

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Diogo Bruggemann

**O JAPÃO DO SOFT POWER: O POTENCIAL DOS FILMES DO STUDIO GHIBLI  
NO CONTEXTO DO COOL JAPAN**

FLORIANÓPOLIS, 2016

**DIOGO BRUGGEMANN**

**O JAPÃO DO SOFT POWER: O POTENCIAL DOS FILMES DO STUDIO GHIBLI  
NO CONTEXTO DO COOL JAPAN**

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas e Relações Internacionais para obtenção de carga horária na disciplina CNM 7280 – Monografia, como requisito obrigatório para a aquisição do grau de Bacharelado em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Helton Ricardo Ouriques

FLORIANÓPOLIS, 2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 9,5 ao aluno Diogo Bruggemann na disciplina CNM 7280 – Monografia, pela apresentação do trabalho intitulado “O Japão do Soft Power: O Potencial dos filmes do Studio Ghibli no contexto do Cool Japan”.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Helton Ricardo Ouriques

---

Prof. Dr. Marcos Alves Valente

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Iara Costa Leite

## AGRADECIMENTOS

A escrita é muitas vezes uma tarefa árdua e solitária. Ao final de um novo curso de graduação que por diversas vezes cogitei não fazer, a sensação de fechar mais um ciclo é bastante satisfatória, principalmente por se tratar de um sonho antigo. Por mais que seja a solidão da vida acadêmica, cada vez mais automatizada e focada na produção sem conteúdo, as pessoas que estão a sua volta fazem uma grande diferença para manter você no caminho. Dessa forma, meu agradecimento mais especial vai ao meu parceiro, Maick, que desde os meus primeiros meses no curso de Relações Internacionais vem acompanhando minhas pequenas e grandes batalhas. Obrigado, Maick, por fazer parte da minha vida, por me fazer acreditar em mim mesmo e por me dar forças nos momentos em que eu não consigo andar sozinho. Você fez esta caminhada ser mais fácil, mais divertida e mais proveitosa, e por isso serei sempre grato.

Gostaria de agradecer também aos meus três fieis amigos, Alex, Fernando e Luã, que me acompanharam e me deram forças para que esses momentos finais transcorressem da melhor forma possível. Também gostaria de agradecer às minhas amigas, que mesmo não tão próximas, seguem sempre comigo, Panga Paula, Thayse e especialmente Laísa, minha amiga do coração que um belo dia, após sete anos de vida acadêmica, me convenceu a pedir retorno de graduado e ficar mais quatro anos estudando Relações Internacionais. Obrigado, Laísa, por ter me colocado nesse caminho! Agradeço também à minha família, minhas queridas irmãs Bia e Ana Paula, e meus pais, Ana e Paulo. Obrigado por tudo.

E finalmente um agradecimento mais do que especial à comunidade de Relações Internacionais da UFSC. Agradeço aos meus colegas de turma, que me rejuvenesceram nessa trajetória, à Andressa, Giulia, Gabriel, Elisa, Morgana e Thaís, amigos queridos, aos colegas e amigos do LabTrans e ao professor Seabra pelas oportunidades. Agradeço principalmente ao corpo docente, aos professores Patrícia, Graciela, Karine, Clarissa, Voigt, Daniel entre tantos outros, e agradeço ao meu orientador, professor Helton, que abriu meus horizontes e me emocionou tantas vezes. Nunca esquecerei que “o capitalismo só triunfa quando se identifica com o Estado, quando ele é o Estado”.

Todos vocês me deram e me dão a certeza de que, ao cursar a graduação de Relações Internacionais, fiz mais uma escolha certa.

*"Nada do que acontece é esquecido para sempre,  
mesmo que você não consiga se lembrar"*

**Zeniba, A Viagem de Chihiro**

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar o impacto da cultura japonesa como *soft power* e sua origem histórica tendo em vista os inúmeros acontecimentos da história moderna do Estado japonês. Mais especificamente, o estudo busca analisar como o cinema de animação japonês (anime) produzido pelo Studio Ghibli se insere no contexto da cultura popular japonesa e do *Cool Japan*, termo utilizado para se referir à característica divertida e amigável da cultura japonesa. Para tanto, é feita uma análise do próprio conceito de *soft power* como foi concebido por Joseph Nye, com foco na indústria cinematográfica. Nesse sentido, a indústria de cinema dos Estados Unidos, Hollywood, que domina o mercado atual, será utilizada como exemplo do cinema como *soft power*. Num segundo momento, uma breve história das transformações vividas pelo estado japonês após a Restauração Meiji será apresentada com o intuito de apresentar os fatos que moldaram a geopolítica do país e o atual cenário do Japão no sistema internacional. Segue-se então um aprofundamento do exame do *soft power* japonês, encabeçado pelas culturas *otaku* e *kawaii*, e da estratégia *Cool Japan* junto a produtos da cultura popular (filmes, seriados de televisão, revistas em quadrinhos e jogos eletrônicos) com grande disseminação entre jovens. O foco da análise será, então, numa seleção de filmes de animação do Studio Ghibli, buscando analisar suas principais características, bem como seus benefícios para a melhoria da imagem nacional do Japão junto aos vizinhos do Leste Asiático e em todo o globo. Como conclusão é possível perceber que os filmes dos Studio Ghibli possuem uma série de características influenciadas pelo contexto histórico japonês que os diferenciam de filmes produzidos nos países ocidentais, como o pacifismo, o ambientalismo e características feministas. Tais aspectos se diferenciam até mesmo de outros produtos do *Cool Japan*, mas ainda assim podem servir como instrumento de reconstrução da imagem do estado Japonês diante da crescente complexidade e competitividade das relações dos países do Pacífico Asiático.

**Palavras-chave:** *Soft Power*. Japão. Studio Ghibli. *Cool Japan*.

## ABSTRACT

The present work aims at identifying the impact of Japanese culture as soft power and its historical origin regarding the several events in the modern history of the Japanese state. More specifically, the study seeks to analyze how the Japanese animated film (anime) produced by Studio Ghibli fits into the context of Japanese popular culture and Cool Japan, a term used to refer to the fun and friendly aspects of Japanese culture. For this purpose, the very concept of soft power conceived by Joseph Nye will be analyzed with focus on the cinema industry. In this sense, the United States film industry, Hollywood, which dominates the current market, will be used as an example of cinema as soft power. In a second segment, a brief history of the transformations experienced by the Japanese state after the Meiji Restoration will be presented in order to depict the facts that shaped the geopolitics of the country and the current scenario of Japan in the international system. Then, the exam of Japanese soft power will be deepened, headed by the otaku and kawaii cultures, and the Cool Japan strategy concerning popular culture products (movies, television series, comics and electronic games) with abundant dissemination among young people. The focus of the analysis will then be on a selection of animated films by Studio Ghibli, seeking to analyze their main features as well as their benefits for improving the national image of Japan regarding its neighbors in East Asia and across the globe. As a conclusion it is possible to notice that the films of Studio Ghibli have a series of characteristics influenced by the Japanese historical context that differentiate them from films produced in Western countries, such as pacifism, environmentalism and feminist qualities. These aspects differ even from other Cool Japan products, but they can still serve as a tool for reconstructing the image of the Japanese state in the face of the growing complexity and competitiveness of the relations among the nations of the Asia Pacific.

**Keywords:** Soft Power. Japan. Studio Ghibli. Cool Japan.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - (a) Pôster de Os Três Cavaleiros, (b) Pôster de Alô, Amigos .....	27
Figura 2 – Conquistas do Japão e territórios sob sua influência após a Primeira Guerra Sino-Japonesa e a Guerra Russo-Japonesa .....	33
Figura 3 – Territórios ocupados pelos japoneses antes e durante e Segunda Guerra Mundial .....	36
Figura 4 – Franquia japonesa Pokémon na capa da revista Time, dos EUA.....	46
Figura 5 – Aeronave da All Nippon Airways decorado com Pokémon .....	47
Figura 6 – Exemplo de uma página de mangá .....	48
Figura 7 – Bonecas Hello Kitty.....	49
Figura 8 – Primeiro Ministro do Japão, Shinzo Abe, vestido de Super Mario, no encerramento das Olimpíadas da 2016 no Rio de Janeiro.....	50
Figura 9 – Pôster do filme Godzilla de 1954.....	53
Figura 10 – Logotipo do Studio Ghibli .....	54
Figura 11 – Cena de O Castelo no Céu .....	56
Figura 12 – Cena de Túmulo dos Vagalumes, mostrando a destruição da guerra no Japão .....	57
Figura 13 – Totoro no filme estadunidense Toy Story 3.....	58
Figura 14 – O piloto Porco Rosso após feitiço em cena do filme homônimo.....	60
Figura 15 – Pôster de Princesa Mononoke.....	61
Figura 16 – No centro da cena, Yubaba, antagonista de A Viagem de Chihiro.....	62
Figura 17 – Soldados abordando Sophie numa cena de O Castelo Animado .....	63
Figura 18 - Ponyo e Sosuke em cena de Ponyo - Uma Amizade que Veio do Mar.....	64
Figura 19 - Jiro observa aeronaves em cena do filme Vidas ao Vento .....	65

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Filmes com maior bilheteria em 2016 (doméstica corresponde à bilheteria dos Estados Unidos).....	22
Tabela 2 – Filmes de animação japoneses com maior bilheteria mundial, com obras do Studio Ghubli na primeira, segunda, terceira, sétima e nona colocações .....	55
Tabela 3 – Filmes com a maior bilheteria na história no mercado japonês (filmes japoneses em <b>negrito</b> ) .....	55

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	11
2	<i>SOFT POWER</i> , CINEMA E O EXEMPLO DE HOLLYWOOD .....	14
2.1	O CONCEITO DE <i>SOFT POWER</i> .....	14
2.2	O SURGIMENTO DO CINEMA E O DOMÍNIO DOS ESTADOS UNIDOS .....	19
2.3	O EXEMPLO DO <i>SOFT POWER</i> HOLLYWOODIANO .....	22
3	O JAPÃO E SEU POTENCIAL DE <i>SOFT POWER</i> NOS FILMES DO <i>STUDIO GHIBLI</i> .....	30
3.1	DO JAPÃO FEUDAL À POTÊNCIA TECNOLÓGICA .....	30
3.2	<i>COOL JAPAN</i> E EXEMPLOS DO <i>SOFT POWER</i> JAPONÊS .....	40
4	STUDIO GHIBLI E SEU POTENCIAL <i>SOFT POWER</i> .....	52
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	67
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	70

## 1 INTRODUÇÃO

O filme japonês *Vidas ao Vento*, do aclamado diretor japonês Hayao Miyazaki, foi o filme com a maior bilheteria do Japão em 2013, seguindo uma tradição de filmes de sucesso de crítica e audiência do Studio Ghibli, fundado pelo próprio Miyazaki junto a outros cineastas em 1985. O filme é apenas um exemplo de produtos da cultura japonesa que são consumidos por todo o mundo, fazendo sucesso inclusive nos principais núcleos de crítica cinematográfica ocidentais. A tradição japonesa em exportar filmes que contêm aspectos típicos da cultura local para o resto do mundo existe basicamente desde o final da Segunda Guerra Mundial. Filmes não são o único produto japonês que se espalha facilmente pelo resto do mundo; jogos eletrônicos, revistas em quadrinho, séries de televisão, músicas e pratos típicos da gastronomia japonesa podem ser encontrados nos cinco continentes. Tal expansão teve início nos anos de rápido crescimento econômico do país, que rapidamente se recuperou da destruição da Segunda Guerra Mundial e em 1968 era a segunda maior economia do globo, atrás somente dos Estados Unidos.

Nesse sentido, mesmo com a estagnação econômica vivida pelo Japão desde meados da década de 1980, cabe ressaltar a cada vez maior influência da cultura japonesa, tanto na região do Pacífico Asiático, quanto no resto do mundo, inundando lojas de brinquedos com bonecas Hello Kitty, lojas de jogos eletrônicos com Pokémon, Super Mario e PacMan, praças de alimentação com restaurantes de sushi e sashimi e os lares de dezenas de milhares de pessoas nos mais diversos países com episódios de Dragon Ball Z e Naruto, só para citar alguns exemplos. Em 2002 o jornalista americano, Douglas McGray, cunhou o termo “*Japan’s gross national cool*”, em português, o produto interno “legal” ou “bacana” do Japão, ou simplesmente “*Cool Japan*”, se referindo principalmente à onda de desenhos animados e jogos japoneses que se espalhou pelo mundo desde meados da década de 1980, sobretudo os animes e mangás, nomes dados aos filmes de animação e às revistas em quadrinhos japoneses, respectivamente, produtos facilmente vendidos em todo o mundo, principalmente entre os jovens, o que colabora para tornar a imagem do Japão como a de um país legal e divertido. Tendo em vista a popularidade de produtos da cultura popular japonesa no exterior, o próprio governo do país transformou o *Cool Japan* em uma estratégia de Estado.

A ideia do Japão como um país legal e amigável pode ser compreendida dentro do contexto de *soft power* no que diz respeito à atratividade de um país em outras partes do mundo. *Soft power* foi um termo cunhado por Joseph Nye, em 1990, no seu livro *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, para representar o poder que não estava ligado aos

tradicionais poderes militares e econômicos, apontados por ele como *hard power*. Nesse sentido, o fato de que espectadores de diversas partes do mundo são atraídos pelos filmes do Studio Ghibli ou de outros produtos, valores e características tradicionalmente associados ao Japão, indicam que o país possui uma dose de *soft power*. Muitas vezes o *soft power* de um determinado Estado é associado às características e valores desse país, não sendo assim um produto físico que é comercializado, mas sim uma ideia ou ideologia, como a liberdade e a democracia promovidos pelos Estados Unidos ou os valores de igualdade social disseminados pela França. Da mesma forma, atos realizados por determinados Estados podem ser marcantes para a formação de um estereótipo desse país na mente coletiva da comunidade internacional, como o imperialismo britânico e a participação japonesa na Segunda Guerra Mundial.

Nem sempre existe acordo sobre o que determinado valor ou produto pode significar para o *soft power* de um país. Muito embora o Studio Ghibli tenha conquistado diversos admiradores ao redor do mundo, um dos seus filmes mais recentes, *Vidas ao Vento*, dirigido por Hayao Miyazaki e lançado em 2013, dividiu opiniões por se tratar da biografia do engenheiro, Jiro Horikoshi, que confeccionou aeronaves utilizadas pelo Império Japonês durante a Segunda Guerra Mundial. Apesar da crítica especializada ter aclamado o filme, que foi indicado ao Oscar de Melhor Filme de Animação, diversas críticas surgiram quanto ao conteúdo político do filme e a escolha do seu protagonista, responsável pela criação de uma máquina de guerra. Enquanto o público japonês se dividiu, a crítica coreana, por exemplo, foi dura com a escolha de Miyazaki, que trouxe lembranças da guerra e da atitude imperialista japonesa na região.

Nesse contexto, o presente estudo busca responder duas perguntas: (1) Quais são as características do *soft power* japonês e como elas podem determinar o papel do Japão num momento de acirrada competição pela liderança geopolítica do Leste Asiático?; e (2) Como os filmes do Studio Ghibli se encaixam no conceito de *soft power* e na estratégia do “*Cool Japan*”? Sendo assim, o presente estudo tem como objetivo geral identificar a importância da cultura japonesa como *soft power* e sua origem histórica tendo em vista os inúmeros acontecimentos da história moderna do Estado japonês. Já o objetivo específico do estudo é analisar o trabalho do Studio Ghibli no contexto do *Cool Japan* e o seu potencial de *soft power*, bem como seus benefícios para a expansão da influência japonesa na região do Leste Asiático e em todo o globo.

Para alcançar os objetivos indicados, será primeiramente analisado o conceito de *soft power* desenvolvido pelo cientista político estadunidense Joseph Nye. Em seguida, como o foco do trabalho será o cinema de animação japonês, a maior indústria do cinema mundial será examinada, procurando explicar a origem do poderio cinematográfico de Hollywood e seu

impacto no projeto de *soft power* dos Estados Unidos. Num segundo momento, será feita uma breve apresentação da história moderna do Japão, desde a restauração Meiji, responsável em grande parte pela modernização e ocidentalização japonesas. Serão reunidos produtos da cultura japonesa amplamente comercializados no restante do mundo, principalmente no que diz respeito à cultura popular, com foco no cinema, televisão, quadrinhos e jogos eletrônicos. Por fim, um estudo detalhado de um número selecionado de filmes do Studio Ghibli será conduzido, através de análise das obras em si e de trabalhos que examinaram previamente os filmes em questão, na tentativa de ponderar comparações entre as obras do estúdio e os demais produtos típicos do *Cool Japan*, bem como sua relevância para o *soft power* japonês.

A existência do presente estudo se justifica num momento das Relações Internacionais em que o uso do *soft power* como ferramenta de ampliação de poder e influência de um Estado é cada vez mais invocado como alternativa ao tradicional *hard power*. Entende-se que o poder militar, embora fundamental, não é o único elemento que organiza a dinâmica de poder no sistema internacional e que países como o Japão, cujo poderio militar lhe foi retirado com a derrota na Segunda Guerra Mundial, necessitam de alternativas que lhes auxiliem a ampliar seu domínio no cenário internacional. Assim, a experiência japonesa pode servir como inspiração a países como o Brasil, que anseiam maior proeminência nas relações entre os países e nos fóruns de discussão internacionais através do uso do *soft power*.

## 2 *SOFT POWER*, CINEMA E O EXEMPLO DE HOLLYWOOD

### 2.1 O CONCEITO DE *SOFT POWER*

As Relações Internacionais como disciplina têm como um de seus focos principais o estudo do poder. Motor da dinâmica entre atores no sistema internacional, o poder é também objeto de análise da Ciência Política desde os tempos mais remotos. Para Nicolau Maquiavel, o poder político possui uma inseparável dimensão negativa advinda da natureza humana. Para Thomas Hobbes, o poder nasce do conflito e pode ser cedido ao Leviatã. Esses e outros teóricos que tanto influenciaram o campo das Relações Internacionais associam o poder ao domínio e à luta. A definição de poder, por mais essencial que seja para o entendimento das relações entre atores em determinado sistema, é complexa e por vezes mal compreendida. Por muito tempo o poder foi visto como o objetivo dos atores do sistema internacional, porém, cada vez mais ele é visto como um meio para atingir outros objetivos. Nas palavras de Noberto Bobbio, em seu *Dicionário de Política* (1998, p.933), poder, de forma geral, pode ser definido como “a capacidade ou possibilidade de agir, de produzir efeitos”.

Tendo em mente a relação entre poder e capacidade, o cientista político estadunidense Joseph Nye, em 1990, no seu livro *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, trouxe pela primeira vez o termo “*soft power*”. A tentativa de Nye (1990, n.p.) foi de opor o conceito de *soft power* ao de *hard power*: “when one country gets other countries to want what it wants-might be called co-optive or *soft power* in contrast with the hard or command power of ordering others to do what it wants”<sup>1</sup>. No trecho acima fica clara a distinção entre dois tipos de poder e a ligação do *soft power* com a cooptação, em contraste às ideias de comando e ordem advindas do que o autor chama de *hard power*. O poder, para o autor, pode ser definido como uma capacidade de influenciar outros atores de forma cooptativa. Mais tarde, em 2004, Nye continuou a desenvolver seu conceito de *soft power* em seu livro *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, onde ele explica que:

A country may obtain the outcomes it wants in world politics because other countries – admiring its values, emulating its example, aspiring to its level of prosperity and openness – want to follow it. In this sense, it is also important to set the agenda and attract others in world politics, and not only to force them to change

---

<sup>1</sup> Quando um país faz com que outros países desejem o que ele quer - pode ser chamado de poder cooptivo ou de poder brando (*soft power*) em contraste com o poder de comando ou de ordenar que os outros façam o que ele quer (NYE, 1990, n.p. tradução nossa).

by threatening military force or economic sanctions. This *soft power* – getting others to want the outcomes that you want – co-opts people rather than coerces them. (NYE, 2004, n.p.)<sup>2</sup>

Aqui, Nye argumenta que a distinção entre *soft power* e *hard power* está em dois importantes conceitos bastante conhecidos dos teóricos de Relações Internacionais: cooptação versus coerção (ver Quadro 1). Enquanto no *soft power* um ator do sistema internacional é capaz de influenciar outros atores a buscar objetivos semelhantes, no *hard power*, a coerção é necessária, aparecendo através do uso da força militar ou da pressão econômica por meio de sanções ou bloqueios. Dessa forma, entende-se que o conceito de *hard power* está associado às mais tradicionais teorias de Relações Internacionais, dando atenção principalmente para o poder militar dos atores, e em segundo plano, econômico. O *soft power*, por outro lado, traz uma gama de novos fatores para a compreensão dos jogos de poder no cenário internacional. Deve-se apontar, contudo, para o fato de que mesmo o uso da força militar pode gerar *soft power* em determinadas situações. Smith-Windsor (2000), e mesmo Nye (2006), menciona o uso militar em missões humanitárias como exemplos de momentos em que o poder militar causa admiração. Citando as forças armadas canadenses, Smith-Windsor (2002, p.53) argumenta que “a large part of our history [...] has also seen our armed forces called to participate in humanitarian and interposition peacekeeping operations because parties in need or conflict have *wanted* them to become engaged”<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Um país pode obter os resultados desejados na política mundial porque outros países - admirando seus valores, emulando seu exemplo, aspirando ao seu nível de prosperidade e abertura - querem segui-lo. Nesse sentido, também é importante definir a agenda e atrair outros na política mundial, e não apenas forçá-los a mudar ameaçando a força militar ou sanções econômicas. Esse poder brando - fazer com que os outros desejem os resultados desejados - coopta as pessoas ao invés de coagi-las (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

<sup>3</sup> Uma grande parte de nossa história [...] também viu nossas forças armadas chamadas a participar de operações humanitárias e de manutenção de paz porque as partes em necessidade ou em conflito quiseram que elas se envolvessem (SMITH-WINDSOR, 2002, p.53, tradução nossa).

