 2006), a cultura pop japonesa fala de um jeito especial para a Ásia e para o Ocidente.

Para os outros asiáticos, a cultura pop do Japão tem uma sonoridade que é derivada da semelhança étnica e de valores, gostos e tradições. As histórias sobre suportar privações e superação de adversidades com paciência e perseverança ecoam aos valores amplamente difundidos na Ásia (Craig, 2000).

Para os consumidores ocidentais, por outro lado, muito do charme de cultura pop japonesa não vem de seu conhecimento, mas a partir de sua *diferença* com a relação às culturas a que estão acostumados. A respeito do animê japonês, Jeff Yang, coeditor de *Eastern Standard Time: A Guide to Asian Influence on American Culture*, diz: "*The stories themselves are being woven out of experience and mythology and legend and tradition and fantasy that is 180 degrees out of phase from what we would expect in the West*" (citado por Romero, 1997).

O mesmo pode ser dito de outras características de cultura pop do Japão. Isso enfatiza a tendência criada pela chance dada aos consumidores ocidentais da cultura pop de descobrir e explorar universos mentais construídos a partir de bases totalmente independente das suas próprias. Assim, esta é certamente uma parte da atração japonesa.

Além disso, a cultura pop japonesa se tornou para os apreciadores e entusiastas de casos em que "culturas alternativas" de um país conseguem inverter um jogo no qual se encontravam em desvantagem usando as regras do oponente. Para este público, a cultura pop japonesa é vista como uma influência menos imposta que a altamente esquematizada e agressivamente comercializada cultura pop americana. Por isso ela é mais "aceitável", mesmo refletindo uma realidade e referencias culturais extremamente particulares e diferentes da cultura ocidental. Trata-se de um fenômeno curioso: o Japão foi a única nação no pós-guerra que conseguiu quebrar a hegemonia americana na exportação de cultura pop, algo que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

só foi possível devido à aceitação – ou à menor rejeição – do público no ocidente ao entretenimento japonês (Sato, 2007).

4.3.3
Características da cultura pop japonesa

A partir dos conceitos e definições de cultura popular anteriormente mencionados neste capítulo, não há maneira fácil de decidir o que é a cultura popular japonesa e o que não é. Alguns autores, cujas obras discutem a cultura pop japonesa, organizaram suas próprias categorias para a cultura popular japonesa. Em *JAPOP: o poder de cultura pop Japonesa* de Cristiane A. Sato, a autora divide cultura pop japonesa em oito categorias: animação e quadrinhos; artes performáticas; cinema; comportamento e consumo; esporte; ícones; música; e TV. Já no *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture* de Timothy Craig, o autor elencou três categorias: música popular; quadrinhos e animação; e televisão e filmes.

Já que este trabalho discute a diplomacia pública e a cultura popular japonesa, as características da cultura pop japonesa apresentadas aqui estão em conformidade com o que o MOFA e a Fundação Japão – os dois atores principais da diplomacia pública japonesa – geralmente selecionam para representar a cultura pop japonesa. Essas características incluem: *anime media* – mangá, animê, e videogames; e a música, TV e filmes e a moda japonesas (Fundação Japão, 2009; MOFA, 2009b).

4.3.3.1
Anime media

A *anime media* inclui a indústria do mangá, a indústria do animê (animação de vídeo e cinema), e os videogames (por exemplo, as indústrias de *Nintendo* e *Sony Playstation*). Eles estão ligados entre si por sua dependência de arte em estilo de animação (Izawa, 2000, p.139). A *anime media* floresceu na cultura japonesa com base em tecnologias ocidentais que foram importadas depois da modernização do Japão. Estes campos são cada vez maiores através da diversificação significativa e subdivisão, mas ao mesmo tempo, podem ser visto

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

como a fusão em uma única indústria, ajudada pela nova tecnologia digital (Nakamura, 2004).

As receitas que a indústria de animê japonês recebe de TV, cinema, DVD e Internet são cerca de JPY 250 bilhões anualmente. A *anime media* japonesa claramente tem o poder de transcender as fronteiras nacionais, as línguas e as diferenças religiosas (Onouchi, 2007).

Além disso, em 2006, o mercado de varejo de bens de caráter baseado nos personagens de mangá e animê alcançou JPY 1,61 trilhões. O efeito de propagação que tem causado é enorme: é dito que 60% das transmissões de TV de animação em todo o mundo são japonesas. Entretanto, o *hardware* e *software* do mercado doméstico de videogames são em total JPY 400 bilhões, enquanto cerca de JPY 1 trilhão em videogames são exportados (Ibid.).

Quanto ao mangá, existem muitas razões pelas quais atraia tanta atenção nos dias de hoje. O palco estava montado pela exportação de programas de televisão de animê, que começaram a ser transmitidos nos Estados Unidos na década de 1960 e na França na década de 1970. As edições piratas de mangá, diz-se, apareceram antes na Ásia Oriental, mas a atual popularidade do mangá decorre de animê de TV. Os animê tais como *Dragon Ball* (1986) e *Akira* (1988) são familiares para muitos não-japoneses, por isso é justo dizer que o animê tornou-se familiar para o mundo na década de 1980 (Nasume, 2000, p.2).