Quadro 1 - Formas de Poder

	Hard	Soft
Espectro de comportamentos	command ← ● coercion ● induction ●	● configuration of agenda ● attraction ● → cooptation
Recursos mais prováveis	sanctions force      payments subornos	institutions      values culture politics

Fonte: Elaborado pelo autor com base em *Bound to Lead* (NYE, 1990, p.267)

Nye (2004) atenta, na construção do conceito de *soft power*, para o fato de que um ator do sistema internacional é capaz de cativar os demais, causando empatia e admiração. Determinados atores são, dessa forma, capazes de influenciar os demais numa série de quesitos sem precisar criar um regime de coerção ou de pagamentos. A recompensa para os atores influenciados pelo ator que detém um alto nível de *soft power* está no fato de que eles se aproximam dos ideais que mais valorizam e se tornarão mais semelhantes ao ator que admiram. No prefácio de *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Nye (2004, n.p.) explica que “Seduction is always more effective than coercion, and many values like democracy, human rights, and individual opportunities are deeply seductive”<sup>4</sup>, citando exemplos de como os Estados Unidos é capaz de exercer *soft power* através de suas características, como apreço pela democracia, direitos humanos e oportunidades individuais.

Ainda em *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Nye (2004) detalha as três principais fontes de *soft power*: cultura, políticas externas e valores políticos. Definindo cultura, Nye aponta que ela é composta por uma série de valores e práticas que criam significado para uma sociedade, podendo se manifestar das mais diversas formas, como nas artes, na literatura, educação e no entretenimento de massa, citando os exemplos do próprio autor. Como grande exemplo de *soft power*, Nye explica que o fim da Guerra Fria envolveu diversos aspectos desse conceito, uma vez que nas décadas de 1970 e 1980 houve um aumento no fluxo de soviéticos visitando e estudando nos Estados Unidos. As experiências adquiridas nesse fluxo de pessoas as levou a duvidar da propaganda soviética de que o Ocidente era cada vez mais

<sup>4</sup> A sedução é sempre mais eficaz do que a coerção, e muitos valores como democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

decadente. Um efeito parecido era causado pelo cinema de Hollywood, que mesmo censurado, quando conseguia atingir espectadores nos países socialistas, ilustrava uma melhor qualidade de vida nos países do Ocidente e uma alternativa viável ao modelo comunista que lhes era imposto. Nas palavras de Nye (2004, n.p.), “Soviet audiences watching films with apolitical themes nonetheless learned that people in the West did not have to stand in long lines to purchase food, did not live in communal apartments, and owned their own cars”<sup>5</sup>, tais imagens invalidavam, segundo o autor a propaganda soviética contra o Ocidente.

O autor explica também que o simples fato de que um ator do sistema internacional possui características culturais admiradas em outras partes do mundo não faz dele um ator que domina o *soft power*. Vale lembrar que todo tipo de poder depende do contexto no qual ele é utilizado para conseguir ter o efeito desejado: “This is not to deny that popular culture is often a resource that produces *soft power*, but as we saw earlier, the effectiveness of any power resource depends on the context”<sup>6</sup> (NYE, 2004, n.p.). Além disso, a cultura popular, geralmente livre de influência de governos estatais, nem sempre corrobora com as políticas de tais governos em suas narrativas. Nye (2004) cita o exemplo da Guerra do Vietnam, quando filmes, músicas e programas de televisão traziam consigo duras críticas ao conflito que alcançaram espectadores em diversas partes do mundo. Dessa forma, mesmo considerando o *soft power* como um poder relativamente autônomo, pode-se existir um contexto no qual determinado ator, ciente do seu próprio *soft power*, tenta utilizá-lo para seu benefício, como explica Zohur Uddin:

Nations who intentionally manipulate *soft power* to reach pre-intended objectives can be seen as ‘projectors’. Such projectors may target, specifically or generally, a list of recipient nations to become ‘hosts’ of their *soft power* (i.e. culture, values, democracy). These ‘host’ nations may welcome such projections and view the implementation of this *soft power* as beneficial to their own national interests. By associating myself with a richer and stronger neighbor, I may be able to survive within this system of anarchy. (UDDIN, 2011, n.p.)<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> As audiências soviéticas que assistiam a filmes com temas apolíticos, no entanto, souberam que as pessoas no Ocidente não precisavam ficar em longas filas para comprar comida, não moravam em apartamentos comuns e possuíam seus próprios carros (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

<sup>6</sup> Isso não é negar que a cultura popular é muitas vezes um recurso que produz *soft power*, mas como vimos anteriormente, a eficácia de qualquer recurso de poder depende do contexto (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

<sup>7</sup> As nações que intencionalmente manipulam *soft power* para atingir objetivos pré-intencionados podem ser vistas como “projetores”. Esses projetores podem direcionar, especificamente ou em geral, uma lista de nações receptoras para se tornarem “anfitriões” de seu poder brando (isto é, cultura, valores, democracia). Essas nações “anfitriãs” podem acolher tais projeções e considerar a implementação desse poder brando como benéfica para seus próprios interesses nacionais. Associando-me a um vizinho mais rico e mais forte, posso ser capaz de sobreviver dentro deste sistema de anarquia. (UDDIN, 2011, n.p. tradução nossa).

Sendo assim, entende-se que o *soft power* de determinado ator “projedor” (*projector*) pode muitas vezes se tornar uma ferramenta útil para atingir objetivos em situações específicas em nações “hospedeiras” (*hosts*). Porém, nas relações entre Estados, muitos exemplos de *soft power* ocorrem naturalmente, sem que ele seja manipulado pelos atores, nesse caso, chamaremos o ator simplesmente de “detentor” de *soft power*, em contraste com o ator “projedor”. Além disso, o *soft power* de um ator detentor ou projedor pode afetar Estados hospedeiros de diversas formas, uma delas seria a influência em seu governo, que teria a capacidade de alterar as políticas do Estado hospedeiro. Muitas vezes o governo de determinado Estado é imune ao *soft power* de um outro ator do sistema internacional. Isso não significa, porém, que ele não será influenciado indiretamente por esse mesmo *soft power*, uma vez que ele pode intervir no comportamento da opinião pública, de grandes corporações, ou da mídia desse mesmo país, por exemplo.

Por fim, cabe ressaltar que o *soft power*, por mais distinto que seja da noção do tradicional poder militar, *hard*, que está diretamente associado à guerra, não é exclusivamente usado de forma benéfica. Nye (2011) menciona que a Alemanha Nazista era um poderoso centro de *soft power*. Além disso, em seu *The Future of Power*, Nye (2011, n.p.) afirma que o conceito de *soft power* não está associado ao idealismo/liberalismo simplesmente por se tratar de um conceito que não engloba atitudes belicosas: "*Soft power* is not a form of idealism or liberalism. It is simply a form of power, one way of getting desired outcomes"<sup>8</sup>. Dessa forma, teorias realistas das Relações Internacionais podem se valer do conceito de *soft power*, uma vez que ele coexiste com o *hard power* e não traz nenhum tipo de negação aos preceitos realistas. Mesmo assim, é comum associar o *soft power* às premissas liberais, como explica Maxime Gomichon (2013, n.p.), “In opposing hard power, *soft power* emphasizes not the ever-possibility of war, but the possibility of cooperation; not military power, but the power of ideas”<sup>9</sup>, ou seja, o poder físico e militar é contraposto ao poder das ideias. Isso não significa exatamente que o *soft power* nega a existência da guerra ou impede que ela venha a acontecer. Mas uma vez que o *soft power* se distancia do poder militar e econômico e se aproxima de um poder advindo da admiração, ele pode ser mais facilmente vinculado à cooperação e outros princípios geralmente associados ao liberalismo.

---

<sup>8</sup> O *soft power* não é uma forma de idealismo ou liberalismo. É simplesmente uma forma de poder, uma maneira de obter os resultados desejados (NYE, 2011, n.p. tradução nossa).

<sup>9</sup> Ao opor-se ao poder duro, o poder brando enfatiza não a possibilidade de guerra, mas a possibilidade de cooperação; não o poder militar, mas o poder das ideias (GOMICHOON, 2013, n.p. tradução nossa).

## 2.2 O SURGIMENTO DO CINEMA E O DOMÍNIO DOS ESTADOS UNIDOS

A invenção do cinema em meados da década de 1890 revolucionou a cultura do entretenimento e da informação. O surgimento do cinema se deu de forma internacional, cientistas e estudiosos da França, da Alemanha, da Inglaterra e dos Estados Unidos contribuíram de diferentes formas para a evolução dos primeiros filmes. Contudo, pode-se dizer que o advento do cinematógrafo foi peça fundamental para transformar o cinema em algo comercializável. Criado ainda em 1892, o cinematógrafo dos franceses Auguste e Louis Lumière permitiu que diversas pessoas pudessem assistir a um mesmo filme ao mesmo tempo, algo até então irrealizável e que apontava para o potencial de alcance de massa do cinema. Mesmo com os limites tecnológicos da época, já nos primeiros anos do século XX, filmes começaram a adicionar edições de cenas e enredos com narrativas bem definidas. Aos poucos o cinema, ainda mudo, alcançou os mais diversos países e se consolidou como indústria num momento de expansão capitalista e de mudança do eixo de poder mundial da Europa para os Estados Unidos. O mesmo caminho do poder era feito por centenas de milhares de imigrantes que partiam do velho continente rumos às Américas.

A expansão do cinema nos Estados Unidos, que já em meados da década de 1900 se tornara o maior mercado de filmes, deu-se por diversas razões, uma delas foi a chegada dos imigrantes europeus que alavancaram a população e viam no cinema mudo uma forma de entretenimento da qual podiam consumir mesmo sem serem falantes do inglês (THOMPSON E BORDWELL, 1999). Soma-se a isso os já baixos salários pagos aos trabalhadores da indústria cinematográfica da época, que na maioria não faziam parte de sindicatos. Além disso, a expansão dos *Nickelodeons* por várias cidades dos Estados Unidos ajudou a popularizar o cinema, pois exibiam os filmes repetidamente, em diversas sessões, tornando as exibições mais lucrativas (THOMPSON E BORDWELL, 1999).

A indústria do cinema estadunidense começou a se desenvolver em Nova York, mas logo no seu início se moveu para a Califórnia, principalmente nos arredores de um distrito rural de Los Angeles chamado Hollywood. Essa mudança se deu pela busca de locações mais baratas, uma maior quantidade de dias ensolarados por ano e uma grande quantidade de trabalhadores que ainda não faziam parte de sindicatos, gerando assim uma mão de obra igualmente acessível (KUHN E WESTWELL, 2012). Dessa forma, a tradição cinematográfica de Hollywood data da década de 1910 e é até hoje bastante relevante para a indústria estadunidense de filmes, sendo internacionalmente reconhecida pelo nome do distrito. Ainda na década de 1920, mais de 50

estúdios de cinema se concentraram nos arredores de Hollywood, produzindo 90% de todos os filmes estadunidenses (KUHN E WESTWELL, 2012).

Até a Primeira Guerra Mundial, o foco da indústria cinematográfica estadunidense era o mercado interno. Com a Guerra, porém, viu-se a oportunidade de expansão do mercado para os demais países do globo, dada a baixa produção nos países europeus mais afetados pelo conflito (THOMPSON E BORDWELL, 1999). Nas décadas de 1910 e 1920, o crescimento dos grandes estúdios de cinema estadunidenses em Hollywood foi um aspecto importante do seu avanço internacional, principalmente devido a integração vertical da indústria (THOMPSON E BORDWELL, 1999). A introdução do som, uma inovação primeiramente dominada pelos estúdios dos Estados Unidos, serviu para fortalecer sua liderança nas décadas de 1920 e 1930 contra seus principais concorrentes, a Alemanha e a União Soviética.

Pouco antes da Segunda Guerra Mundial, filmes políticos passaram a ter mais espaço nos mercados internacionais, além de documentários e filmes de propaganda encomendados por governos de vários países. Mesmo com o declínio dos grandes estúdios de cinema de Hollywood, a guerra mais uma vez auxiliou a manutenção do poderio estadunidense no setor, dessa vez com o crescimento dos estúdios independentes. Ainda assim, o início da Guerra Fria representou também forte repressão contra estúdios que abrigassem atores, roteiristas e diretores com possíveis ideais comunistas (THOMPSON E BORDWELL, 1999). A década de 1960 viu uma queda no número de espectadores nas salas de cinema dos Estados Unidos por diversos motivos, como a popularização do aparelho televisivo e a luta por direitos civis por grupos de minorias, tanto no cenário doméstico estadunidense quanto no internacional. No entanto, a década de 1970 viu um ressurgimento do poder de Hollywood com o grande aumento dos chamados *blockbusters*, que, auxiliados pelo corte de impostos por parte do governo, viram um incremento na publicidade. Grandes produções, por outro lado, viram um domínio dos produtores de cinema, que limitaram a liberdade de criação de histórias por parte de roteiristas e diretores.

O estrondoso sucesso de Hollywood e seu domínio no mercado doméstico dos Estados Unidos e também no exterior continua até os dias atuais, mas não evitou o surgimento de indústrias marginais, não somente na Europa, mas também em países em desenvolvimento. O Cinema Novo brasileiro foi um exemplo de cinema militante que, em meados das décadas de 1960 e 1970 trouxe à tona temáticas “terceiro-mundistas” que não eram contempladas pela indústria de Hollywood. Filmes com temáticas políticas também se multiplicaram nos países então socialistas. As décadas de 1980, 1990 e 2000 trouxeram novas tecnologias que colocaram em cheque o poder do cinema como meio de entretenimento de massas, como a popularização

da TV a cabo, das mídias físicas (Videocassete, DVD, BluRay) e da internet e suas mídias digitais. Esse desafio parece ter sido superado por Hollywood e sua capacidade de se reinventar. Os cinemas marginais, por sua vez, além do desafio do avanço tecnológico, têm como empecilho a própria existência de Hollywood e sua tendência monopolizadora. Tal tendência levou alguns países a adotarem uma legislação específica denominada “cota de tela” que visa garantir a exibição de filmes nacionais num número mínimo de salas de cinema por ano, na tentativa de proteger e fomentar a indústria cinematográfica nacional. A cota de tela brasileira é determinada pela Medida Provisória Nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001. A Agência Nacional de Cinema (ANCINE) especifica o termo “cota de tela” como:

As empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas ou complexos de exibição pública comercial estão obrigadas a exibir, anualmente, obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, no âmbito de sua programação, observados o número mínimo de dias e a diversidade dos títulos fixados por decreto (BRASIL, 2001, n.p.)

Outros países se utilizam das cotas de tela para conter o avanço de Hollywood na indústria local. A preocupação é antiga, no Acordo Geral Sobre Tarifas e Comércio (GATT) de 1947 já constava um artigo que defendia o direito dos países protegerem suas indústrias cinematográficas domésticas através das cotas de tela: “If any contracting party establishes or maintains internal quantitative regulations relating to exposed cinematograph films, such regulations shall take the form of screen quotas [...]”<sup>10</sup> (WTO, 1947). A ideia por trás da política protecionista está na especificidade do produto da indústria cinematográfica, que possui valor artístico e cultural, como argumenta Albert Moran:

By its very nature a film industry produces objects which are both symbolic goods and economic. In most contexts the cinema's viability as a form of artistic expression depends on the availability of production financing, which in turn depends on the film's potential to attract a fairly wide audience and attain success in the market. The artistic and economic aspects are often intricately intertwined. In ideal terms, one might suggest that state policies towards national film industries have as their goal the creation of a situation in which the production of artistically or culturally relevant films is guaranteed through measures designed to strengthen the industry as a whole. The ideal, however, rarely becomes reality (MORAN, 2005, p.132)<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Se qualquer parte contratante estabelecer ou manter regulamentos quantitativos internos relativos a filmes cinematográficos expostos, tais regulamentos assumirão a forma de quotas de tela (WTO, 1947, tradução nossa).

<sup>11</sup> Por sua própria natureza, uma indústria cinematográfica produz objetos que são bens simbólicos e econômicos. Na maioria dos contextos, a viabilidade do cinema como forma de expressão artística depende da disponibilidade de financiamento da produção, o que, por sua vez, depende do potencial do filme para atrair ampla audiência e alcançar o sucesso no mercado. Os aspectos artísticos e econômicos são muitas vezes intrinsecamente entrelaçados. Em termos ideais, pode-se sugerir que as políticas estatais para as indústrias cinematográficas nacionais têm como objetivo a criação de uma situação na qual a produção de filmes artística ou culturalmente relevantes é garantida através de medidas destinadas a fortalecer a indústria como um todo. O ideal, no entanto, raramente se torna realidade (MORAN, 2005, p.132, tradução nossa).

O alcance devastador do cinema hollywoodiano fica ainda mais claro quando analisados os números. Dos dez filmes com a maior bilheteria mundial de 2016 (de janeiro a outubro), nove foram produções estadunidenses, como mostra a Tabela 1. Por mais impressionante que seja esse número, os dados dos anos anteriores mostram um monopólio de Hollywood das dez primeiras posições. Em 2015, as dezoito primeiras posições foram ocupadas por produções (ou coproduções) dos Estados Unidos, sendo que a 19ª posição foi ocupada por um filme chinês. Em 2014 foram 31 filmes de Hollywood ocupando o topo da bilheteria mundial, com a 32ª pertencendo ao Reino Unido. O ano de 2013 viu as 37 primeiras posições ocupadas por filmes estadunidenses, com o 38º lugar pertencendo a um filme produzido na China.

Tabela 1 - Filmes com maior bilheteria em 2016 (doméstica corresponde à bilheteria dos Estados Unidos)

	Título	Bilheteria doméstica	Bilheteria Internacional	Bilheteria mundial
1	Captain America: Civil War	\$408,084,349	\$743,600,000	\$1,151,684,349
2	Zootopia	\$341,268,248	\$680,500,000	\$1,021,768,248
3	Finding Dory	\$485,516,370	\$532,200,000	\$1,017,716,370
4	The Jungle Book	\$364,001,123	\$599,900,000	\$963,901,123
5	Batman v Superman: Dawn of Justice	\$330,360,194	\$537,800,000	\$868,160,194
6	The Secret Life of Pets	\$366,219,765	\$498,443,554	\$864,663,319
7	Deadpool	\$363,070,709	\$420,700,000	\$783,770,709
8	Suicide Squad	\$324,333,962	\$419,600,000	\$743,933,962
9	Mei Ren Yu	\$3,229,457	\$548,969,022	\$552,198,479
10	X-Men: Apocalypse	\$155,442,489	\$387,300,000	\$542,742,489

Fonte: THE NUMBERS (2016). Elaborado pelo autor.

O domínio indiscutível de Hollywood no cenário internacional têm crescido à medida que os mercados internacionais se ampliam. Hoje os filmes estadunidenses coletam cerca de dois terços de sua arrecadação dos mercados estrangeiros. Mesmo os Estados Unidos sendo o principal mercado mundial, atualmente, mais de 15 bilhões de espectadores frequentam as salas de cinema anualmente ao redor do globo, representando o impacto da indústria cinematográfica na cultura do entretenimento internacional.

### 2.3 O EXEMPLO DO *SOFT POWER* HOLLYWOODIANO

Além de ser o maior exemplo de sucesso da indústria cinematográfica mundial, Hollywood é também um ótimo exemplo do funcionamento do *soft power* dos Estados Unidos.

Nye (2004) menciona Hollywood quando exemplifica o *soft power* presente na cultura. Quando o autor explica as fontes de *soft power*, entre elas a cultura de determinada sociedade, ele inclui o cinema e usa como exemplo os filmes hollywoodianos. Para explicar a complexidade do *soft power*, sua característica sedutora e estritamente pessoal, Nye (2004, n.p.) argumenta que “the same Hollywood images that repel the ruling mullahs may be attractive to the younger generation. In China, the attraction and rejection of American culture among different groups may cancel each other out”<sup>12</sup>. Ou seja, a atração do *soft power* varia de indivíduo para indivíduo e depende do quão disposto ele está para receber a mensagem e ser influenciado por ela. Nesse caso, mesmo com a força e o avanço da cultura estadunidense sobre outras regiões do planeta, ela pode ser freada por fatores como ideologia, religião, níveis de educação e condições socioeconômicas, por exemplo. Continuando a descrição do *soft power* como uma ferramenta ambígua e que se vale do contexto no qual se está inserido, Nye (2004) afirma que determinados traços do *soft power* advindo do cinema e da cultura dos Estados Unidos pode surtir efeitos de atração num país, mas de repulsa em outro:

American films that make the United States attractive in China or Latin America may have the opposite effect and actually reduce American *soft power* in Saudi Arabia or Pakistan. But in general, polls show that our popular culture has made the United States seem to others “exciting, exotic, rich, powerful, trend-setting—the cutting edge of modernity and innovation.” And such images have appeal “in an age when people want to partake of the good life American-style, even if as political citizens, they are aware of the downside for ecology, community, and equality.” For example, in explaining a new movement toward using lawsuits to assert rights in China, a young Chinese activist explained, “We’ve seen a lot of Hollywood movies—they feature weddings, funerals and going to court. So now we think it’s only natural to go to court a few times in your life.” If American objectives include the strengthening of the legal system in China, such films may be more effective than speeches by the American ambassador about the importance of the rule of law. (NYE, 2004, n.p.)<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> As mesmas imagens de Hollywood que repelem os mulás dominantes podem ser atraentes para a geração mais jovem. Na China, a atração e rejeição da cultura americana entre grupos diferentes pode se cancelar mutuamente (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

<sup>13</sup> Filmes americanos que tornam os Estados Unidos atraentes na China ou na América Latina podem ter o efeito oposto e realmente reduzir o *soft power* americano na Arábia Saudita ou no Paquistão. Mas, em geral, as pesquisas mostram que nossa cultura popular fez com que os Estados Unidos parecessem aos outros "excitantes, exóticos, ricos, poderosos, que definem tendências - a vanguarda da modernidade e da inovação". As pessoas querem participar da boa vida em estilo americano, mesmo que como cidadãos políticos, estejam cientes da desvantagem da ecologia, da comunidade e da igualdade ". Por exemplo, ao explicar um novo movimento para usar ações judiciais para reivindicar direitos na China, um jovem ativista chinês explicou: "Nós vimos muitos filmes de Hollywood - eles apresentam casamentos, funerais e ir ao tribunal. Então, agora pensamos que é natural ir ao tribunal algumas vezes em sua vida." Se os objetivos americanos incluem o fortalecimento do sistema legal na China, esses filmes podem ser mais eficazes do que os discursos do embaixador americano sobre a importância da regra da lei. (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

Nye (2004) utiliza o exemplo do cinema estadunidense durante todo o seu livro, consolidando a imagem de Hollywood como uma das principais fontes de *soft power* dos Estados Unidos, quando o autor busca exemplificar Hollywood como uma fonte de *soft power* que indica que a cultura estadunidense é livre e amante da liberdade. Além disso, com o fato de que atualmente os filmes produzidos pelos Estados Unidos são geralmente livres de qualquer tipo de censura por parte do governo, é possível encontrar diversas produções que criticam ou repudiam as instituições que formam a base dos Estados Unidos, ou mesmo aqueles filmes que exploram os aspectos negativos da sociedade estadunidense, como o racismo, a violência, a xenofobia, e desigualdade de gênero, a LGBTfobia, entre outros fatores. Mesmo tais filmes, que reproduzem uma imagem relativamente negativa dos Estados Unidos, podem indicar algo positivo e admirável a respeito da Hollywood e da sociedade estadunidense, que é o fato de que existe no país a liberdade para se produzir filmes como esses. Nye (2004) cita o filme *Twelve Angry Men* e o modo como um diretor de cinema da República Tcheca recebeu sua mensagem:

Much of American *soft power* has been produced by Hollywood, Harvard, Microsoft, and Michael Jordan. But the fact that civil society is the origin of much *soft power* does not disprove its existence. In a liberal society, government cannot and should not control the culture. Indeed, the absence of policies of control can itself be a source of attraction. The Czech film director Milos Forman recounts that when the Communist government let in the American film *Twelve Angry Men* because of its harsh portrait of American institutions, Czech intellectuals responded by thinking, "If that country can make this kind of thing, films about itself, oh, that country must have a pride and must have an inner strength, and must be strong enough and must be free." (NYE, 2004, n.p.)<sup>14</sup>

Nye (2004, n.p.) também aborda o fato de que o alcance de Hollywood e o tipo de mídia que ele exporta, a mídia visual, são características poderosas de *soft power*, uma vez que "Pictures often convey values more powerfully than words, and Hollywood is the world's greatest promoter and exporter of visual symbols"<sup>15</sup>. Muitos aspectos da transformação que aconteceu ao redor do mundo entre as décadas de 1980 e 1990, com a derrota da ideologia socialista na Europa Oriental e o desmantelamento da União Soviética se deu devido à influência do *soft power* estadunidense e ocidental como um todo. Hoje, mais de duas décadas

---

<sup>14</sup> Muito do *soft power* americano foi produzido por Hollywood, Harvard, Microsoft e Michael Jordan. Mas o fato de que a sociedade civil é a origem de muito poder brando não refuta sua existência. Numa sociedade liberal, o governo não pode e não deve controlar a cultura. Na verdade, a ausência de políticas de controle pode ser uma fonte de atração. O cineasta tcheco Milos Forman conta que quando o governo comunista deixou entrar o filme americano *Twelve Angry Men* por causa do seu retrato áspero das instituições americanas, os intelectuais tchecos responderam pensando: "Se esse país pode fazer esse tipo de coisa, oh, esse país deve ter um orgulho e deve ter uma força interior, e deve ser forte o suficiente e deve ser livre." (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

<sup>15</sup> Os retratos transmitem frequentemente valores mais poderosa do que palavras, e Hollywood é o grande promotor e exportador mundial de símbolos visuais (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

após a queda do Muro de Berlim, a globalização continua a aproximar os povos e a popularização das novas tecnologias de comunicação representa um salto da facilitação da disseminação do *soft power* de um Estado para outras partes do globo.

A modernização da economia da China, nesse sentido, se mostra como uma plataforma dinamizadora de Hollywood no Extremo Oriente. Cada vez mais se criam laços entre grandes estúdios cinematográficos e grupos de investidores chineses. No início de 2016 aconteceu a maior compra de uma empresa estadunidense por uma empresa chinesa, que foi o estúdio cinematográfico Legendary, adquirido pelo megaconglomerado Wanda Group. A abertura chinesa e as aventuras de Hollywood nos mercados estrangeiros têm contribuído para uma mudança fundamental na forma de se pensar o cinema dos Estados Unidos. Filmes como *Iron Man 3*, por exemplo, incluíram cenas extras em sua versão exibida na China, com uma trama que envolvia personagens chineses. Em outros casos, vilões chineses foram alterados nas versões finais dos filmes para não ofender o enorme mercado do país oriental. Medidas diplomáticas como essa são apenas um dos inúmeros fatores que fazem do *soft power* uma ferramenta única e de grande dimensão nas relações entre Estados. Antes da abertura chinesa, os poucos filmes de Hollywood que chegavam ao país, como uma amostra da cultura estadunidense, já causavam uma impressão e eram vistos como forma de resistência do regime do país.

In China, despite censorship, American news seeps across the border to Chinese elites through the Internet, other media, and educational exchanges. In 1989, student protesters in Tiananmen Square constructed a replica of the Statue of Liberty. One dissident told a foreign reporter that when she was forced to listen to local Communist Party leaders rage about America, she would hum Bob Dylan tunes in her head as her own silent revolution. Another reporter observed that “many believe that the recent trickle of Hollywood films into Chinese theatres, along with those illegal DVDs, has played a role in spurring yearnings for accelerated change among ordinary Chinese citizens.” (NYE, 2004, n.p.)<sup>16</sup>

A China, em ações como a compra do estúdio estadunidense Legendary, vem procurando absorver aspectos do *soft power* hollywoodiano em suas políticas com o restante do mundo. Phillip Cunningham (2016, n.p.) menciona que o contexto do surgimento de

---

<sup>16</sup> Na China, apesar da censura, as notícias americanas atravessam a fronteira para as elites chinesas através da Internet, outros meios de comunicação e intercâmbios educacionais. Em 1989, estudantes protestando na Praça Tiananmen construíram uma réplica da Estátua da Liberdade. Uma dissidente disse a um repórter estrangeiro que quando ela foi forçada a ouvir os líderes do Partido Comunista local difamar a América, ela zuniu melodias de Bob Dylan em sua cabeça como sua própria revolução silenciosa. Outro repórter observou que "muitos acreditam que o recente fluxo de filmes de Hollywood nos cinemas chineses, juntamente com esses DVDs ilegais, tem desempenhado um papel estimulando anseios por uma mudança acelerada entre os cidadãos chineses comuns" (NYE, 2004, p.n. tradução nossa).

Hollywood é extremamente diferente do momento atual vivido pela China, afirmando que o sucesso de Hollywood se deu de forma democrática, num contexto em que os diretores foram livres para errar. É necessário, assim, ter em mente as limitações nas tentativas de se projetar o *soft power*, pois construir uma atração, uma imagem positiva, pode ser um esforço fenomenal quando os valores compartilhados entre diferentes sociedades não são os mesmos.

No entanto, nem mesmo o *soft power* de Hollywood foi sempre independente e livre da presença do Estado. Durante a Segunda Guerra Mundial, a associação entre o governo e os estúdios de cinema foi intensa. Filmes de propaganda pró-Aliados e contra o Eixo Berlim-Roma-Tóquio foram produzidos, bem como narrativas que realçaram as alianças entre os Estados Unidos e demais países aliados na Guerra. Nesse contexto, destacaram-se os estúdios Disney, um dos estúdios mais pró-guerra da época, sendo inclusive considerado com um possível alvo de ataques inimigos e, por isso, fortemente protegido com barricadas e sacos de areia (NUHFER-HALTEN, 2011). Nye (2004) explica que o Escritório de Informação de Guerra (OWI na sigla em inglês), trabalhou lado a lado com os estúdios de Hollywood numa ofensiva cultural em diversos países do mundo:

After America's entry into the war, the government's cultural offensive became global in scope. In 1942 Roosevelt created the Office of Wartime Information (OWI) to deal in presumably accurate information, while an intelligence organization, the Office of Strategic Services (OSS), included dissemination of disinformation among its functions. The OWI even worked to shape Hollywood's products into effective propaganda tools, suggesting additions and deletions to films and denying licenses to others. And Hollywood executives, motivated by a mixture of patriotism and self interest, were happy to cooperate. Well before the Cold War, according to Richard Pells, "American corporate and advertising executives, as well as the heads of Hollywood studios, were selling not only their products but also America's culture and values, the secrets of its success, to the rest of the world." Wartime soft-power resources were created in part by the government and in part independently. (NYE, 2004, n.p.)<sup>17</sup>

No caso da América Latina, a Política de Boa Vizinhança (*Good Neighbor Policy*) desenvolvida pelo presidente estadunidense Franklin D. Roosevelt se utilizou do cinema como

---

<sup>17</sup> Após a entrada dos Estados Unidos na guerra, a ofensiva cultural do governo tornou-se global. Em 1942, Roosevelt criou o Office of Wartime Information (OWI) para tratar informações presumivelmente precisas, enquanto uma organização de inteligência, o Office of Strategic Services (OSS), incluiu a disseminação da desinformação entre suas funções. A OWI trabalhou até mesmo para moldar os produtos de Hollywood em ferramentas de propaganda eficazes, sugerindo adições e exclusões para filmes e negando licenças a outros. E os executivos de Hollywood, motivados por uma mistura de patriotismo e interesse próprio, estavam felizes em cooperar. Bem antes da Guerra Fria, de acordo com Richard Pells, "os executivos norte-americanos de corporações e publicidade, bem como os chefes dos estúdios de Hollywood, estavam vendendo não só seus produtos, mas também a cultura e os valores da América, os segredos de seu sucesso o resto do mundo". Os recursos de soft power em tempo de guerra foram criados em parte pelo governo e em parte de forma independente (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

ferramenta de implementação. Os estúdios Disney produziram dois longas-metragens, cujos pôsteres de divulgação podem ser vistos na Figura 1 (cada um deles compostos por diversas curtas histórias), e cuja função era aproximar os Estados Unidos e a América Latina, criando semelhanças entre as culturas desses povos (SHAW AND DENNISON, 2005). Para tanto, personagens novos foram criados, como o papagaio brasileiro Zé Carioca e o galo mexicano Pancho Pistolas. O primeiro filme, de 1942, chamado *Saludos Amigos* (*Alô, Amigos, no Brasil*), apresenta Zé Carioca ao já famoso Pato Donald e é dividido em quatro fragmentos que se passam por diversos países da América Latina, como Peru, Chile, Argentina e Brasil. No segundo filme, *The Three Caballeros* (*Você já foi à Bahia? No Brasil*), de 1944, introduz o personagem Pancho Pistolas e novamente apresenta países e regiões da América Latina, como as Ilhas Galápagos, a Patagônia, e países como Uruguai, Argentina, Brasil e México. Novamente a tentativa é de criar um clima amistoso entre os habitantes das diversas regiões das Américas. O filme conta com a presença de Aurora Miranda, irmã de Carmem Miranda, ambas atrizes que ganharam fama nos Estados Unidos durante o período da Política de Boa Vizinhança, quando atores e atrizes de toda a América Latina foram convidados a trabalhar em Hollywood.

Figura 1 - (a) Pôster de *Os Três Cavaleiros*, (b) Pôster de *Alô, Amigos*



Fonte: (a) THE THREE Caballeros (1944); (b) SALUDOS Amigos (1942)

Os filmes dirigidos à América Latina, embora tenham feito sucesso junto ao público e criado personagens até hoje reconhecidos, teve um resultado superficial no que diz respeito à

criação de laços de amizade entre Estados Unidos e América Latina. Na análise de Nuhfen-Halter (in Riper, 2011, p.219), apesar de parecerem educativos, traziam uma visão baseada no que os estadunidenses já pensavam sobre a América Latina. Ou seja, não trouxeram novidade alguma que pudesse realmente aproximar as duas regiões. Segundo a autora, o uso exagerado de estereótipos, a simplificação dos costumes e tornando toda a América Latina um bloco de culturas semelhantes e homogêneas, pôde ter sido até mesmo mais prejudicial à aproximação das duas regiões.

A influência do governo estadunidense em Hollywood não trouxe somente benefícios aos estúdios cinematográficos. De acordo com Todd Bennett (2012, p.42), havia, entre as décadas de 1930 e 1940, uma troca de favores entre os estúdios e o governo, que, para regular a exportação de filmes para mercados internacionais, cobrava que tais filmes representassem de forma benéfica os Estados Unidos e a sua cultura. De acordo com ele, era importante que Hollywood, uma máquina importante na Guerra mundial de ideias, produzisse o tipo de filme que refletisse uma boa imagem dos EUA. Até hoje, no entanto, os estudiosos preocupados em projetar o *soft power* dos Estados Unidos através do mundo se dividem quando o assunto é a influência governamental. Nye (2004) discute os prós e contras das ações do governo nas mídias de massa. O autor pondera que, numa democracia, é impossível haver poder absoluto sobre os meios de comunicação, sendo assim, irracional criar políticas de incentivo ao *soft power*. Tais políticas aumentarão os gastos públicos, mas seriam elas realmente necessárias quando há grupos que farão o mesmo trabalho sem receber do governo, como filmes e emissoras de TV? Nye (2004) argumenta que a dependência única e exclusiva dos atores privados pode pôr em cheque o tipo de representação que os Estados Unidos terão junto aos demais países do mundo.

Hollywood movies that offend religious fundamentalists in other countries or activities by American missionaries that appear to devalue Islam will always be outside the control of government. Some skeptics have concluded that Americans should accept the inevitable, and let market forces take care of the presentation of their culture and image to foreigners. Why pour money into the Voice of America when CNN, MSNBC, or Fox can do the work for free? (NYE, 2004, n.p.)<sup>18</sup>

Numa entrevista concedida à *Foreign Policy Association* em 2016, Nye continua sua argumentação sobre a eficácia do *soft power* quando há influência dos governos. Segundo ele, na comparação entre o *soft power* estadunidense e o chinês, há uma distinção importante que

---

<sup>18</sup> Os filmes de Hollywood que ofendem os fundamentalistas religiosos em outros países ou as atividades dos missionários americanos que parecem desvalorizar o islamismo estarão sempre fora do controle do governo. Alguns céticos concluíram que os americanos devem aceitar o inevitável e deixar que as forças do mercado cuidem da apresentação de sua cultura e imagem aos estrangeiros. Por que derramar dinheiro na Voz da América quando CNN, MSNBC, ou Fox podem fazer o trabalho de graça? (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

pode gerar uma limitação do alcance do *soft power* projetado por Pequim. De acordo com Nye, enquanto os Estados Unidos e países da Europa fazem grandes investimentos em *soft power* através de agências de diplomacia pública e outros incentivos a intercâmbios culturais, a maior parte do *soft power* provem diretamente da sociedade civil de forma espontânea. O que acontece na China, ainda segundo o autor, é um grande investimento do governo em *soft power*, mas que ao mesmo tempo limita as manifestações civis através de diversos tipos de censura. Tal limitação da atuação dos atores civis dentro do Estado acaba por comprometer o sucesso da projeção do *soft power* e é em si próprio um fator pouco atrativo quando se observa que a liberdade de expressão é um direito considerado universal por grande parte das culturas do planeta.

### 3 O JAPÃO E SEU POTENCIAL DE *SOFT POWER* NOS FILMES DO *STUDIO GHIBLI*

#### 3.1 DO JAPÃO FEUDAL À POTÊNCIA TECNOLÓGICA

Para uma melhor compreensão da posição atual assumida pelo Japão no sistema internacional é preciso fazer uma viagem às raízes da nação japonesa moderna, e tais raízes podem ser encontradas na segunda metade do século XIX, num período que os historiadores denominam de Restauração Meiji. Por mais complexo e multifacetado que tenha sido tal período da história do Japão, estudiosos geralmente concordam que os acontecimentos ligados a ele foram um divisor de águas. Nas palavras de Elise Tipton (2008, p.39), “no disagreements exist, however, about the fact that the Meiji Restoration is the key to our understanding of modern Japanese history”<sup>19</sup>. Perto da metade do século XIX, a região do Extremo Oriente, sobretudo o Japão e a China, vinha sofrendo diversas formas de pressão dos estados ocidentais, principalmente do Reino Unido. Enquanto o Ocidente se expandia, o Oriente se fechava, até o ponto em que não foi mais possível conter a sede britânica por comércio. Se por um lado a China viveu duas guerras com o Reino Unido para poder evitar o contato e manter-se fechada, o Japão, através de um golpe de estado, trocou de governo, se tornou um império e optou por transformações inspiradas nos próprios estados europeus. W. Beasley (1972) comenta que a Restauração Meiji teve um impacto tão grande na história do Japão quanto a Revolução Inglesa teve na Inglaterra e a Revolução Francesa na França.

Os impactos da Restauração Meiji não atingiram apenas o Japão. Eles foram, e ainda são, descritos como acontecimentos de repercussão mundial, não só pela clara influência que tiveram na história japonesa e na criação de um estado forte e influente, mas como modelo de desenvolvimento até hoje estudado. Marius B. Jansen (1995) observa que as transformações no regime político do Japão foram muito além de uma mudança de poder ocorrida em 3 de janeiro de 1868, pois converteram uma sociedade feudal numa sociedade capitalista num estágio econômico próximo aos das sociedades europeias da época:

Although the actual events of 1868 constituted little more than a shift of power within the old ruling class, the larger process referred to as the Meiji Restoration brought an end to the ascendancy of the warrior class and replaced the decentralized structure of early modern feudalism with a central state under the aegis of the traditional sovereign, now transformed into a modern monarch. The Restoration leaders undertook a series of vigorous steps to build national strength under capitalist institutions and rapidly propelled their country on the road to regional and

---

<sup>19</sup> No entanto, não existem discordâncias sobre o fato de que a Restauração Meiji é a chave para a nossa compreensão da história japonesa moderna (TIPTON, 2008, p.39, tradução nossa).

world power. Thus the Restoration constituted a major event for Japanese, East Asian, and world history. (JANSEN, 1995, p.144)<sup>20</sup>

Assim, pode-se resumir o período da Restauração Meiji (geralmente considerado de 1868 a 1912), como um período de transformações políticas, econômicas e sociais sem precedentes na história do Japão. Contudo, por mais que o país estivesse se espelhando nos estados europeus, e em grande parte atingindo seus objetivos de se transformar num estado moderno, centralizado e capitalista, essa restauração não se deu sem dificuldades. Uma das principais alterações socioeconômicas foi o fim do sistema feudal vigente no Japão pré-Meiji, chamado de sistema *han* (*haihan-chiken* em japonês) e o início da industrialização do país. Grande parte dessas transformações, no curto prazo, geraram efeitos negativos, como o aumento da pobreza com o fim do trabalho no campo e um grande aumento populacional nas áreas urbanas. Isso colaborou para que o Japão assinasse com o Brasil um tratado de migração, por exemplo, que trouxeram, a partir de 1908, imigrantes japoneses para a América do Sul e outras partes do mundo. Beasley (1972) resume a Restauração Meiji da seguinte forma:

The leaders who emerged as a result of these events were, after all, themselves the makers of the new Japan. During their lifetimes and under their direction, feudal separatism gave way to centralized bureaucracy, the social order was reconstructed, a conscript army replaced the samurai house-band as the ultimate instrument of authority, factories were established, trade was encouraged, and a Western Style of education was fostered in a system of state schools. In consequence, Japan was able within a generation to claim a place among the powerful and "enlightened" countries of the world. The slogans characterize the age: *fukoku-kōhei*, "enrich the country, strengthen the army"; *bunmei-kaika*, "civilization and enlightenment." (BEASLEY, 1972, p.2)<sup>21</sup>

Desde o princípio, fica clara a determinação do novo governo japonês em guiar o país numa direção oposta àquela que vinha seguindo nos séculos anteriores, moldada pelo

---

<sup>20</sup> Embora os acontecimentos reais de 1868 constituíssem pouco mais do que uma mudança de poder dentro da antiga classe dominante, o processo maior denominado Restauração Meiji acabou com a ascendência da classe guerreira e substituiu a estrutura descentralizada do feudalismo moderno primitivo por um Estado central sob a égide do soberano tradicional, agora transformado em um monarca moderno. Os líderes da Restauração empreenderam uma série de passos vigorosos para construir a força nacional sob as instituições capitalistas e rapidamente impulsionaram seu país na estrada para o poder regional e mundial. Assim, a Restauração constituiu um evento importante para a história do Japão, do Leste Asiático e do mundo. (JANSEN, 1995, p.144, tradução nossa).

<sup>21</sup> Os líderes que emergiram como resultado desses eventos foram, afinal de contas, os próprios criadores do novo Japão. Durante sua vida e sob sua direção, o separatismo feudal deu forma à burocracia centralizada, a ordem social foi reconstruída, um exército de conscritos substituiu a casa-banda samurai como o instrumento final da autoridade, as fábricas foram estabelecidas, o comércio foi encorajado e um estilo ocidental de educação foi fomentada em um sistema de escolas públicas. Em consequência, o Japão conseguiu dentro de uma geração reivindicar um lugar entre os países poderosos e "iluminados" do mundo. Os slogans caracterizam a idade: *fukoku-kōhei*, "enriquecer o país, fortalecer o exército"; *Bunmei-kaika*, "civilização e iluminação". (BEASLEY, 1972, p.2, tradução nossa).

isolamento, pelo protecionismo e pela autossuficiência. Ao longo de pouco mais de quatro décadas, portanto, o Japão surgia no cenário internacional como um novo ator. Jansen (1995) menciona que foi no mesmo período histórico, após a década de 1860, mesmo em condições e contextos bastante diversos, que a maioria dos estados ocidentais se consolidou. Segundo o autor, foi na segunda metade do século XIX que Inglaterra, França, Alemanha, Itália e até mesmo os Estados Unidos evoluíram para estados centralizados e sociedades de massa, em suas palavras.