Algumas palavras comuns utilizadas freqüentemente na *anime media* japonesa:

- **Mangá**: um dos ramos mais sérios das indústrias editoriais e de entretenimento japonesa. O Japão é um país com um dos índices de alfabetização mais altos do mundo; o povo japonês possui forte hábito de leitura. Estima-se que só a área de mangá corresponda a 40% de toda a venda de livros e revistas do Japão. A atual popularidade desses mangás no exterior faz dos quarinhos japoneses um dos principais meios de divulgação da cultura e da língua japonesa (Sato, 2007)

- **Animê**: trata-se de um dos principais ramos da indústria do entretenimento japonesa, e é atualmente o principal veículo de divulgação da cultura pop japonesa no mundo. A enorme quantidade de produções comerciais para cinema, TV e videogames, produções experimentais e independentes, e o amplo uso de animações na propaganda, efeitos especiais e produções

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

institucionais, tornou o Japão o maior realizador de animações do mundo e uma referência internacional que influencia criações nas mais diversas mídias, fazendo pela cultura japonesa o mesmo que Hollywood faz pela cultura americana (Ibid.).

- **Videogames**: a fabricante japonesa de *Nintendo* tornou-se sinônimo de máquinas de jogo em casa, enquanto as vendas do *Playstation* e *PS2*, feito pela *Sony Computer Entertainment*, atingiram 100 milhões de unidades cada (Onouchi, 2007).

4.3.3.2
Música popular, programas de TV e filmes, e a moda japonesa

A música popular japonesa, os programas de TV e os filmes japoneses também já são muito populares na Ásia por um longo tempo. No entanto, nos últimos anos, é na área de filmes que tem havido alguns desenvolvimentos espetaculares. Durante a mesma semana em 2004, o primeiro filme (*The Grudge*) e o terceiro filme (*Shall We Dance*) nos *box office* dos EUA eram os *remakes* de filmes japoneses. Existem também outros filmes com uma forte influência japonesa que fizeram muito sucesso internacional. O sucesso de filmes como *The Last Samurai, Kill Bill I e II, Lost in Translation, The Ring,* aponta para o crescente interesse de Hollywood e dos americanos em temas japoneses (Simeon, 2006).

Algumas palavras comuns utilizadas freqüentemente nesta categoria:

- **J-POP**: uma abreviação de *Japanese Popular Music*. A expressão foi cunhada no Japão originalmente em Inglês. Ela designa um subgênero da música japonesa do pós-guerra influenciada por ritmos populares ocidentais. O termo J-POP surgiu nos anos 80, quando uma estação de rádio FM chamada *J-Wave* passou a usá-la como sinônimo de um estilo musical que até então era chamado de *New Music*. O J-Pop é o estilo musical mais presente no cotidiano japonês atual, que inclui diversos gêneros musicais (Sato, 2007).

- **J-Horror**: refere-se ao filme de terror japonês que renuncia o tratamento exclusivo e temático convencionais do gênero horror, mas com alguns toques ocidentais. Muitos J-horror contam temas que incluem as histórias do folclore e das crenças tradicionais. J-Horror são um sucesso internacional e

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

alguns estúdios de cinema americanos moveram-se rapidamente para adquirir os direitos de *remake* deles (Simone, 2006).

- **Super Heróis da TV**: alguns seriados da TV japonesa são famosos grupos de combatentes super-heróis ou um super-herói solitário. Em meados da década de 1990, com a sede no Japão, *Mighty Morphin Power Rangers* – um programa de TV de tipo de ação ao vivo sobre os adolescentes que se transformam em super-heróis para salvar o mundo e a humanidade da destruição – foi lançado com muito sucesso nos Estados Unidos e no outros países (Allison, 2006)

- ***Cosplay***: A palavra tem sua origem nas palavras inglesas "*costume play-dressing*", usadas ao descrever os fãs que se vestem como personagens de animê, mangá e videogames. Nos últimos anos vem atraindo um número crescente de jovens de todo o mundo. O *World Cosplay Summit* acontece todos os anos desde 2003, com a finalidade de facilitar o intercâmbio internacional da juventude através dos eventos (Monji, 2010).

4.4
Observações finais

Ao analisar a origem da cultura popular em geral e da cultura popular japonesa em específico, é indiscutível a ascensão da cultura pop, e é uma realidade que a relação entre ela e o consumismo é inevitável. No entanto, como o caso da cultura pop japonesa provou, é possível que as pessoas possam escolher os produtos culturais de acordo com suas preferências. Como o que Fiske (1989) argumenta, embora a maioria das pessoas tenha pouco controle sobre os produtos de cultura, elas têm alguma liberdade para escolher como agir com os produtos culturais.

Neste sentido, se analisamos em termos de diplomacia pública, a atratividade da cultura pop japonesa, como mencionado acima, pode ser um fator muito influente para ajudar as pessoas a fazer a sua escolha em produtos culturais. Uma vez que os produtos culturais de um país têm seu papel na vida cotidiana das pessoas de outros países, significa que essas pessoas também aceitaram a existência daquela cultura, e isto gera um sentido de interconectividade entre os povos. Esse fato deve ser mais um *input* para alcançar um dos objetivos da

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA

diplomacia pública, de acordo com o seu novo conceito, que é ser capaz de influenciar a opinião pública em sociedades externas com ou sem o consentimento de seus governos (Melissen, 2005). É o tipo de diplomacia pública que faz uso pleno da habilidade do país ao atrair os povos de outros países; em outras palavras, faz uso de seu *soft power.*

No próximo capítulo, explora-se mais a conectividade entre a diplomacia pública e a cultura pop através do caso da diplomacia pública do Japão e sua cultura pop. Analisa-se como e por que o governo japonês incorporou a cultura pop na sua diplomacia pública nos anos recentes.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812658/CA