England, France, Germany, Italy, and other European countries, as well as the United States, evolved as centralized and integrated mass societies that, for want of a better term, have been called modern states. Although no two modern states were exactly alike, they were generally characterized by centralization of state authority, on the one hand, and mass incorporation into the economy and polity, on the other. (JANSEN, 1995, p.268)<sup>22</sup>

Alguns teóricos, no entanto, minimizam a ideia de equiparação entre Japão e Ocidente, buscando explicar a necessidade de restauração e de industrialização no contexto asiático. De acordo com Kawakatsu e Latham (1994), mais importante do que se equiparar aos países europeus, a estratégia japonesa era de confrontar a China, sua antiga rival, num cenário asiático. O sociólogo italiano Giovanni Arrighi vai se utilizar dessa mesma concepção para fundamentar a atual ascensão do Leste Asiático centrada na China como um retorno a um sistema que séculos atrás já fora sino-cêntrico.

Cabe ressaltar, dessa forma, a existência de uma tradicional rivalidade entre Japão e China que muitas vezes se refletiu em conflitos armados. Durante o próprio Período Meiji as duas regiões se enfrentaram na Primeira Guerra Sino-Japonesa, entre 1894 e 1895, vencida pelos japoneses. Como resultado do conflito, o Japão confirmou sua soberania sobre a Península Coreana e estendeu seu domínio à Taiwan e às Ilhas Pescadores, aumentando seu poder regional e se sobressaindo junto à China como a principal potência do Extremo Oriente. A vitória japonesa e sua maior influência na região, sobretudo na Península de *Liaodong*, onde a China costumava conceder à Rússia um porto de águas quentes, alterou a geopolítica local. Dez anos mais tarde, então, foi a vez da Guerra Russo-Japonesa, entre 1904 e 1905, novamente vencida pelo Japão. Além de colocar o Japão de uma vez por todas como o principal país da região e um ator de poder global, a vitória na guerra serviu para alimentar o nacionalismo e o militarismo

---

<sup>22</sup> A Inglaterra, a França, a Alemanha, a Itália e outros países europeus, bem como os Estados Unidos, evoluíram como sociedades de massas centralizadas e integradas que, por falta de melhor termo, foram chamadas de Estados modernos. Embora não existissem dois Estados modernos exatamente iguais, eandales foram caracterizados geralmente pela centralização da autoridade do estado, de um lado, e a incorporação maciça na economia e na política, no outro. (JANSEN, 1995, p.268, tradução nossa)

japoneses, além de aumentar o domínio japonês na região, como mostra a Figura 2. Tipton (2008) menciona a vitória japonesa nas duas guerras como um momento de criação de identidade e de entrada no cenário mundial.

Defeat of China and later Russia gave Japanese a new sense of self as well as self-confidence and self-respect. Moreover, in the international arena not only did Japan gain independence and equality by revising the humiliating unequal treaties, it also achieved foreign recognition and parity with the Western powers by acquiring colonics through the two wars. Japan's new status was symbolized by an alliance formed in 1902 with Britain, then the most powerful nation in the world. (TIPTON, 2008, p.77)<sup>23</sup>

Figura 2 – Conquistas do Japão e territórios sob sua influência até 1914



Fonte: South African History Online<sup>24</sup>

<sup>23</sup> A derrota da China e, mais tarde, da Rússia deu aos japoneses um novo senso de autoconfiança e autoestima. Além disso, na esfera internacional, o Japão não só ganhou independência e igualdade ao rever os humilhantes tratados desiguais, mas também alcançou reconhecimento e paridade estrangeiros com as potências ocidentais ao adquirir colônias através das duas guerras. O novo status do Japão foi simbolizado por uma aliança formada em 1902 com a Grã-Bretanha, então a nação mais poderosa do mundo. (TIPTON, 2008, p.77, tradução nossa)

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://v1.sahistory.org.za/pages/hands-on-classroom/classroom/pages/projects/grade11/lesson9/05-Japanese%20Imperialism.htm>>. Acesso em 21 nov. 2016.

O início de uma aliança entre Japão e Reino Unido serviu para isolar ainda mais a China e fez com que, durante a Primeira Guerra Mundial, já no Período *Taisho*, o Japão prestasse auxílio à Tríplice Entente contra as aspirações alemãs no Pacífico. Além de expulsar com facilidade os alemães de seus postos na China, nas Ilhas Mariana e nas Ilhas Marshall, a guerra trouxe prosperidade para a economia japonesa, uma vez que os países europeus sofreram com o conflito atingindo seus territórios. Tipton (2008, p.104) argumenta que, com os países europeus preocupados com a produção de suplementos para a Guerra, países como o Japão lucram com a produção de itens básicos de manufatura.

Nesse sentido é importante citar que uma das principais estratégias da Restauração Meiji foi intensificar o comércio do Japão com outras regiões do globo. Mais uma vez, a concepção de que o programa de Estado japonês se diferenciava do que havia dominado a história anterior do país, restringida pelo isolacionismo, transpareceu. De acordo com Jansen (2002, p.426), foi a partir da década de 1880 que o comércio passou a ser um objetivo concreto do Japão Meiji. Sendo assim, segundo o autor, atos como a redução de gastos do governo, estímulo à indústria privada, desestímulo às importações estrangeiras e aumento da competitividade das *commodities* japonesas nos mercados internacionais foram fatores-chave para alavancar o crescimento econômico do país. Jansen (1995) ressalta aqui o importante papel das políticas de emigração japonesas, uma vez que o rápido crescimento populacional nos centros urbanos industriais e o desemprego de grupos que abandonaram o sistema feudal poderia trazer o caos social ao país.

Equally important was the beginning of Japanese emigration overseas. It was more an idea than an achievement, but already during the 1880s, writers were stressing the need for resettling the country's surplus population so that they would contribute to the nation's wealth and strength. In one of the earliest treatises on the subject, Mutó Sanji, a businessman, wrote in 1887 that Japan's lower, laboring classes should be resettled in large numbers overseas, particularly in Hawaii and the west coast of the United States. It would not only give them better opportunities to earn a livelihood but would also contribute to enriching the nation through their remittances home. (JANSEN, 1995, p.306)<sup>25</sup>

O crescimento econômico japonês, no entanto, também sofreu solavancos. Já no início do Período *Showa*, correspondente ao reinado do Imperador Hirohito (1926-1989), o cenário

---

<sup>25</sup> Igualmente importante foi o início da emigração japonesa para o exterior. Era mais uma idéia do que uma realização, mas já durante a década de 1880, os escritores estavam enfatizando a necessidade de reassentar a população excedente do país para que eles contribuíssem para a riqueza e força da nação. Em um dos primeiros tratados sobre o assunto, Mutó Sanji, um empresário, escreveu em 1887 que as classes trabalhadoras mais baixas do Japão deveriam ser reassentadas em grande número no exterior, particularmente no Havaí e na costa oeste dos Estados Unidos. Não só lhes daria melhores oportunidades de ganhar a vida, mas também contribuiria para enriquecer a nação através de suas remessas para casa (JANSEN, 1995, p.306, tradução nossa).

da economia japonesa era de recessão. O final da Primeira Guerra Mundial trouxe problemas ligados ao desaquecimento da economia que foram maximizados pela Grande Depressão de 1929. Tipton (2008, p.104) menciona o desemprego como um dos principais problemas pelo qual a sociedade japonesa do período passava: “unemployment became a problem for the first time, mainly for young males seeking either manufacturing jobs or white collar work”<sup>26</sup>. A insatisfação com a economia levou o governo a sofrer uma série de ataques e tentativas de golpe, sobretudo da extrema direita ultranacionalista, enquanto a economia japonesa perdia o espaço que ganhara durante a Primeira Guerra com a volta da competição com a Europa modernizada no mercado mundial (CHOUCRI, 2013). O militarismo e o nacionalismo, que eram crescentes desde o início do período Meiji, se intensificaram. Smethurst (1974) resume o sentimento da nação japonesa:

To millions of products of the civil and military educational systems, the emperor was not merely the supreme symbol of the state, the Japanese equivalent of the American flag; he was also the semi-divine father figure of a cohesive Japanese völkisch community that excluded outsiders. Japanese nationalism, not unlike the German cultural and linguistic form propounded by the disciples of Herder, Fichte and Hegel, was an ethnic nationalism based on "Japaneseness" in a homogeneous and long-isolated society. (SMETHURST, 1974, p.XVII)<sup>27</sup>

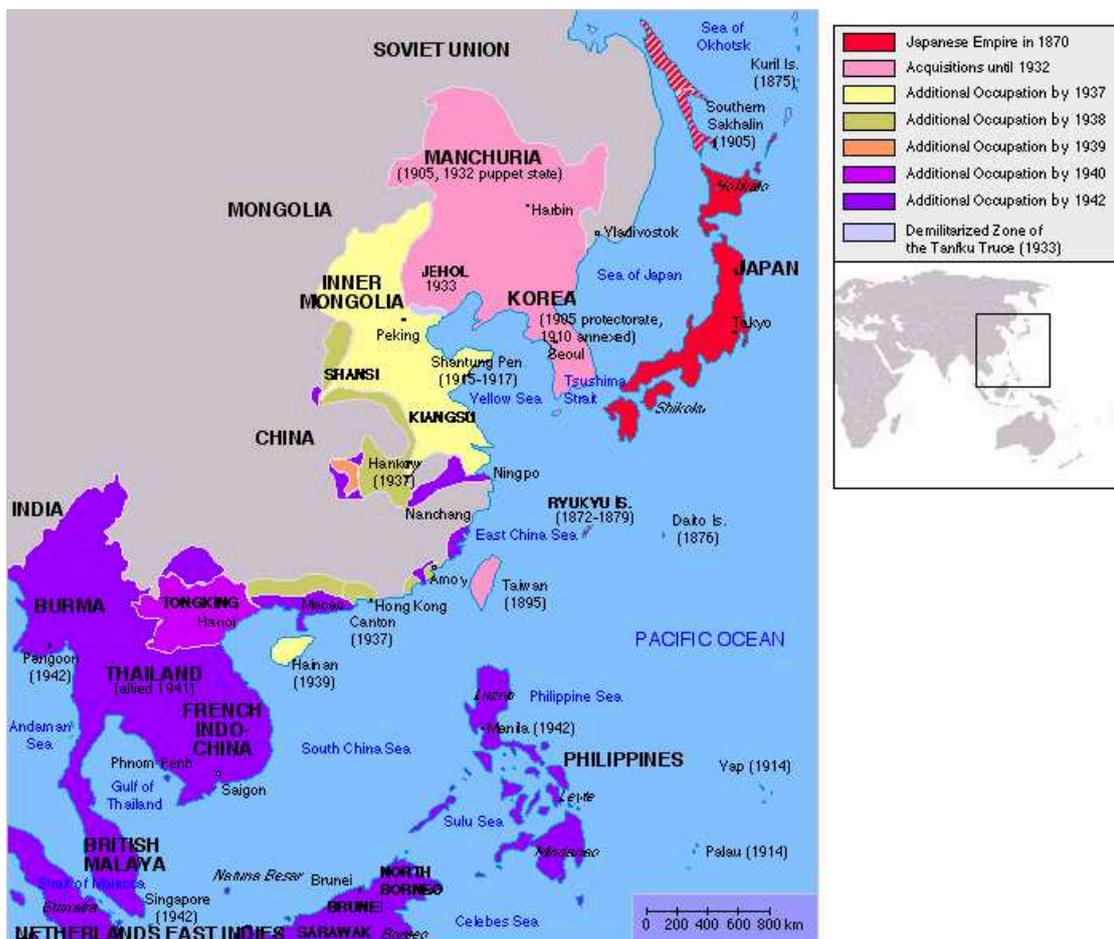
Ao mesmo tempo, o Japão era, nas primeiras décadas do século XX, um importante membro da comunidade e internacional, e suas ações se mostraram determinantes no curso da história das relações entre os mais diversos países da época. O principal exemplo disso foi o incidente da Manchúria, no qual o Japão invadiu a província chinesa com a justificativa de que estava protegendo a construção de uma estrada de ferro e ocupou a região de 1931 até o final da Segunda Guerra Mundial. Mesmo sendo membro do Conselho da Liga das Nações, o Japão foi pressionado a retirar suas tropas da Manchúria sob ameaça de sanções econômicas ou de declaração de guerra por parte de outros membros da liga, ações que nunca se concretizaram e simplesmente resultaram na saída do Japão da Liga das Nações. Tal acontecimento é utilizado até os dias atuais para exemplificar a ineficiência da organização e sua falha em evitar novos conflitos que intensificaram a possibilidade de uma nova guerra mundial.

<sup>26</sup> O desemprego se tornou um problema pela primeira vez, principalmente para os jovens do sexo masculino que procuram empregos de manufatura ou de colarinho branco (TIPTON, 2008 p.104, tradução nossa).

<sup>27</sup> A milhões de produtos dos sistemas educacionais civis e militares, o imperador não era meramente o símbolo supremo do estado, o equivalente japonês da bandeira americana; Ele era também a figura pai semi-divina de uma comunidade völkisch japonesa coesa que excluía estranhos. O nacionalismo japonês, ao contrário da forma cultural e lingüística alemã proposta pelos discípulos de Herder, Fichte e Hegel, era um nacionalismo étnico baseado em "Japaneseness" em uma sociedade homogênea e isolada há muito tempo. (SMETHURST, 1974, p.XVII, tradução nossa)

Com a eclosão de conflitos na Europa e o início da Segunda Guerra Mundial, o Japão, mesmo envolvido em outras ações contra a China, declarou guerra aos Estados Unidos com o ataque surpresa à base Pearl Harbor, no Havaí, que levou Washington a entrar definitivamente nos confrontos diretos da Segunda Guerra Mundial ao lado dos Aliados. Um ano antes o Japão havia assinado com a Alemanha e a Itália um tratado tripartite de mútuo auxílio em conflitos armados. Além disso, desde 1937 o Japão já estava em estado de guerra declarada à China e ocupava partes de seu território. Os motivos que levaram Tóquio a participar da Guerra e formar o Eixo com Berlim e Roma são variados e discutidos por diversos autores. Hotta (2013) menciona o completo embargo de petróleo dos Estados Unidos ao Japão como resposta às crescentes aspirações dos japoneses na Indochina como uma possível indicação de animosidade entre os dois países. Enquanto na Europa, Alemanha e Itália declaravam guerra aos Estados Unidos, no Pacífico, o Japão se expandia rapidamente, ocupando grande parte da China e dos países do Sudeste Asiático, além de Taiwan e Coreia, já sob ocupação prévia, como mostra a Figura 3.

Figura 3 – Territórios ocupados pelos japoneses antes e durante e Segunda Guerra Mundial



Fonte: Crandell (2014)

Ao contrário do cenário europeu da Segunda Guerra Mundial, pode-se observar que o conflito do Extremo Oriente se estendia muito antes da guerra se tornar verdadeiramente mundial. Desde o incidente da Manchúria em 1931, Japão e China vinham disputando territórios no Leste Asiático, principalmente após 1937. A ênfase após 1941, por parte do Japão, estava em criar um “Leste Asiático para os asiáticos”, expulsando a presença ocidental de Hong Kong, da Indochina, das Filipinas, da Indonésia e das ilhas do Pacífico mais próximas. Tais ações, a princípio, foram bem recebidas pelas populações locais. Mendl (2001, p.2) explica que “Many had welcomed the Japanese with open arms as liberators but soon turned to rebellion against their new masters. The experience of the war revealed the cultural gulf between the Japanese and the local populations”<sup>28</sup>. Assim, o que se mostrou realidade foi uma nova etapa de colonização, desta vez por parte dos japoneses, de seus vizinhos asiáticos. Vale ressaltar que, já na primeira metade do século XX, a região do Leste Asiático era moradia de uma grande parcela da população mundial, o que significa que o número de indivíduos, sobretudo civis, envolvidos de alguma forma no conflito da região, ultrapassou o número de afetados pela guerra no cenário europeu. Na tentativa de chamar a atenção do resto do mundo para a proporção do conflito que devastou o Leste Asiático e a região do Pacífico durante a Segunda Guerra Mundial, muitas vezes esquecida quando comparada ao conflito europeu, Gruhl (2011) resume a forma avassaladora tomada pelo conflito desde o incidente da Manchúria:

The true Story of this (1931-1945) theater of World War II is that Japan invaded Asian countries representing one third of the human race. This Great Asian-Pacific Crescent of Pain consisted of many hundreds of millions of People from Japan to Korea, China/Manchuria throughout Southeast Asia, the Pacific, and Indian Ocean islands. The Japanese military physically subjugated over half this population. The destruction of cities, towns, and villages was widespread. Many millions perished. (GRUHL, 2011, p.8)<sup>29</sup>

Apesar da rápida conquista de grande parte de regiões da Ásia e do Pacífico, nos últimos anos da guerra o Japão começou a sofrer uma série de derrotas importantes. Enquanto no cenário europeu a Alemanha nazista se rendia em abril de 1945, os conflitos no Pacífico continuaram até agosto do mesmo ano. A União Soviética entrou na guerra contra o Japão e

<sup>28</sup> Muitos receberam os japoneses com os braços abertos como libertadores, mas logo se voltaram para a rebelião contra seus novos mestres. A experiência da guerra revelou o fosso cultural entre os japoneses e as populações locais (MENDL, 2001, p.2, tradução nossa).

<sup>29</sup> A história verdadeira deste (1931-1945) teatro da Segunda Guerra Mundial é que o Japão invadiu países asiáticos representando um terço da raça humana. Este Grande Crescente de Dor Ásia-Pacífico consistia em centenas de milhões de pessoas do Japão à Coréia, China/Manchúria, em todo o Sudeste Asiático, no Pacífico e nas ilhas do Oceano Índico. Os militares japoneses subjugaram fisicamente mais de metade desta população. A destruição de cidades, vilas e aldeias era generalizada. Muitos milhões morreram (GRUHL, 2011, p.8, tradução nossa).

rapidamente expulsou as tropas nipônicas que ocupavam a Manchúria. Os governos dos Estados Unidos, do Reino Unido e da China publicaram no mês de julho de 1945 a Declaração de Potsdam, que exigia a rendição incondicional do Japão sob a ameaça de total destruição por parte das forças aliadas. Contudo, a rendição japonesa não veio até que os Estados Unidos, numa demonstração de poderio bélico, lançaram bombas atômicas em Hiroshima e Nagasaki, no que foi o primeiro e até hoje único uso de armas nucleares num conflito entre Estados.

Como citado anteriormente, o impacto da presença japonesa nas regiões ocupadas no Leste e no Sudeste Asiáticos foi imensa. Mendl (2001) argumenta que após a desocupação por parte dos japoneses, as populações locais preservaram um senso de desconfiança com relação à Tóquio. O período de ocupação, por mais curto que tenha sido, deixou marcas importantes na relação do Japão com os vizinhos do Pacífico. Gen Ooi (2004) explica que a própria natureza da ocupação resultou em uma movimentação que levou os países do Sudeste Asiático às suas independências nos anos que se seguiram à expulsão dos japoneses da região. O motivo principal de tal mudança política fora a violência dos militares japoneses contra as populações locais.

Although this period itself was not long, The occupation brought about drastic changes to Southeast Asia in many dimensions. Nationalistic awakening during the occupation brought about the Independence of various countries soon after the end of the war. Southeast Asians consider this awakening to have grown because Japanese rule was far more oppressive than that of the Western colonialists. (GEN OOI, 2004 p.682)<sup>30</sup>.

A relação entre Japão e o Sudeste Asiático, principalmente, só voltaria a se aproximar na década de 1970. A relação já pouco amistosa entre Japão e seus vizinhos mais próximos, Coreia e China, também sofreu fortes abalos com a ocupação japonesa nesses países, tendo como exemplo marcante o sequestro e aliciamento de mulheres coreanas e chinesas para servir como “mulheres de conforto” (eufemismo para mulheres que serviam como escravas sexuais) aos militares vindos do Japão (TANAKA, 2002).

Num curto espaço de tempo o Japão passou de país ocupante a país ocupado. Vencido na guerra após a entrada da União Soviética e os ataques nucleares em Hiroshima e Nagasaki, o governo japonês aceitou os termos da Declaração de Potsdam, com a condição de que o imperador continuasse sendo aceito como líder soberano do Estado Japonês. De 1945 a 1952

---

<sup>30</sup> Embora este período em si não fosse longo, a ocupação trouxe mudanças drásticas para o Sudeste Asiático em muitas dimensões. O despertar nacionalista durante a ocupação provocou a independência de vários países logo após o fim da guerra. Os asiáticos do Sudeste consideram este despertar ter crescido porque o governo japonês era muito mais opressivo do que o dos colonialistas ocidentais (GEN OOI, 2004, página 682, tradução nossa).

os Estados Unidos ocuparam o Japão e introduziram uma série de transformações políticas, sociais, econômicas e militares no país. Entrou em prática o sistema de São Francisco, que teve como base o tratado de São Francisco assinado em 1951 entre o Japão e os países aliados da Segunda Guerra Mundial, servindo como acordo de paz entre as nações envolvidas. O sistema era baseado em dois pilares: paz e democracia (GORDON, 1993). Assim, o Japão teve a obrigação de recusar o direito de declarar guerra a outros Estados, iniciando um processo de desmilitarização. Ao mesmo tempo o país passou por um processo de democratização, onde o imperador era visto somente como representante de estado, mas não o chefe do governo. Este seria então eleito pelos cidadãos japoneses, cujo direito ao voto foi estendido às mulheres. O processo de reconstrução econômica do Japão também foi fortemente auxiliado pelos Estados Unidos, uma vez que o país foi escolhido pela potência ocidental para servir como exemplo de prosperidade alcançada pelo capitalismo, evitando assim o avanço do comunismo na região do Pacífico (GOTO, 2003).

As políticas econômicas adotadas pelo Japão e influenciadas pelos Estados Unidos tiveram um rápido sucesso na recuperação da economia do país. Com isso, os anos que se seguiram à ocupação trouxeram um forte desempenho que fez com que o país alcançasse o posto de segunda maior economia do mundo entre o final da década de 1960 e o início da década de 1970. Inúmeros fatores são apontados para explicar o desempenho, por vezes chamado de “milagre econômico japonês”, como as características de trabalho e disciplina do povo japonês, as políticas bancárias de empréstimos a juros baixos para a indústria, a criação de um mercado doméstico de massa, altas taxas de poupança das famílias japonesas e principalmente os investimentos em educação focados em áreas de matemática e engenharias, que foram fundamentais para o desenvolvimento de importantes núcleos de Pesquisa e Desenvolvimento responsáveis por transformar o Japão num dos países mais tecnologicamente avançados do planeta (DEES, 2013).

Ainda em 1964, Tóquio sediou as Olimpíadas, evento que marcou o retorno do Japão no cenário internacional. O desenvolvimento econômico do país facilitou a construção de novos acessos aos países do Leste e Sudeste Asiáticos através de trocas comerciais e investimentos, principalmente no decorrer da década de 1970 com a Doutrina Fukuda (LAM, 2013). Além disso, o Japão se tornara, no ano de 1969, o líder em exportação de televisores, levando suas marcas para os mais diversos países do mundo e contribuindo para o alcance da fama de país tecnologicamente avançado (ALISON, 2004). A expectativa do Japão de se tornar a nova potência hegemônica, contudo, começou a diminuir na década de 1990 e nos anos que se seguiram, quando a economia do país deixou de crescer nos ritmos anteriores e entrou num

período de estagnação chamado de “década perdida”. Nesse período, a economia cresceu cerca de 1% ao ano, e mesmo com um reaquecimento em 2003, a crise financeira mundial de 2008 interrompeu uma possível recuperação (STADEN *et al.*, 2014). Além disso, outras características do Estado japonês têm se mostrado cruciais para que o país perca sua hegemonia regional para seu principal rival, a China, como por exemplo a escassez de recursos naturais devido ao seu relativamente pequeno território.

O papel do Japão no mundo atual se mantém em destaque, embora críticos argumentem que esse papel possa ser cada vez mais obscurecido pela ascensão chinesa. Mulgan (2014) cita três aspectos que prejudicam a capacidade do Japão manter e aumentar sua influência no sistema internacional atualmente: a perda de uma identidade nacional distinta; a continuidade dos problemas de cunhos político e econômico; e a pouca capacidade de liderança internacional, oriunda de políticas como a desmilitarização, que fez com que o país pouco participasse dos cenários internacionais que necessitavam de apoio militar, tanto para fins bélicos quanto para fins pacíficos. Dobson (2007) argumenta que mudanças institucionais no sistema internacional, como a transferência de poder do G8 para o G20, ambos dos quais o Japão é membro, ajudaram a diluir o poder internacional entre mais países. Além disso, um dos principais meios de influência do Japão do meio internacional, sua economia, é cada vez mais eclipsada por países emergentes, principalmente seu rival do Leste Asiático, a China, que em 2008 assumiu a posição de segunda maior economia do globo, deixando o Japão em terceiro depois de quase quarenta anos na vice-liderança. Ainda assim, o posto de terceira economia do mundo é relevante, bem como a atuação do Japão em foros de discussão internacionais e sua posição consolidada como Estado modelo de desenvolvimento. Nesse sentido, uma das principais conquistas japonesas que projetam o poder do país no sistema internacional está no *soft power*, uma ferramenta que pode ser útil para manter a posição do país entre os mais influentes do planeta.

### 3.2 COOL JAPAN E EXEMPLOS DO *SOFT POWER* JAPONÊS

Os instrumentos produtores de *soft power* no Japão têm qualificado o país como um dos mais poderosos do mundo nesse sentido. Desde o início da abertura do país para o Ocidente, no início da Era Meiji, a cultura e a sociedade japoneses chamaram a atenção do resto do mundo. Atualmente, elementos da história do Japão são conhecidos ao redor do mundo, como a cultura samurai. A culinária típica da região se popularizou, assim como esportes de origem no país, como o sumô e diversas artes marciais. O estereótipo da sociedade japonesa, tida no Ocidente

como organizada e disciplinada, é motivo de fascínio e diversos estudos feitos por cientistas políticos e sociólogos. Além disso, o rápido crescimento econômico e desenvolvimento social presenciados pelo Japão no pós-Segunda Guerra Mundial é motivo de admiração ao redor do globo, uma vez que transformaram um país arrasado pela guerra num dos países mais tecnologicamente avançados e com uma das melhores qualidades de vida do planeta. Mais recentemente a cultura pop japonesa tem alcançado diversos países do mundo, tendo grande aceitação entre jovens que admiram os jogos eletrônicos (videogames), a música pop japonesa (j-pop), a literatura de quadrinhos (mangá) e o cinema de animação (anime), marcas do que hoje é englobado na estratégia do *Cool Japan*. Nye dedica uma importante parte de sua obra de 2004 para argumentar em favor da capacidade de geração de *soft power* pelo Japão, citando as artes, a tecnologia e o desenvolvimento social como aspectos cruciais, mas sem deixar de fora a importante da cultura popular japonesa.

The decade-long economic slowdown of the 1990s tarnished Japan's reputation for economic prowess, but it did not erase the nation's soft-power resources. [...] Japanese manufacturers rule the roost in home video games. Japanese images dominated children's dreams quite handily over the last five years with their mix of cuteness and power. Pokémon cartoons are broadcast in 65 countries, and Japanese animation is a huge hit with American filmmakers and teenagers. Its style has spilled over into American design trends as well.<sup>38</sup> Japan's popular culture was still producing potential soft-power resources even after its economy slowed down. (NYE, 2004, n.p.)<sup>31</sup>

Diversos institutos de medida de *soft power* têm colocado o Japão entre os dez principais países geradores de *soft power* ou possuidores de recursos que possam gerar *soft power*. Em 2010, a revista britânica *Monocle*, em conjunto com o *Institute for Government*, lançou pela primeira vez um sistema de medida de *soft power* que buscou quantificar a capacidade de produção de *soft power* por Estados e criar um ranking daqueles que teriam maior potencialidade do seu uso. A tentativa da revista foi de criar uma opção às pesquisas de opinião, até então as únicas formas de medição de *soft power*. De acordo com a metodologia da pesquisa feita pela *Monocle* (MCCLORY, 2010), cinco pilares foram utilizados com base nos princípios de fontes de *soft power* sugerido por Nye (cultura, política externa e valores políticos), são eles:

1. Negócios/Inovações (incluindo número de patentes, competitividade em negócios, nível de

---

<sup>31</sup> A década de desaceleração econômica de 1990 manchou a reputação do Japão de proeza econômica, mas não apagou os recursos de soft power da nação. [...] Os fabricantes japoneses governam o mercado de videogames domésticos. As imagens japonesas dominaram os sonhos das crianças com bastante facilidade nos últimos cinco anos com sua mistura de beleza e poder. Pokémon é transmitido em 65 países, e animação japonesa é um grande sucesso com cineastas e adolescentes americanos. Seu estilo se espalhou em tendências de design americanas também. A cultura popular do Japão ainda estava produzindo recursos potenciais de soft power mesmo depois que sua economia desacelerou (NYE, 2004, n.p. tradução nossa).

corrupção, índices de inovação e investimentos diretos externos); 2. Cultura (incluindo número de turistas recebidos, alcance da mídia governamental; correspondentes internacionais no país; influência do idioma do país e sucesso nos esportes); 3. Diplomacia (que incluem auxílios financeiros fornecidos pelo país, idiomas falados pelo líder; alcance do visto do país, índice de força da marca nacional e número de missões culturais no exterior); 4. Governo (avaliando o Índice de Desenvolvimento Humano das Nações Unidas, índices de boa governança, índices de liberdade individual; confiança no governo e satisfação de vida no país); e 5. Educação (incluindo o número de estudantes estrangeiros no país, a presença de institutos de pesquisa think tanks e índices de qualidade do ensino superior). O Japão, em 2010, primeiro ano da pesquisa, ficou na 15ª posição, partindo para a 7ª colocação em 2011 e 6ª em 2012. Em 2013 o Japão alcançou a quinta posição no ranking, e no resultado de 2014/2015, chegou a quarta colocação, sua melhor até os dias de hoje. Mais recentemente, outros países do Leste Asiático aparecem, com a Coreia do Sul na 15ª posição, na 19ª colocação com a China, e na 23ª posição com Cingapura.

Outros índices buscam descrever o cenário mundial quando o assunto é *soft power*. Um deles é o Portland's *Soft Power* 30, desenvolvido por Jonathan McClory, que também esteve envolvido na elaboração do índice criado para a revista Monocle. A consultoria Portland também utilizou os princípios de Nye na elaboração do seu ranking e deu ênfase ao mundo digital, uma vez que o índice foi criado em parceria com o Facebook. Além disso, foram feitas pesquisas de opinião com indivíduos dos países analisados. Nele, como no índice da revista Monocle, o Japão foi o país asiático com a melhor colocação, alcançando o oitavo lugar em 2015. Outros países da região aparecem no ranking, como a Coreia do Sul, em 20ª, Singapura, em 21ª e China em 30ª. O *Real Instituto Elcano*, da Espanha, também produz um índice de presença global subdividida em presença militar, presença econômica e presença *soft*, esta última levando em consideração fatores culturais, turísticos e esportivos, além de fluxos de imigrantes, acesso à informática, número de patentes, publicações científicas, número de estudantes no ensino superior e cooperação para o desenvolvimento (OLIVIÉ, 2015). No ranking de 2015, o Japão apareceu na quinta posição quando somente a presença *soft* foi levada em consideração, seguido pela China, na sexta colocação, e a Coreia do Sul na 13ª posição. O índice elaborado pela *Elcano* é o único dos três índices analisados no qual a China aparece próxima ao Japão quando o assunto é *soft power*. Deve-se ressaltar, no entanto, que a metodologia do instituto espanhol não leva em conta os fatores observados por Nye e tem em sua metodologia um número bastante inferior de fatores analisados (por exemplo, no quesito

cultura, o índice *Elcano* leva em consideração apenas a quantidade de produtoras de cinema em cada país).

Para explicar a boa atuação do Japão nos índices de *soft power*, principalmente em relação aos seus vizinhos do Leste Asiático, é preciso observar a história do *soft power* japonês desde o seu surgimento. Com o início da Era Meiji no Japão e sua abertura para o resto do mundo, o governo japonês intensificou a presença do país em eventos internacionais, principalmente em feiras e exposições de arte, numa tentativa de atrair o público ocidental para as belezas do Japão. Tipton (2008) argumenta que uma função importante da presença em exposições era fazer com que o Ocidente se familiarizasse com o Japão e descobrisse o quão civilizado era o país. Sato (2011) menciona que participar das exposições internacionais era fator crucial para o desenvolvimento político e econômico do Japão na Era Meiji. Mesmo antes da abertura para o resto do mundo, a Exposição Internacional de 1862 em Londres contou com a presença de itens do Japão por meio de colecionadores britânicos. Nos anos seguintes, o Japão esteve presente em importantes exposições, como na Exposição Internacional de Viena em 1873, na Exposição Centenária da Filadélfia de 1876 e na Exposição Universal de Paris de 1878. O resultado foi um sucesso e criou, inclusive, uma nova tendência, o japonismo, que foi a influência da arte japonesa na arte ocidental. Artigos de origem japonesa eram cada vez mais desejados no Ocidente.

Since the late nineteenth century, the penetration of Japanese goods into the American market brought about a "Japan craze". After the Centennial Exhibition of 1876 in Philadelphia, when many Americans made their first contact with Japanese art and culture, high class Japanese art and culture gradually became popularized among the middle class and fitted to their taste. Then, the success Of the English light opera *The Mikado* (1885) by Gilbert and Sullivan and the popularity Of *Madame Butterfly* (1898) had a strong influence among middle-class audiences on forming a popular imagination of Japan as a land of refined culture.(MIYAO, 2013, p.155)<sup>32</sup>

Na virada do século XIX para o século XX o Japão estava na moda ao redor do mundo. "The ultimate in turn-of-the-century travel was to go to Japan—and shop like mad. And Japan, eager for foreign exchange, happily obliged"<sup>33</sup> (SHANNON, 2012, p.86). Ainda assim, com o

<sup>32</sup> Desde o final do século XIX, a penetração de produtos japoneses no mercado americano provocou uma "mania de Japão". Após a Exposição Centenária de Filadélfia em 1876, quando muitos americanos fizeram seu primeiro contato com a arte e cultura japonesas elas tornaram-se gradualmente popularizadada entre a classe média e adaptada a seu gosto. Então, o sucesso da ópera inglesa *O Mikado* (1885) por Gilbert e Sullivan e a popularidade de *Madame Butterfly* (1898) tiveram uma forte influência entre o público de classe média na formação de uma imaginação popular do Japão como uma terra de cultura refinada (MIYAO, 2013, p.155, tradução nossa).

<sup>33</sup> A melhor viagem no final do século foi viajar para o Japão e fazer compras como louco. E o Japão, ávido por câmbio, felizmente agradecia (SHANNON, 2012, p.86, tradução nossa).

passar dos anos e o aumento do poderio japonês, governos dos países ocidentais, principalmente após a vitória do Japão na Guerra Russo-Japonesa, começaram a alertar a população para o “perigo amarelo” representado pelo povo japonês (MIYAO, 2013). A participação de Tóquio na Segunda Guerra Mundial serviu para amedrontar ainda mais a comunidade internacional contra o perigo que o Japão representava, principalmente no contexto dos vizinhos Coreia e China, há anos ocupados e em conflito com os japoneses. As marcas da guerra perduram. De acordo com Nye (2004), ao contrário da Alemanha na Europa, que assumiu sua responsabilidade e buscou se desculpar por diversas atrocidades na Segunda Guerra Mundial, o Japão nunca fez o mesmo com seus vizinhos do Pacífico.

Após a ocupação estadunidense e a reconstrução do Japão na década de 1950, Tóquio foi escolhida como cidade sede dos Jogos Olímpicos de 1964, num evento que serviu como reentrada do Japão na comunidade internacional. O evento deveria ter acontecido em 1940, mas devido à guerra, ele não ocorreu. Após o fim do conflito, com o Japão destruído, o evento ocorreu em Londres, em 1948, Helsinque em 1952, Melbourne em 1956 e Roma em 1960. Em 1964 foi a primeira vez que os Jogos Olímpicos eram sediados num país asiático. A transformação do país, menos de 20 anos após o final do conflito mundial, também serviu para demonstrar aos países do bloco comunista a eficácia da economia capitalista, da democracia e da desmilitarização ocorridas no Japão. Em 2020, cinquenta e seis anos após sediá-los pela primeira vez, Tóquio voltará a receber os jogos olímpicos.

Nas décadas seguintes, o Japão passou pelo milagre econômico, se desenvolveu de forma sem precedentes e se tornou tecnologicamente avançado em diversas áreas, características que fizeram com que o país fosse admirado e visto como exemplo a ser seguido (NYE, 2004). Mesmo com os problemas econômicos vividos pelo país desde o final da década de 1980, o Japão continua sendo uma grande fonte de *soft power*, principalmente no que diz respeito à cultura popular do país, que desde o final da década de 1990 tem se mostrado mais capaz do que nunca de seduzir jovens e adultos nos mais diversos países. Em 2002, o jornalista estadunidense Douglas McGray publicou um artigo na revista *Foreign Policy* na qual ele explica que ao contrário do que se poderia esperar, o declínio econômico japonês não resultou numa menor capacidade de projeção do seu *soft power* cultural:

Instead of collapsing beneath its political and economic misfortunes, Japan’s global cultural influence has only grown. In fact, from pop music to consumer electronics, architecture to fashion, and food to art, Japan has far greater cultural influence now

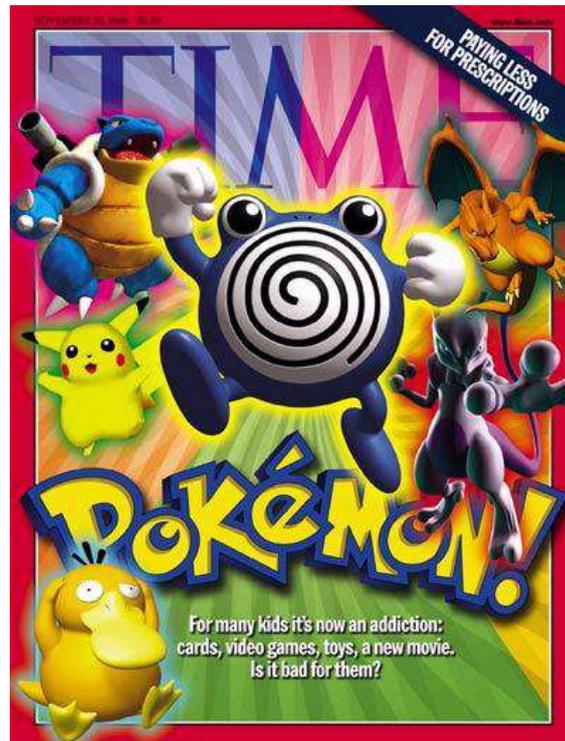
than it did in the 1980s, when it was an economic superpower. (MCGRAY, 2002, n.p.)<sup>34</sup>.

No mesmo artigo, intitulado “*Japan’s Gross National Cool*” (O Produto Interno Legal do Japão), McGray (2002) utiliza a expressão “*Cool Japan*” para se referir ao poderio cultural do país no âmbito das relações internacionais. O autor explica que o *soft power* cultural do Japão transcende aquele dos Estados Unidos. Citando exemplos da cultura popular japonesa, como programas animados infantis, música, filmes, jogos eletrônicos, culinária e moda, o autor argumenta que o *soft power* do Japão é diferente do estadunidense, considerando o primeiro mais ideologicamente vazio. O acesso que a cultura japonesa teve no Ocidente também foi diferenciado, invadindo aos poucos os canais de televisão e as bancas de revistas com animes e a mangás. Diversos ícones da cultura pop jovem japonesa tem clara associação com o Ocidente ou mesmo são nomeadas na língua inglesa, como Hello Kitty, Pokémon (amalgama de Pocket Monster) e Dragon Ball, por exemplo. Yuko Yamaguchi, criadora do design da Hello Kitty, em entrevista a McGray, explica que no período de criação da personagem, na década de 1980, era considerado elegante o uso de palavras em inglês. Em 1999, os monstros da série de jogos eletrônicos, anime e mangá, Pokémon foram a capa da revista estadunidense Time, como pode ser visto na Figura 4, citando que os monstros teriam se tornado um vício entre as crianças.

---

<sup>34</sup> Em vez de desmoronar sob seus infortúnios políticos e econômicos, a influência cultural global do Japão só cresceu. De fato, desde a música pop até a os produtos eletrônicos, arquitetura, a moda, a comida e a arte, o Japão tem uma influência cultural muito maior agora do que na década de 1980, quando era uma superpotência econômica (MCGRAY, 2002, n.p. tradução nossa).

Figura 4 – Franquia japonesa Pokémon na capa da revista Time, dos EUA



Fonte: Time (1999)

Aspectos do *Cool Japan* podem ser divididos em diferentes campos. Um dos quais o Japão mais prospera são os jogos eletrônicos. O país é tradicionalmente conhecido pelas grandes marcas produtoras de consoles para videogames, como a Nintendo e a Sony. Jogos famosos no mundo inteiro tiveram origem no Japão, como Super Mario, The Legend of Zelda e Donkey Kong. Na década de 1990, o lançamento de Pokémon, jogos portáteis para a Nintendo, se tornou rapidamente um sucesso mundial e conquistou as mais diferentes mídias, como cinema, televisão (anime), quadrinhos (mangá), jogos de cartas colecionáveis e brinquedos (BUCKLEY, 2009). Em 2016, o jogo completou 20 anos com o lançamento do aplicativo para celulares Pokémon GO, que se transformou num sucesso instantâneo nos países onde foi lançado, batendo recordes de *downloads*. Aos poucos, Pokémon se transformou numa marca associada à nacionalidade japonesa. Pikachu, o principal personagem de Pokémon, foi sendo incluído na vida dos japoneses, mesmo daqueles que não jogam videogames ou assistem desenhos animados. Parques temáticos de Pokémon foram inaugurados e aviões foram pintados com os monstros, como mostra a Figura 5 (TOBIN, 2004). Assim como os personagens da Disney, Mickey Mouse e Donald Duck, muitas vezes simbolizam os Estados Unidos, Pikachu e outros Pokémon podem ser vistos como símbolos do Japão.

Figura 5 – Aeronave da All Nippon Airways decorado com Pokémon



Fonte: ST Booking<sup>35</sup>

Para compreender o *Cool Japan* é preciso analisar a subcultura “otaku”, presente no Japão e disseminada ao redor do mundo através de, principalmente, mangás e animes. “Mangá” é a palavra japonesa para histórias em quadrinhos (Figura 6). Desde o seu aparecimento no século XIX, mangás ganharam popularidade no Japão entre crianças, adolescentes e mais recentemente adultos, de ambos os gêneros, conquistando inclusive leitores nos Estados Unidos e na Europa no pós-Segunda Guerra Mundial, mantendo o estilo e o formato japoneses, diferentes dos estilos e formatos encontrados no Ocidente (BUCKLEY, 2009). Já a palavra “anime” é a abreviação da palavra japonesa para filmes de animação, muitas vezes criados a partir de histórias já existentes em mangás. O cinema de animação japonês, desde a década de 1970, alcançou uma significativa parcela do mercado do país, consideravelmente maior do que as parcelas que os filmes de animação ocidentais encontram em seus países (BUCKLEY, 2009). Animes podem ser lançados na forma de filmes de cinema ou pela televisão, na forma de séries com múltiplos episódios. Os milhões de adoradores de mangás e animes no Japão e no resto do mundo são conhecidos popularmente pela denominação “otaku”.

<sup>35</sup> Disponível em: < <https://stbooking.co/en/3663>>. Acesso em 17 nov. 2016.

Figura 6 – Exemplo de uma página de mangá



Fonte: Manga School Nakano<sup>36</sup>

Outro traço bastante presente na cultura popular japonesa é o conceito de “kawaii”, que significa algo adorável ou “fofo”. Diferentemente da cultura *otaku*, *kawaii* não representa um grupo de pessoas, mas sim o interesse por tudo que é adorável, delicado e considerado “fofo” (BUCKLEY, 2009). A antropologista Christine Yano (2013) argumenta que a Hello Kitty (Figura 7), uma das principais representantes da cultura *kawaii*, se tornou conhecida mundialmente como ícone do Japão e é um dos principais símbolos do *Cool Japan*. Ela cita o fato da Hello Kitty ter sido nomeada a embaixadora do turismo para Hong Kong e China em 2008, como um exemplo da tentativa do governo japonês de interconectar política, indústria e nacionalidade. Outro exemplo dado por Yano é o fato de que o personagem *Doreamon* foi nomeado pelo governo japonês como o “embaixador anime” do país. A antropologista acredita que personagens infantis que invocam inocência, como os símbolos do *Cool Japan*, facilitam a reaproximação do país com regiões vizinhas que possuem um passado de conflito com o Japão.

<sup>36</sup> Disponível em: <<https://www.tmup.co/t/MangaSchoolNakano>>. Acesso em 11 nov. 2016.

Figura 7 – Bonecas Hello Kitty



Fonte: Pixabay<sup>37</sup>.

Assim, Yano acredita que o Japão se aproveita de sua cultura pop de grande sucesso entre jovens de todo o mundo para construir um novo tipo de diplomacia. “Hello Kitty and other pop culture *Cool Japan* symbols demonstrate the Japanese government's attempts to create its own “buzz” by *soft power* contagion reconfiguring these icons global success as national achievements”<sup>38</sup> (YANO, 2015, n.p.). O vídeo promocional das Olimpíadas de Tóquio de 2020, exibido na cerimônia de encerramento dos jogos do Rio de Janeiro de 2016, optaram por incluir, mais do que celebridades e esportistas japoneses, personagens do *Cool Japan*, como Doreamon, Hello Kitty e PacMan, além do primeiro ministro do país, Shinzo Abe, vestido como o personagem de videogames Super Mario (Figura 8). A antropologista explica que, num momento em que as circunstâncias globais não parecem as mais favoráveis para o Japão, a estratégia do *soft power* relacionado à cultura *cool/cute* aparece como uma alternativa que merece atenção:

Cute-Cool provides global currency in a market trade of youth culture that spans continents and oceans. At a time when Japan’s economic ascendancy has been overshadowed by that other East Asian giant, China; when its political regime faces constant global and domestic challenges; and when natural disasters and nuclear threats stand poised to overturn much of the infrastructure of contemporary life, a

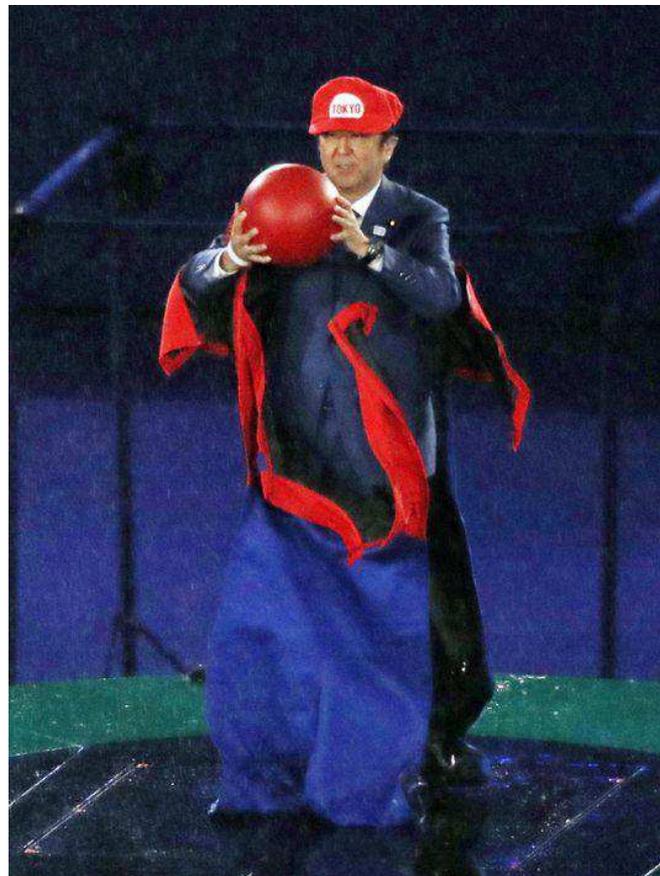
<sup>37</sup> Disponível em: <<https://pixabay.com/en/hello-kitty-colorful-fig-color-781142/>>. Acesso em 21 nov. 2016.

<sup>38</sup> Hello Kitty e outros símbolos da cultura pop do Cool Japan demonstram as tentativas do governo japonês para criar o seu próprio “buzz” pelo contágio do *soft power*, reconfigurando esses ícones de sucesso global como realizações nacionais (YANO, 2015, n.p. tradução nossa)

retreat into the easy comforts of *soft power* sounds like a welcome respite. (YANO, 2013, p.5)<sup>39</sup>

Assim, a cultura do Japão além de servir como uma válvula de escape, pode ser entendida como uma solução para diferentes problemas que o país vem enfrentando nas últimas décadas. Além da presença cada vez mais marcante da China no cenário internacional, a vizinha Coreia do Sul tem se mostrado outra forte candidata a potência do *soft power*, com ênfase na música como o fenômeno Gangnam Style, do cantor Psy.

Figura 8 – Primeiro Ministro do Japão, Shinzo Abe, vestido de Super Mario, no encerramento das Olimpíadas da 2016 no Rio de Janeiro



Fonte: USA Today.<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Cute-Cool fornece moeda global em um mercado de comércio de cultura juvenil que abrange continentes e oceanos. Em um momento em que a ascensão econômica do Japão foi ofuscada por esse outro gigante do Leste Asiático, a China; quando seu regime político enfrenta desafios globais e domésticos constantes; e quando as catástrofes naturais e ameaças nucleares estão prontas para derrubar grande parte da infra-estrutura da vida contemporânea, uma retirada para o conforto fácil de *soft power* soa como um refúgio bem-vindo. (YANO, 2013, p.5, tradução nossa)

<sup>40</sup> Disponível em: < <http://www.usatoday.com/story/sports/olympics/2016/08/22/japanese-prime-minister-abe-wows-rio-finale-as-super-mario/89091392/>>. Acesso em 5 nov. 2016.

Dessa forma, o próprio governo japonês enxergou no *soft power* uma alternativa importante para a recuperação do poderio regional e global, em aparente declínio desde a década de 1990. Em 2010, o governo japonês, sob o comando do primeiro ministro Shinzo Abe, começou a desenvolver uma estratégia para ampliar a indústria cultural do país através da “*Cool Japan Initiative*” e do Conselho para a Promoção do *Cool Japan*, dentro do Escritório de Promoção de Indústrias Criativas Ministério de Economia, Comércio e Indústria (CRAIG, 2016). A iniciativa contou com nove membros regulares e 34 palestrantes convidados, incluindo artistas das mais diversas áreas, como música, moda e entretenimento. A missão do conselho, de acordo com Abe, era aumentar a exportação de produtos culturais japoneses e melhorar a imagem nacional. De acordo com Tim Craig (2016, n.p.) “The aim of the initiative was to help the nation’s cultural and creative industries and producers capitalize commercially on the worldwide popularity of Japanese manga, anime, film, TV dramas, fashion, food, and other cultural products.”<sup>41</sup> Desde então a iniciativa tem desenvolvido diversos projetos para aumentar o investimento na exportação da cultura pop japonesa e sua expandir promoção no exterior.

---

<sup>41</sup> O objetivo da iniciativa era ajudar as indústrias culturais e criativas do país e os produtores a capitalizar comercialmente a popularidade mundial de mangás, animes, filmes, séries de TV, moda, alimentos e outros produtos culturais japoneses (CRAIG, 2016, n.p. tradução nossa).

#### 4 STUDIO GHIBLI E SEU POTENCIAL *SOFT POWER*

O cinema é uma das formas de cultura popular mais influentes no Japão (BUCLKEY, 2009), tendo aumentado seu alcance ao longo do século XX, passando a incluir mercados internacionais já no pós-Segunda Guerra Mundial. O cinema japonês teve sua era de ouro na década de 1950, com a notável vitória de *Rashomon*, do diretor Akira Kurosawa, no Festival de Cinema de Veneza em 1951. Desde então, o cinema se tornou um dos maiores produtos de exportação japoneses, principalmente o cinema de animação (NAPIER, 2016). Foi a década na qual o cinema japonês se popularizou dentro do país, alcançando mercados além das zonas urbanas dos grandes centros, e também no exterior, sendo sucesso de crítica internacional (BUCLKEY, 2009). Três filmes japoneses conquistaram a principal premiação estadunidense de cinema para filmes em língua estrangeira na década de 1950, *Rashomon*, *Samurai - A Lenda de Musashi* (dirigido por Hiroshi Inagaki) e *Jigokumon* (do diretor Teinosuke Kinugasa). A revista britânica *Sight and Sound* incluiu em sua lista de melhores filmes já produzidos a obra de Yasujiro Ozu, *Era uma vez em Tóquio*, de 1953. Somente em 2008 um outro filme japonês alcançou a mesma façanha dos filmes japoneses da década de ouro, *A Partida*, do diretor Yojiro Takita, que levou o Oscar de melhor filme estrangeiro.

Um clássico do cinema japonês, o filme *Godzilla*, de 1954 (Figura 9), ganhou popularidade do país e no restante do mundo, influenciando inclusive a criação de um gênero cinematográfico único, o *kaiju*, onde criaturas gigantescas invadem cidades e trazem destruição sem igual (BUCKLEY, 2009). O filme de ficção científica cujo monstro simboliza a destruição vivida pelos japoneses com o terror das bombas atômicas de Hiroshima e Nagasaki, segundo William Tsutsui (2006), foi um ícone pioneiro da cultura popular do Japão. A franquia de mais de 28 filmes, que nasceu na década de 1950 e vive até hoje, é a mais longa da história do cinema. Tsutsui (2006) argumenta que o filme foi uma espécie de embaixador do Japão, sendo uma das primeiras experiências de contato com a cultura japonesa que as sociedades ocidentais puderam vivenciar. O autor explica ainda a popularidade de tantos outros aspectos que têm origem na cultura popular japonesa, como a série *Power Rangers* e os jogos *Pokémon* e *Digimon*.

Figura 9 – Pôster do filme Godzilla de 1954



Fonte: GODZILLA (1954)

Nesse contexto, o cinema de animação japonês, ou anime, principalmente a partir da década de 1970, passou a compor grande parte das produções cinematográficas do país e, conseqüentemente, se transformou num produto de exportação (BUCKLEY, 2009). Susan Napier (2016) descreve uma importante mudança ocorrida na década de 1990, quando a cultura popular japonesa, incluindo os animes, passaram a ganhar espaço mundo afora, desbancando outros aspectos da cultura japonesa considerados mais elitistas, como as artes marciais e a cultura Zen. De acordo com Tsutsui (2006), o processo aconteceu quase que de forma despercebida pelo Ocidente, num processo longo que só pode ser entendido quando visto como um todo, desde o Godzilla da década de 1950 até as diversas séries de televisão das décadas de 1980 e 1990. No cinema, filmes como *Akira* e *Ghost in the Shell* acumularam milhões de dólares nas bilheteiras de todo o mundo (CRAIG, 2016), e ajudaram a consolidar o potencial lucrativo do anime nos mais diversos mercados cinematográficos. Napier (2016) argumenta que os animes, por conta de seus temas e seu formato, podem agir como embaixadores culturais do Japão, oferecendo aos espectadores uma amostra do que a cultura japonesa realmente é. Tal amostra pode variar, dependendo do anime, mas em grande parte das vezes tende a ser genuína.

Foi durante a década de 1980 que os cineastas Hayao Miyazaki e Isao Takahata se uniram para fundar o Studio Ghibli (Figura 10), um estúdio de cinema de animação na cidade de Tóquio. A fundação do estúdio se deu logo após a estreia de sucesso do filme *Nausicaä do*

*Vale do Vento*, em 1984, dirigido pelo próprio Miyazaki. No período de aproximadamente três décadas, o Studio Ghibli foi responsável pela produção de vinte filmes de animação de longa metragem e diversos curtas e comerciais para a televisão, alcançando fama no Japão e ao redor do mundo. Napier (2011, p.234) explica que a fama do estúdio revolve a qualidade do trabalho nele desenvolvido, adicionando que: “headed by the charismatic director and artist Miyazaki Hayao and his talented partner Takahata Isao, Ghibli has probably done more to increase anime's reputation as a genuinely artistic medium than any other studio”<sup>42</sup>. Com filmes bem avaliados pela crítica e com grande sucesso de público no Japão, foi apenas uma questão de tempo antes do Studio Ghibli começar a exportar seus filmes para o mercado internacional.

Figura 10 – Logotipo do Studio Ghibli



Os números que envolvem os filmes do estúdio demonstram o alcance que eles tiveram no Japão e no exterior. Dentre os trinta filmes de animação tradicionais (desenhados à mão) com a maior bilheteria mundial, mesmo com o domínio absoluto dos Estados Unidos e da indústria de Hollywood, o Japão é, em 2016, o único país a entrar na lista juntos com os estadunidenses, com sete filmes, cinco deles produzidos pelo Studio Ghibli. Dentre os dez filmes de animação japoneses que atingiram o maior sucesso de bilheteria, cinco foram produzidos pelo Studio Ghibli, como mostra a Tabela 2, incluindo *A Viagem de Chihiro*, dirigido por Miyazaki em 2001, e vencedor do Oscar de melhor filme de animação em 2002, sendo o primeiro filme de fora dos Estados Unidos a alcançar tal feito. Finalmente, dentre os dez filmes de maior bilheteria no Japão, cinco deles são filmes produzidos no país, sendo quatro filmes de animação produzidos no Japão, e, três deles pelo Studio Ghibli. Nesse mesmo ranking, o filme *A Viagem de Chihiro* aparece em primeiro lugar como o filme com maior bilheteria da

<sup>42</sup> Liderado pelo carismático diretor e artista Miyazaki Hayao e seu talentoso parceiro Takahata Isao, Ghibli provavelmente fez mais para aumentar a reputação do anime como um meio genuinamente artístico do que qualquer outro estúdio (NAPIER, 2011, p.234, tradução nossa).

história do cinema japonês, como mostra a Tabela 3 (obras produzidas no Japão em negrito; destaque para as obras do Studio Ghibli na primeira, quinta e sexta posições).

Tabela 2 – Filmes de animação japoneses com maior bilheteria mundial, com obras do Studio Ghibli na primeira, segunda, terceira, sétima e nona colocações

Ranking	Título	Bilheteria mundial	Ano
1	A Viagem de Chihiro	\$289,096,544	2001
2	O Castelo Animado	\$235,184,110	2004
3	Ponyo	\$201,750,937	2008
4	Stand by Me Doraemon	\$196,442,714	2014
5	Your Name	\$174,259,645	2016
6	Pokémon: The First Movie	\$163,644,662	1998
7	Princesa Mononoke	\$159,375,308	1997
8	O Mundo dos Pequeninós	\$145,570,827	2010
9	Vidas ao Vento	\$136,333,220	2013
10	Pokemon: The Movie 2000	\$133,949,270	2000

Fonte: THE NUMBERS (2016). Elaborado pelo autor.

Tabela 3 – Filmes com a maior bilheteria na história no mercado japonês (filmes japoneses em negrito)

Ranking	Título	Bilheteria (Bilhões de ¥)	Ano
<b>1</b>	<b>A Viagem de Chihiro</b>	<b>30.40</b>	<b>2001</b>
2	Titanic	26.20	1997
3	Frozen	25.48	2014
4	Harry Potter and the Philosopher's Stone	20.30	2001
<b>5</b>	<b>O Castelo Animado</b>	<b>19.60</b>	<b>2004</b>
<b>6</b>	<b>Princesa Mononoke</b>	<b>19.30</b>	<b>1997</b>
<b>7</b>	<b>Your Name</b>	<b>18.49</b>	<b>2016</b>
<b>8</b>	<b>Bayside Shakedown 2</b>	<b>17.35</b>	<b>2003</b>
9	Harry Potter and the Chamber of Secrets	17.30	2002
10	Avatar	15.60	2009

Fonte: THE NUMBERS (2016). Elaborado pelo autor.

Para exemplificar o sucesso do Studio Ghibli no exterior, Craig (2016) usa o exemplo de *A Viagem de Chihiro*, filme que alcançou 10 milhões de dólares no mercado japonês e 265 milhões de dólares no mercado internacional. O autor coloca o estúdio de cinema, ao lado da franquia Pokémon e dos produtos Hello Kitty, como os maiores exemplos de sucesso da exportação cultural japonesa num contexto onde o país é cada vez mais deficitário nessa balança comercial. Sendo assim, o presente estudo se propõe a analisar os principais filmes do Studio

Ghibli e identificar as fontes de *soft power* que mais podem suprir os interesses do governo japonês, tendo em vista a fala do Primeiro Ministro Abe na criação da Iniciativa *Cool Japan*: melhorar a imagem nacional. Para tanto foram selecionados dez dos vinte filmes produzidos pelo estúdio na tentativa de analisar os fatores que fazem com que as obras do Studio Ghibli tenham um grande apelo ao público internacional, funcionando assim como uma ferramenta de *soft power*.

O primeiro filme produzido após a fundação do Studio Ghibli, *O Castelo no Céu*, lançado em 1986, mostra a busca de dois jovens por um lendário castelo flutuante enquanto fogem de piratas e agentes estrangeiros. No filme, o castelo é na verdade uma cidade tecnologicamente avançada com uma gigantesca árvore no centro, na qual seus habitantes conviviam em harmonia com a natureza (Figura 11). O filme foi dirigido e escrito por Miyazaki e traz alguns temas que vão permear seus futuros trabalhos no Studio Ghibli. Um desses temas é o interesse pelo meio ambiente, como Anthony Lioi (2010, n.p.) comenta em seu ensaio, “Miyazaki's idea of harmony between first and second nature, the biosphere and the technosphere, in the absence of empire, is a profound contribution to the discussion of international environmental action against planetary dystopia”<sup>43</sup>. Nesse sentido, *O Castelo no Céu* implora por uma observação, ainda de acordo com Lioi, de que é preciso renunciar ao imperialismo, que gera a belicosidade, que por sua vez impede uma verdadeira aliança da humanidade com a natureza. Outro tema relevante na obra são as características dos jovens protagonistas, um rapaz, Pazu, e uma moça forte, Sheeta. Ao contrário do que as expectativas poderiam sugerir, os personagens não desenvolvem uma relação romântica.

Figura 11 – Cena de *O Castelo no Céu*



Fonte: CASTLE in the Sky (1986)

<sup>43</sup> A ideia de Miyazaki de harmonia entre a primeira e a segunda natureza, a biosfera e a tecnosfera, na ausência de império, é uma profunda contribuição para a discussão da ação ambiental internacional contra a distopia planetária (LIOI, 2010, n.p. tradução nossa).

Em 1988 o Studio Ghibli lançou dois filmes simultaneamente, um deles dirigido por Isao Takahata, que se chamou *Túmulo dos Vagalumes* e se passa nos meses finais da Segunda Guerra Mundial no Japão. O filme mostra a trágica história de um irmão e sua pequena irmã caçula tentando sobreviver em meio aos destroços e aos ataques dos aliados sofridos pelo Japão, em meio à destruição (Figura 12). Napier (2016) resume o tema do filme como uma história de vítimas. Tal perspectiva explora uma visão do Japão da qual o Ocidente não está acostumado a discutir, na qual o país assume uma posição de vítima, mesmo após toda a destruição causada por ele na guerra. O fato de que o filme foca naqueles mais afetados pelos ataques, jovens civis e crianças, desperta para o fato de que a população japonesa, como um todo, não deve ser considerada responsável por crimes de guerra cometidos por seu governo. Outros estudiosos, porém, argumentam que o tema do filme é uma crítica ao nacionalismo da época da guerra, uma vez que o irmão mais velho, Seita, passa grande parte da narrativa visualizando seu resgate e como poderia se vingar dos inimigos do Japão, enquanto a irmã, Setsuko, é a verdadeira vítima, não só da guerra, mas do egoísmo do irmão (GOLDBERG, 2009). Um filme melancólico, *Túmulo dos Vagalumes* não traz um final esperançoso, mas sim bastante realista e complexo, como poucos produtores de animações ocidentais se arriscariam a trabalhar.

Figura 12 – Cena de *Túmulo dos Vagalumes*, mostrando a destruição da guerra no Japão



Fonte: GRAVE of the Fireflies (1988)

Também em 1988, o Studio Ghibli lançou o filme *Meu Amigo Totoro*, dirigido por Miyazaki, no qual um dos personagens principais, Totoro, viria a se tornar o símbolo do estúdio. O filme conta a história de duas irmãs que se mudam para uma área rural do Japão pós-Segunda Guerra Mundial com sua mãe, que está doente. Lá elas fazem amizade com Totoro, um espírito que habita as florestas da região. Um dos principais temas do filme, apontados por críticos, é o contato com a natureza. Anna Blagrove (2015) menciona que o filme retrata um nostálgico Japão da década de 1950, quando era possível crescer em contato com a natureza, dormir ao ar livre, caminhar pelos bosques e viver a infância plenamente. Rieko Okuhara (2006) explica que

as personagens principais, sobretudo Mei, fazem com que os espectadores se aproximem e compreendam melhor o Japão, principalmente um Japão que cada vez mais espera que suas crianças cresçam e assumam responsabilidades logo cedo. Todas essas características do filme ajudam a entender como os espectadores do Japão e do exterior puderam se identificar com seus temas e, por consequência, com a obra japonesa de Miyazaki, que é de certa forma universal.

Um dos fatos marcantes relacionados ao filme *Meu Amigo Totoro* foi a grande popularidade alcançada por Totoro, que, no Japão, se tornou um boneco de pelúcia, o primeiro relacionado aos filmes do Studio Ghibli. Rapidamente o personagem passou a ser visto em diversas outras mídias, inclusive em pequenas aparições em outros filmes do estúdio. O mesmo aconteceu em diversos programas de televisão e vídeos dos Estados Unidos, onde Totoro fez rápidas aparições, como em *As Meninas Superpoderosas*, *Bob Esponja*, *South Park* e no filme *Toy Story 3* (Figura 13), lançado em 2010, mais de duas décadas após o lançamento de *Meu Amigo Totoro*, comprovando a longevidade do personagem na cultura popular internacional.

Figura 13 – Totoro no filme estadunidense *Toy Story 3*



Fonte: TOY Story (2010)

Em 1989 o Studio Ghibli lançou *O Serviço de Entregas da Kiki*, também dirigido por Miyazaki. No filme, uma jovem bruxa chamada Kiki tem como missão viver independente por um ano numa nova cidade. Lá ela utiliza suas habilidades de voar em vassouras para abrir um serviço de entregas. De acordo com o próprio Miyazaki (1989), o filme é uma metáfora para as jovens mulheres que buscam pela independência financeira e espiritual. Em 1991, foi a vez da estreia de *Memórias de Ontem*, dirigido por Takahata, ganhar a tela dos cinemas. O enredo do filme, apesar de muito mais realista do que o filme anterior de Miyazaki, também foca no universo feminino, contando a história de uma mulher que trabalha na cidade e, ao visitar sua família no interior, lembra dos sonhos que tinha na infância.

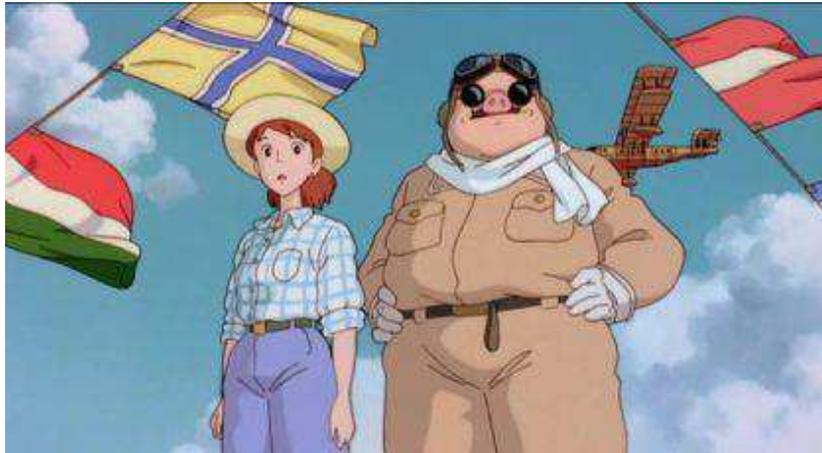
Muito se tem discutido a respeito do feminismo dos filmes do Studio Ghibli desde suas primeiras obras, em meados da década de 1980. Timothy Iles (2005) argumenta que mulheres protagonistas e em posição de poder mostram que os filmes do estúdio lidam com gênero de forma sadia e representativa. Num artigo para a revista *Salon*, Samuel Sattin (2014, n.p.) resume o compromisso do Studio Ghibli com a representação feminina num texto onde ele pede para que não considerem Miyazaki e seu estúdio como “o Walt Disney e o estúdio Pixar” do Japão, uma vez que seus valores são completamente diferentes dos valores dos estadunidenses, “from the unadorned heroics of Kiki, [...] in “Kiki’s Delivery Service,” to the feral “wolf girl” San of “Princess Mononoke,” the girls and women of Miyazaki’s imagination are forced to rely upon themselves, and rarely if ever turn to men to ensure their safety”<sup>44</sup>. Segundo o autor, o sucesso de Miyazaki e seu estúdio vem do fato de que ele escolheu ser exatamente aquilo que os estúdios ocidentais não são.

No ano de 1994, Miyazaki lançou o filme *Porco Rosso: O Último Herói Romântico*, cujo enredo narra as aventuras de um ex-piloto italiano da Primeira Guerra Mundial que sofreu um feitiço que o transformou num porco. Repleto de referências políticas, o filme foi lançado no contexto da Guerra do Golfo e dos conflitos na ex-Iugoslávia. Em sua análise do filme, Daisuke Akimoto (2013), se embasando na obra do teórico das relações Kenneth Waltz, enumera os três níveis abordados no filme para explicar a condição do personagem principal Porco Rosso e o motivo pelo qual ele foi transformado num porco. De acordo com Akimoto, uma análise dos fatores egoísmo (individual), nacionalismo (estatal) e militarismo (guerra) é necessária para se compreender a metáfora utilizada por Miyazaki para compor a mensagem pacifista do filme. Além disso o autor discute as técnicas de “*soft power*” de diversos personagens do filme para evitar conflitos, bem como a política anti-guerra adotada por Porco Rosso. Em determinado momento da obra, Porco Rosso exclama que prefere ser um porco do que um fascista, o que indica seu descontentamento com o estado atual de militarização do Entre Guerras na Europa, e que, dessa forma, prefere ceder sua forma humana para não precisar fazer parte desse processo. A insistência na memória da guerra, contexto no qual o filme foi lançado, indica a tentativa de Miyazaki de expressar para o mundo seu descontentamento com a contínua insistência humana em usar a guerra como meio de resolução de conflitos, atingindo em cheio a mensagem das grandes potências que acordaram pela Guerra do Golfo junto às Nações Unidas e aos países da OTAN em sua participação nos conflitos nos Balcãs.

---

<sup>44</sup> Desde o heroísmo sem adornos de Kiki, [...] no "Serviço de Entregas da Kiki", até a feroz "lobeira" San de "Princesa Mononoke", as meninas e mulheres da imaginação de Miyazaki são forçadas a confiar em si mesmas e praticamente nunca se voltam para os homens para garantir a sua segurança (SATTIN, 2014, n.p. tradução nossa).

Figura 14 – O piloto Porco Rosso após feitiço em cena do filme homônimo



Fonte: PORCO Rosso (1992)

Os próximos dois filmes lançados pelo Studio Ghibli, *Pom Poko* e *O Sussurro do Coração*, em 1994 e 1995, foram dirigidos por Isao Takahata e Yoshifumi Kondo, respectivamente. Enquanto o primeiro trata da união de guaxinins que moram em Tóquio e lutam contra o avanço da urbanização, o segundo narra a história de amor de um casal que vive a cada vez mais solitária vida das metrópoles. É possível conectar ambos os filmes a um tema bastante presente entre as obras do Studio Ghibli, que evocam a necessidade de contrapor o avanço urbano e tecnológico com o contato à natureza e a proteção ao meio ambiente. É nítida a preocupação dos cineastas com a temática da vida moderna, o que pode ser associado ao fato do Japão ser um Estado precursor no que diz respeito à penetração da tecnologia no dia a dia dos cidadãos do país.

Ambientado durante a Era Muromachi do Japão, *Princesa Mononoke*, dirigido por Miyazaki e lançado em 1997, retoma o tema do ambientalismo (Figura 15). Na história do filme, humanos, animais e deuses da floresta lutam pelos recursos da natureza. Christine Hoff Kraemer (2004) afirma que o filme representa a complexidade do cinema produzido pelo Studio Ghibli, citando como exemplo a personagem Lady Eboshi, que no papel de antagonista, não pode ser comparada com os típicos vilões maniqueístas da Disney, uma vez que apresenta características associadas ao bem, como o cuidado com pessoas doentes, deficientes e marginalizadas em geral. Dessa forma Kraemer (2004, n.p.) conclui que “where Disney films tend to affirm existing cultural values, Miyazaki's perform a complicated dance between performing Japanese cultural values and destabilizing them”<sup>45</sup>.

<sup>45</sup> Onde os filmes da Disney tendem a afirmar os valores culturais existentes, Miyazaki realiza uma dança complicada entre a realização de valores culturais japoneses e sua desestabilização (KRAEMER, 2004, n.p. tradução nossa).

Figura 15 – Pôster de *Princesa Mononoke*

Fonte: PRINCESS Mononoke (1997)

No final da década de 1990, após o sucesso de *Princesa Mononoke*, até o hiato que o Studio Ghibli decidiu tomar em 2014, outros onze filmes foram lançados. O que alcançou maior sucesso no Japão e no exterior foi *A Viagem de Chihiro*, filme que mantém o título de maior bilheteria do cinema japonês e único filme produzido fora dos Estados Unidos a vencer o Oscar de melhor filme de animação, em 2002. Em agosto de 2016, a rede britânica BBC colocou o filme em quarto lugar entre os melhores filmes do século XIX. *A Viagem de Chihiro* foi o filme que marcou a internacionalização dos produtos do Studio Ghibli e introduziu a cultura japonesa para dezenas de milhares de espectadores nos mais diversos países.

De acordo com Andrew Osmond (2008), uma das temáticas do filme era a reaproximação das gerações atuais com importantes tradições japonesas, assim como oferecer às gerações de espectadores adultos uma conexão com paisagens e ambientes de décadas atrás, o que de certa forma reforça um certo nacionalismo, mas por um Japão que, devido ao avanço tecnológico, deixou de existir. Outros estudiosos, como Ayumi Suzuki (2009), exploram a forma como a qual *A Viagem de Chihiro* pode servir como uma alegoria para a sociedade capitalista atual, comentando e criticando o fato de que Chihiro se vê presa num mundo onde o trabalho físico é seu único recurso e sua única forma de sobreviver. Yubada, uma das principais antagonistas do filme, usa roupas que evocam um estilo europeu (Figura 16), enquanto o cenário é típico do Japão do final do século XIX, o que aponta para uma crítica à influência europeia e do capitalismo no Japão da Era Meiji.

Figura 16 – No centro da cena, Yubaba, antagonista de *A Viagem de Chihiro*



Fonte: SPIRITED Away (2001)

Em 2004, o Studio Ghibli lançou um novo filme dirigido por Miyazaki: *O Castelo Animado*. O enredo do filme trata de uma jovem chapeleira, chamada Sophie, transformada numa velha senhora. Na tentativa de desfazer o feitiço, a chapeleira encontra um mago chamado Howl que vive o dilema de ter que lutar numa guerra. Mais uma vez o cineasta aborda temas presentes em outras obras de sua carreira, como o pacifismo, além de temáticas feministas e da questão da idade. Lançado logo após a invasão do Iraque pelos Estados Unidos numa decisão unilateral sem a autorização das Nações Unidas, o filme acompanhou as críticas de Miyazaki ao governo estadunidense. Numa entrevista ao jornal Los Angeles Times em 2009, o diretor explica que não esteve presente na cerimônia de entrega do Oscar de 2003, quando *A Viagem de Chihiro* venceu na categoria melhor animação, por conta de sua oposição à invasão estadunidense do Iraque.

Numa análise de *O Castelo Animado*, Akimoto (2014, n.p.) descreve as características de Howl como as do Japão atual dividido entre a manutenção da política pacifista e a retomada do militarismo, citando que “Howl’s ambivalent attitude towards war is as changeable as Japan’s security identity. Still, this film consistently emphasizes Howl’s non-killing policy, even though he fights back against his enemies during warfare”<sup>46</sup>. Num outro momento Akimoto analisa a semelhança entre uma cena na qual Sophie é abordada por soldados (Figura 17) com um incidente no qual soldados estadunidenses, estacionados na ilha japonesa de Okinawa, abusaram sexualmente de uma japonesa de 12 anos de idade, um caso que chocou a opinião pública do país e alimentou o descontentamento civil com relação às bases militares estadunidenses no Japão.

<sup>46</sup> A atitude ambígua de Howl em relação à guerra é tão variável quanto a identidade de segurança do Japão. Ainda assim, este filme consistentemente enfatiza a política de não matar de Howl, mesmo que ele lute contra seus inimigos durante a guerra (AKIMOTO, 2014, n.p. tradução nossa).

Figura 17 – Soldados abordando Sophie numa cena de *O Castelo Animado*



Fonte: HOWL's Moving Castle (2004)

Em 2008 o Studio Ghibli lançou um novo filme dirigido por Miyazaki: *Ponyo - Uma Amizade que Veio do Mar* (Figura 18). Diversos críticos apontaram para as semelhanças entre o filme, que narra a história de uma princesa peixinho dourado (a titular Ponyo), com o filme da Disney de 1989, *A Pequena Sereia*. Em ambas as obras, os seres marítimos possuem uma grande vontade de se tornarem humanos. Enquanto no filme de Miyazaki, Ponyo encontra um pequeno rapaz chamado Sosuke e desenvolve com ele uma forte relação de amizade, no filme estadunidense, Ariel se apaixona pelo príncipe humano e troca sua voz pela possibilidade de ter pernas e habitar o mundo do príncipe. De acordo com o ensaio de Rachel Manija Brown (2009), as semelhanças entre as obras acabam cedo, uma vez que a mensagem do filme de Miyazaki é de compreensão e aceitação, já que Sosuke garante que aceitará Ponyo do jeito que ela for, seja como peixe ou como menina, enquanto o príncipe de *A Pequena Sereia* não possui esse mesmo entendimento. Outros importantes títulos lançados pelo Studio Ghibli na última década incluem *O Mundo dos Pequeninos* (2010), dirigido por Hiromasa Yonebayashi, e *Da Colina Kokuriko*, dirigido por Goro Miyazaki, filho de Hayao Miyazaki.

Figura 18 - Ponyo e Sosuke em cena de Ponyo - Uma Amizade que Veio do Mar



Fonte: PONYO (2008)

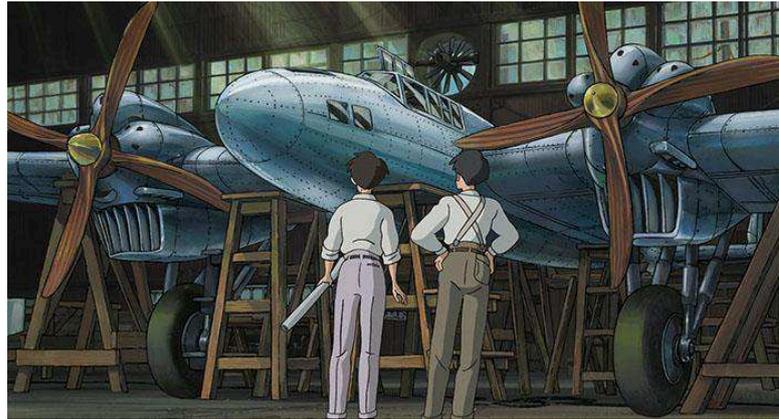
O último filme aqui analisado foi lançado em 2013, logo antes de Hayao Miyazaki anunciar sua aposentadoria e um ano antes do Studio Ghibli anunciar seu hiato em 2014. Se trata de *Vidas ao Vento*, dirigido por Miyazaki e narrando a biografia ficcionalizada de Jiro Horikoshi, engenheiro chefe japonês que criou o design de inúmeras aeronaves utilizadas pelo governo do Japão na Segunda Guerra Mundial. Num primeiro momento, a temática do filme e seu protagonista pode parecer uma contradição, tendo em vista os valores pacifistas tão bem trabalhados por Miyazaki e outros cineastas do Studio Ghibli em diversos filmes. No entanto, Jiro, tanto na vida real quanto na obra de Miyazaki, se mostrou anti-guerra e percebia as ambições do Império Japonês como fúteis. Matthew Penney (2013, n.p.), em seu artigo sobre o filme, resume o objetivo de Miyazaki: “What Miyazaki offers is a layered look at how Horikoshi’s passion for flight was captured by capital and militarism, and the implications of this for thinking about the history of technology and the long 20th century<sup>47</sup>”. Mais uma vez o cineasta aborda o horror à guerra, ao nacionalismo e ao militarismo numa obra que pode ser entendida como sua última. Penney (2013) descreve a necessidade de Miyazaki narrar a história de Jiro numa tentativa de expor os erros cometidos pelo Japão no passado e alertá-lo para que não volte a cometê-los.

*Vidas ao Vento* não se viu livre de duras críticas. Daisuke Akimoto (2016) menciona que da perspectiva coreana, por exemplo, pode-se entender o filme como uma admiração pelo Japão às vésperas da Segunda Guerra Mundial, ou até mesmo uma representação do Japão como vítima. A escolha do protagonista foi vista com ressalvas por críticos de diversos países da

<sup>47</sup> O que Miyazaki oferece é um olhar mergulhado em como a paixão de Horikoshi pelo voo foi capturada pelo capitalismo e pelo militarismo, e as implicações deste para pensar sobre a história da tecnologia e o longo século XX (PENNEY, 2013, n.p. tradução nossa).

região do Pacífico e até mesmo do Japão, como menciona um artigo do jornal britânico *The Guardian*, de Justin McCurry, da época do lançamento do filme. McCurry (2013) comenta que, no Japão, Miyazaki foi criticado pela esquerda e por representantes de minorias coreanas que vivem no país pela escolha do protagonista e pelo fato do filme exaltar o criador de aeronaves usadas em missões suicidas e ataques como o de Pearl Harbor (Figura 19).

Figura 19 - Jiro observa aeronaves em cena do filme *Vidas ao Vento*



Fonte: THE WIND Rises (2013)

Ao mesmo tempo, a direita nacionalista do Japão criticou o filme por ele sugerir que a entrada do Japão na guerra se deu por arrogância e futilidade. No exterior, as críticas a *Vidas ao Vento* não foram menos pesadas. O crítico Inkoo Kang (2013, n.p.) comentou que a obra de Miyazaki cujos significados variam enormemente dependendo do contexto geográfico e cultural onde ele fosse exibido de forma que “Miyazaki should have fought for it to never leave his homeland”<sup>48</sup>. Ainda assim, William Benzón (2016) menciona a intencionalidade na escolha do protagonista, uma vez que Miyazaki fez questão de apresentar os efeitos da guerra nas pessoas que viveram aquele período e cujos sonhos foram roubados pelo pesadelo da belicosidade.

After all, he could have told a completely fictionalized story about an engineer who worked on the “good” side of a war. Or even about an engineer who didn’t work on war planes at all. Or about a composer, an artist, or even an animator working in a commercial marketplace for a wide popular audience. But that’s not the film Miyazaki made. (BENZÓN, 2016, p.60)<sup>49</sup>

<sup>48</sup> Miyazaki deveria ter lutado para que ele nunca saísse do seu país natal (KANG, 2013, n.p. tradução nossa).

<sup>49</sup> Afinal, ele poderia ter contado uma história completamente ficcional sobre um engenheiro que trabalhou no lado “bom” de uma guerra. Ou até mesmo sobre um engenheiro que não trabalhou em aviões de guerra em tudo. Ou sobre um compositor, um artista, ou mesmo um animador que trabalha em um mercado comercial para uma ampla audiência popular. Mas esse não é o filme que Miyazaki fez. (BENZÓN, 2016, p.60), tradução nossa)

Pode-se concluir assim, após breve análise dos principais filmes do Studio Ghibli, que o principal diferencial dessas obras está nos temas nelas abordados. O atrativo de tais filmes está presente nas escolhas dos cineastas em trabalhar com questões pouco desenvolvidas em outros estúdios cinematográficos no exterior e até mesmo no Japão. Mesmo no contexto do *soft power* japonês, o Studio Ghibli aparece como um movimento interessante de reconstrução do significado da sociedade japonesa. Temas como o pacifismo e a aversão à guerra transcorrem diversos filmes de Miyazaki e companhia num momento em que o Japão cogita deixar de lado tal política anti-guerra. Ao mesmo tempo os filmes do estúdio criticam o avanço desenfreado da tecnologia num país que certamente teve o maior salto tecnológico visto na história da humanidade durante os anos do pós-Segunda Guerra Mundial. A crítica ao capitalismo, ao uso de recursos naturais de forma pouco sustentável e à falta de contato com a natureza são temas recorrentes e pouco presentes em animações de estúdios como a Disney. É nesse vácuo de atuação que o Studio Ghibli se encaixa e dissemina seu *soft power*, espalhando valores que muitas vezes são vistos como ausentes nas sociedades ocidentais, criticando o modo de vida atual e que foi forçado ao Japão pelo Ocidente mais de uma vez na história do país.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cenário atual da região do Pacífico é bastante intrigante no que diz respeito à geopolítica, à economia e às relações de poder entre Estados, organizações e indivíduos. Fatores históricos fizeram como que o Japão tivesse a oportunidade, desde a restauração Meiji, de se impor como o principal país da região e esboçar ambições imperialistas para com as nações vizinhas. O contexto atual é bastante complexo e já não tão favorável ao Japão quanto foi há quatro ou cinco décadas atrás. Sua rival de longa data, a China é hoje um Estado em plena expansão e cujas ambições ainda são desconhecidas. No entanto, é visível que o crescimento econômico chinês traz preocupação ao governo japonês, que tendo que lidar com uma estagnação econômica que duas décadas, precisa buscar alternativas para expandir sua influência regional e global. Dessa forma, o uso do *soft power* pode ser visto como um caminho a ser seguido, uma vez que, de forma espontânea e sem influência direta do governo o Japão tem invadido lares de milhares de pessoas nos mais diversos países graças aos seriados de animação, filmes, jogos eletrônicos, culinária, entre outros. Ciente desse poder em potencial, o Japão vem buscando, através de programas como o *Cool Japan*, deixar de ser um país apenas detentor de *soft power*, mas tornar-se um projetor, usando o *soft power* a favor da melhoria da imagem nacional, por exemplo. Tendo em vista a pergunta 1. desse estudo, pode-se concluir que características como as culturas otaku e kawaii encontram ampla aceitação em jovens, bem como os aspectos da cultura japonesa que se popularizaram internacionalmente, como a gastronomia e as artes marciais. Como argumenta a professora Christine Yano (2015), tais aspectos, como parte de uma marca nacional, sugerem um Japão mais benigno e menos ameaçador, facilitando sua reaproximação de antigos rivais e regiões colonizadas.

Na tentativa de responder à pergunta 2. desse estudo, focando no potencial de *soft power* do Studio Ghibli, pode-se concluir, após a análise de alguns filmes desse estúdio, que seus eixos temáticos (pacifismo, ambientalismo, feminismo, etc), apesar de diversos, são bastante recorrentes em diversas obras, independentemente do diretor do filme em questão. No decorrer de mais de três décadas, os filmes do estúdio procuraram abordar valores caros aos cineastas que os produziram, seja eu maior ou menor grau. Um dos temas principais desses filmes é sem dúvidas a aversão à guerra e o pacifismo, mesmo quando tal aspecto não é o foco principal do enredo. *Túmulo dos Vagalumes*, *Porco Rosso: O Último Herói Romântico*, *O Castelo Animado*, e *Vidas ao Vento* exploram de uma forma ou de outra as consequências da guerra e como os ideais de militarismo e nacionalismo podem ser nocivas. Num Estado como o Japão, cujas

marcas da Segunda Guerra Mundial são até hoje sentidas e cuja destruição atômica foi presenciada em sua única amostra na história da humanidade, é de se compreender a preocupação de artistas e indivíduos em geral com a possibilidade de retomada a tempos tão sombrios. Além disso, uma reafirmação da política de pacifismo japonesa é bem-vinda, principalmente em países vizinhos da região do Pacífico, que sofreram com invasões do Império Japonês. Tal tema não é tão presente em filmes de animação produzidos nos Estados Unidos, por exemplo, talvez pela experiência bélica nunca ter tido grandes consequências na população civil de seu território.

Outros importantes temas que destacam e identificam o trabalho do Studio Ghibli são a aversão à tecnologia e ao capitalismo quando esses implicam num desligamento das tradições, dos objetivos de vida e das experiências da infância. *O Castelo no Céu*, *Meu Amigo Totoro*, *Memórias de Ontem*, *A Viagem de Chihiro*, *Pom Poko* e *O Sussurro do Coração* trazem a preocupação com a natureza e o meio ambiente. Mais uma vez, a história do Japão, cujo desenvolvimento econômico e social das décadas do milagre econômico foi único na história humana recente, marcam as narrativas dos filmes do Studio Ghibli. Pode-se inclusive incluir as inúmeras reformas do período Meiji como um antecessor dessa mudança em direção ao capitalismo influenciada pelo Ocidente. Tal preocupação é rara em filmes produzidos nos Estados Unidos ou na Europa, cujas etapas bruscas de desenvolvimento econômico acelerado estão num passado mais remoto.

Por fim, uma outra característica marcante de diversos filmes do Studio Ghibli está no protagonismo feminino. Praticamente todos os filmes do estúdio possuem personagens femininas complexas, tanto as protagonistas quanto as antagonistas. As mulheres dos filmes de ação, como *Princesa Mononoke* e *O Castelo no Céu* são fortes, independentes e não precisam ser salvas por personagens masculinos, como é comum em diversas narrativas, sobretudo aquelas associadas ao estúdio Disney, como os clássicos contos de fadas. Além disso, em filmes como *Memórias de Ontem*, *A Viagem de Chihiro* e *O Serviço de Entregas da Kiki*, as personagens femininas são corajosas e destemidas, enfrentando diversos obstáculos (sejam eles a sociedade ou monstros fantásticos) para atingir seus objetivos. Vale ressaltar que poucos são os filmes do Studio Ghibli cujo resultado ou objetivo das personagens seja romântico, o que reforça o argumento de que tais filmes procuram representar a complexidade feminina tão ausente em diversas obras ocidentais.

Assim, pode-se concluir que um dos principais atrativos dos filmes do Studio Ghibli esteja associado à oferta de temáticas e questões ausentes em outras formas de cultura popular disponíveis no mundo. Uma vez que o Estado japonês apresenta características e uma história

tão únicas, a cultura popular nele produzida tende a refletir tais experiências. O Studio Ghibli ganha mercados justamente por não ser uma continuação da simples proposta de Hollywood, por exemplo. Num mundo onde o imperialismo e as ambições capitalistas são cada vez mais colocadas em cheque, o estúdio de Miyazaki e companhia se destaca por atacar tais ideias. O poder de sedução, e por consequência, o *soft power* dos filmes desses filmes de animação japoneses se sobressaem justamente por atacar direta ou indiretamente o poder de outros Estados ou até mesmo outras facetas do *soft power* japonês. Não há nada mais antagônico do que o papel feminino das personagens dos filmes de Miyazaki e o fenômeno japonês *kawaii*. Sendo assim, no contexto do *Cool Japan*, os filmes aqui analisados podem parecer divergentes, mas podem também representar uma alternativa. A cultura japonesa, assim toda cultura, é multifacetada e pode ser sentida e experimentada das mais diversas formas. A forma escolhida pelos membros do Studio Ghibli representa um Japão que não se rende aos efeitos, muitas vezes nefastos, do avanço tecnológico e do individualismo e que procura o equilíbrio entre os seres humanos e a natureza de forma sustentável e pacífica.

Num contexto cada vez mais delicado, onde questões como disputas territoriais ocupam as manchetes dos jornais internacionais com relação aos países do Pacífico, a pura e simples retomada da militarização tem ganhado novos aderentes no Japão. Nesse sentido, o *soft power* originado pelo Studio Ghibli merece grande atenção e análises minuciosas. Não se trata de um *soft power* proveniente simplesmente pelo lucro econômico, como a venda de bonecas da *Hello Kitty* ou jogos *Pokémon*, mas sim um *soft power* com conotações políticas, que podem transformar o “*Cool Japan*” num “*honorable and peaceful Japan*”. Um Japão que não se rende à corrida armamentista e que procura o diálogo diplomático mesmo frente a questões duras e complexas. É a hora do Japão dar ouvidos e se deixar influenciar pelo seu próprio *soft power*, especificamente aquele que promove a paz e a harmonia entre os povos. Se há espaço no sistema internacional para um Japão no desenrolar do século XXI, esse Japão não é o Japão do nacionalismo, da guerra, da energia nuclear ou da poluição fora de controle, mas sim o Japão do pacifismo, das tradições milenares, das tecnologias sustentáveis; o Japão do *soft power*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKIMOTO, D. A Pig, the State, and War: Porco Rosso. **Animation Studies Online Journal**, v. 9, 2013. Disponível em: < <https://journal.animationstudies.org/daisuke-akimoto-a-pig-the-state-and-war-porco-rosso/>>. Acesso em 15 out. 2016.

AKIMOTO, D. Howl's Moving Castle in the War on Terror: A Transformative Analysis of the Iraq War and Japan's Responde. **Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies**, v. 14, n. 2, 2014. Disponível em: < <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol14/iss2/akimoto.html>>. Acesso em 2 nov. 2016.

AKIMOTO, D. War Memory, War Responsibility, and Anti-War Pacifism in Director Miyazaki's The Wind Rises. **Soka University Peace Research Institute**, 2016. Disponível em: < <http://libir.soka.ac.jp/dspace/bitstream/10911/4018/1/shk28-045.pdf>>. Acesso em 2 nov. 2016.

AKIRA. Direção: Katsuhiro Otomo. Tóquio: Toho, 1988.

ALLINSON, G. D. **Japan's Postwar History**. New York: Cornell University Press, 2004. 223p.

BEASLEY, W. **The Meiji Restoration**. Stanford: Stanford University Press, 1972. 528p.

BENNETT, M. T. **One World, Big Screen: Hollywood, the Allies, and World War II**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2012. 384p.

BENZON, W. L. Miyazaki's Metaphysics: Some Observations on the Wind Rises. 2016. Disponível em: < [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2812252](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2812252)>. Acesso em 25 out. 2016.

BESTOR, V.; BESTOR, T.; YAMAGATA, A. **Routledge Handbook of Japanese Culture and Society**. Taylor & Francis, 2011. 344p.

BLAGROVE, A. **Oceans, Forests, and Kami: Environment, Location, and Spirituality in Miyazaki's Films**. University of East Anglia, 2015. Disponível em: < [https://www.academia.edu/12168891/Oceans\\_Forests\\_and\\_Kami\\_Environment\\_Location\\_and\\_Spirituality\\_in\\_Miyazakis\\_Films](https://www.academia.edu/12168891/Oceans_Forests_and_Kami_Environment_Location_and_Spirituality_in_Miyazakis_Films)>. Acesso em 1 nov. 2016.

BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de Política I**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998. 674p.

BRASIL. Instrução Normativa N° 88, de 02 de março de 2010. Brasília: **Diretoria Colegiada da Agência Nacional do Cinema**, 2010. Disponível em: < <http://www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-88-de-02-de-mar-o-de-2010>>. Acesso em 4 nov. 2016.

BROWN, R. M. My Amphibious Love: Ponyo's Re-envisioning of The Little Mermaid. **The Internet Review of Science Fiction**, 2009. Disponível em: < <http://www.irosf.com/q/zine/article/10615>>. Acesso em 21 out. 2016.

BUCKLEY, S. **The Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture**. Taylor & Francis, 2009. 634p.

CASTLE in the Sky. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 1986.

CHOUCRI, N. **Challenge of Japan Before World War II**. New York: Routledge, 2013. 414p.

CRAIG, T. Cool Japan. **PressBooks**, 2016. Disponível em: < <https://cooljapan.pressbooks.com/>>. Acesso em 19 out. 2016.

CRANDELL, Y. S. Surviving the Battle of Okinawa: Memories of a Schoolgirl. **The Asia-Pacific Journal**, v. 12, n. 14, 2014. Disponível em: < <http://apjff.org/2014/12/14/Yoshiko-Sakumoto-Crandell/4103/article.html>>. Acesso em 4 out. 2016.

CUNNINGHAM, P. Hollywood's Soft Power is Hard to Copy. **China US Focus**, 2016. Disponível em: < <http://m.chinausfocus.com/article/4251.html>>. Acesso em 5 out. 2016.

DEES, B. C. **The Allied Occupation and Japan's Economic Miracle: Building the Foundations of Japanese Science and Technology 1945-52**. New York: Routledge, 2013. 410p.

DOBSON, H.; HOOK, G. D. **Global Governance and Japan: The Institutional Architecture**. New York: Routledge, 2007. 288p.

GODZILLA. Direção: Ishiro Honda. Tóquio: Toho, 1954.

GOLDBERG, W. Transcending the Victim's History: Takahata Isao's Grave of the Fireflies. **Mechademia**, v. 4, p.39-52, 2009. Disponível em: < [https://www.academia.edu/574908/Transcending\\_the\\_Victims\\_History\\_Takahata\\_Isaos\\_Grave\\_of\\_the\\_Fireflies](https://www.academia.edu/574908/Transcending_the_Victims_History_Takahata_Isaos_Grave_of_the_Fireflies)>. Acesso em 2 nov. 2016.

GORDON, A. **Postwar Japan as History**. Berkeley: University of California Press, 1993. 496p.

GOTO, K. **Tensions of Empire: Japan and Southeast Asia in the Colonial and Postcolonial World**. Singapore: NUS Press, 2003. 349p.

GRAVE of the Fireflies. Direção: Isao Takahata. Tóquio: Studio Ghibli, 1988.

GRUHL, W. **Imperial Japan's World War Two: 1931-1945**. New Jersey: Transaction Publishers, 2011. 254p.

HOTTA, E. **Japan 1941: Countdown to Infamy**. New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2013. 352p.

HOWL's Moving Castle. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 2004.

ILES, T. Female Voices, Male Words: Problems of Communication, Identity and Gendered Social Construction in Contemporary Japanese Cinema. **Electronic Journal of Contemporary**

**Japanese Studies**, n. 3, 2005. Disponível em: < <http://www.japanesestudies.org.uk/discussionpapers/2005/iles.html>>. Acesso em 5 nov. 2016.

JANSEN, M. B. **The Emergence of Meiji Japan**. Cambridge: Cambridge University Press, 1995. 351p.

JANSEN, M. B. **The Making of Modern Japan**. Massachusetts: Harvard University Press, 2002. 871p.

KANG, I. The Trouble with The Wind Rises. **The Village Voice**, 2013. Disponível em: < <http://www.villagevoice.com/film/the-trouble-with-the-wind-rises-6440390>>. Acesso em 1 nov. 2016.

KAWAKATSU, H.; LATHAM, A. J. H. **Japanese Industrialization and the Asian Economy**. New York: Routledge, 1994. 251p.

KIKI's Delivery Service. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 1989.

KRAEMER, C. H. Between the Worlds: Liminality and Self-Sacrifice in Princess Mononoke. **Journal of Religion and Film**, v. 8, n. 1, 2004. Disponível em: < <https://www.unomaha.edu/jrf/Vol8No1/BetweenWorlds.htm>>. Acesso em 29 out. 2016.

KUHN, A.; WESTWELL, G. **A Dictionary of Film Studies**. Oxford University Press, 2012. 516p.

LAM, P. E. **Japan's Relations with Southeast Asia: The Fukuda Doctrine and Beyond**. New York: Routledge, 2013. 203p.

LIOI, A. The City Ascends: Laputa: Castle in the Sky as Criptical Ecotopia. **Image Text**, v. 5, n. 2, 2010. Disponível em: < [http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v5\\_2/lioi/](http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v5_2/lioi/)>. Acesso em 2 nov. 2016.

MAXIME, G. Joseph Nye of Soft Power. **E-International Relations**, 2013. Disponível em: < <http://www.e-ir.info/2013/03/08/joseph-nye-on-soft-power/>>. Acesso em 21 set. 2016.

MCCLORY, J. The New Persuaders: An international ranking of soft power. **Institute for Government**, 2010. Disponível em: < [http://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders\\_0.pdf](http://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders_0.pdf)>. Acesso em 29 set. 2016.

MCCLORY, J. The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power. **The Soft Power 30 Report**, Portland, 2015. Disponível em: < [http://comresglobal.com/wp-content/uploads/2015/07/Report\\_Final-published.pdf](http://comresglobal.com/wp-content/uploads/2015/07/Report_Final-published.pdf)>. Acesso em 2 nov. 2016.

MCCURRY, J. Japanese animator under fire for film tribute to warplane designer. **The Guardian**, 2013. Disponível em: < <https://www.theguardian.com/world/2013/aug/23/hayao-miyazaki-film-wind-rises>>. Acesso em 13 out. 2016.

MCGRAY, D. Japan's Gross National Cool. **Foreign Policy**, 2009. Disponível em: < <http://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool/>>. Acesso em 26 out. 2016.

MENDL, W. **Japan and South East Asia: From the Meiji Restoration to 1945**, vol. 1. Taylor & Francis, 2001. 861p.

MIYAO, D. **The Oxford Handbook of Japanese Cinema**. Oxford University Press, 2013. 483p.

MORAN, A. **Film Policy: International, National and Regional Perspectives**. New York: Routledge, 2005. 304p.

MULGAN, A. G. **Ozawa Ichiro and Japanese Politics: Old Versus New**. New York: Routledge, 2014. 340p.

MY NEIGHBOR Totoro. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 1988.

NAPIER, S. J. **Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation**. New York: St. Martin's Griffin, 2016. 384p.

NYE, J. **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**. New York: Basic Books, 1991. 307p.

NYE, J. Think Again: Soft Power. **Foreign Policy**, 2006. Disponível em: <<http://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>>. Acesso em 1 nov. 2016.

NYE, J. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. New York: PublicAffairs, 2004. 191p.

NYE, J. **The Future of Power**. New York: PublicAffairs, 2011. 300p.

OKUHARA, R. Walking Along with Nature: A Psychological Interpretation of My Neighbor Totoro. **The Looking Glass**, v. 10, n. 2, 2006. Disponível em: <<http://www.the-looking-glass.net/index.php/tlg/article/view/104/100>>. Acesso em 9 nov. 2016.

OLIVIÉ, I.; GARCÍA-CALVO, C.; GRACIA, M. Elcano Global Presence Report 2015. **Real Instituto Elcano**, Madrid, 2015. Disponível em: <[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/f36b5f004830c24a8e3b8fe0dd72d861/Global\\_Presence\\_2015.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=f36b5f004830c24a8e3b8fe0dd72d861](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/f36b5f004830c24a8e3b8fe0dd72d861/Global_Presence_2015.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=f36b5f004830c24a8e3b8fe0dd72d861)>. Acesso em 2 nov. 2016.

OOI, K. G. **Southeast Asia: A Historical Encyclopedia, from Angkor Wat to East Timor**, vol. 1. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2004. 1791p.

OSMOND, A. **Spirited Away**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008. 121p.

PENNEY, M. Miyazaki Hayao's Kaze Tachinu (The Wind Rises). **The Asia-Pacific Journal**, v. 11, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://apjjf.org/2013/11/30/Matthew-Penney/3976/article.html>>. Acesso em 21 set. 2016.

PONYO. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 2008.

PORCO Rosso. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 1992.

PRINCESS Mononoke. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 1997.

RIPER, A. **Learning from Mickey, Donald and Walt: Essays on Disney's Edutainment Films**. Jefferson, NC: McFarland, 2011. 274p.

SALUDOS Amigos. Produção: Walt Disney. California: Walt Disney Productions, 1942.

SATO, D. **Modern Japanese Art and the Meiji State: The Politics of Beauty**. Los Angeles: Getty Publications, 2011. 365p.

SATTIN, S. Don't call him the Walt Disney of Japan: How animator Hayao Miyazaki became a cultural icon by doing everything Pixar doesn't. **Salon**, 2014. Disponível em: <[http://www.salon.com/2014/06/23/dont\\_call\\_him\\_the\\_walt\\_disney\\_of\\_japan\\_how\\_animator\\_hayao\\_miyazaki\\_became\\_a\\_cultural\\_icon\\_by\\_doing\\_everything\\_pixar\\_doesnt/](http://www.salon.com/2014/06/23/dont_call_him_the_walt_disney_of_japan_how_animator_hayao_miyazaki_became_a_cultural_icon_by_doing_everything_pixar_doesnt/)>. Acesso em 20 out. 2016.

SHANNON, A. **Finding Japan: Early Canadian Encounters with Asia**. Surrey: Heritage House Publishing Co, 2012. 240p.

SHAW, L; DENNISON, S. **Latin American Cinema: Essays on Modernity, Gender and National Identity**. Disponível em <<https://books.google.com.br/books?id=-oY14WopHeEC>>. Acesso em 12 out. 2016.

SMETHURST, R. J. **A Social Basis for Prewar Japanese Militarism: The Army and the Rural Community**. Berkeley: University of California Press, 1974. 202p.

SMITH-WINDSOR, B. A. Hard Power, Soft Power Reconsidered. **Canadian Military Journal**, v. 1, n. 3, p. 51-56, 2000.

SPIRITED Away. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 2001.

STADEN, P. W.; FLETCHER III, W. M. **Japan's 'Lost Decade': Causes, Legacies and Issues of Transformative Change**. New York: Routledge, 2014. 168p.

SUZUKI, A. A nightmare of capitalist Japan: Spirited Away. **Jump Cut**, 2009. Disponível em: <<http://www.ejumpcut.org/archive/jc51.2009/SpiritedAway/>>. Acesso em 11 out. 2016.

TANAKA, T. **Japan's Comfort Women: Sexual Slavery and Prostitution During World War II and the US Occupation**. Psychology Press, 2002. 212p.

THE NUMBERS, Where Data and the Movie Business Meet. . Disponível em: <<http://www.the-numbers.com/>>. Acesso em 11 out. 2016.

THE THREE Caballeros. Produção: Walt Disney. California: Walt Disney Productions, 1944.

THE WIND Rises. Direção: Hayao Miyazaki. Tóquio: Studio Ghibli, 2013.

TIME. New York: Time-Life International, 1999. Disponível em: <<http://content.time.com/time/covers/0,16641,19991122,00.html>>. Acesso em 7 nov. 2016.

TIPTON, E. K. **Modern Japan: A Social and Political History**. New York: Routledge, 2008. 316p.

TOBIN, J. **Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon**. Durham: Duke University Press, 2004. 299p.

TOY Story 3. Direção: Lee Unkrich. California: Walt Disney Studios Motion Pictures, 2010.

TSUTSUI, W.; ITO, M. **In Godzilla's Footsteps: Japanese Pop Culture Icons on the Global Stage**. New York: Springer, 2006. 212p.

UDDIN, Z. Soft and Normative Power: The Power of Attraction in International Politics. **E-International Relations**, 2011. Disponível em: <<http://www.e-ir.info/2011/10/01/soft-and-normative-power-the-power-of-attraction-in-international-politics/>>. Acesso em 25 set. 2016.

WTO. **Article IV: Special Provisions relating to Cinematograph Films**. World Trade Organization, 1947. Disponível em: <[https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/gatt\\_ai\\_e/art4\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/gatt_ai_e/art4_e.pdf)>. Acesso em 26 out. 2016.

YANO, C. R. **Pink Globalization: Hello Kitty's Trek Across the Pacific**. Durham: Duke University Press, 2013. 322p.

YANO, C. R. Kawaii Diplomacy: Hello Kitty, Innocence, and the Politics of Scale. **Soft Power and Cultural Diplomacy**, Australian National University, 2015. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=f3H9\\_9Q1RAE](https://www.youtube.com/watch?v=f3H9_9Q1RAE)>. Acesso em 10 out. 2016.