

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS
FACULDADE DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Isabella Palagano

O papel do soft power para a reestruturação da política externa japonesa (1945 – 2022)

DOURADOS

Setembro, 2023

Isabella Palagano

O papel do soft power para a reestruturação da política externa japonesa (1945 – 2022)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Examinadora da Universidade Federal da Grande Dourados, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais, sob a orientação do Prof. Bruno Boti Bernardi

DOURADOS

Setembro, 2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

S586p Silva, Isabella Palagano
O PAPEL DO SOFT POWER PARA A REESTRUTURAÇÃO DA POLÍTICA EXTERNA
JAPONESA (1945 - 2022) [recurso eletrônico] / Isabella Palagano Silva. -- 2023.
Arquivo em formato pdf.

Orientador: Bruno Boti Bernardi.
TCC (Graduação em Relações Internacionais)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2023.
Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:
<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. Japão. 2. Soft power. 3. Política externa japonesa. 4. Cool japan. 5. Diplomacia cultural. I.
Bernardi, Bruno Boti. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Em 5 de setembro de 2023, compareceu para defesa pública do Trabalho de Conclusão de Curso, requisito obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais, a aluna **Isabella Palagano Silva** tendo como título “**O papel do soft power na reestruturação da política externa japonesa no pós-guerra**”.

Constituíram a Banca Examinadora os professores **Dr. Bruno Boti Bernardi** (orientador), **Dra. Fernanda Barth Barasuol** (examinadora) e **Dr. Tomaz Espósito Neto** (examinador).

Após a apresentação e as observações dos membros da banca avaliadora, o trabalho foi considerado APROVADO.

Por nada mais terem a declarar, assinam a presente Ata.

Observações: _____

Assinaturas:

Documento assinado digitalmente
gov.br BRUNO BOTI BERNARDI
Data: 05/09/2023 19:14:37-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Bruno Boti Bernardi

Orientador

Dra. Fernanda Barth Barasuol

Examinadora

Documento assinado digitalmente
gov.br TOMAZ ESPOSITO NETO
Data: 06/09/2023 10:25:58-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Tomaz Espósito Neto

Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, meu singelo agradecimento a Universidade Federal da Grande Dourados por ter sido minha morada durante esses anos de graduação, em especial, ao corpo acadêmico da FADIR, composto de profissionais empáticos, sábios e com ensinamentos que ultrapassam os temas das salas de aula. A minha primeira orientadora, Fernanda Barth Barasuol, por ter me ajudado a recompor a bagunça de ideias e temas que eram a minha mente, e me colocado na trilha certa para iniciar um processo de filtração de ideias que me ajudaram a seguir no projeto final que apresento hoje. E ao meu segundo orientador, Bruno Boti Bernardi, minha gratidão imensa pelas palavras de tranquilidade e ajuda principalmente a superar o medo de minhas próprias ideias, sem este apoio, não teria sido capaz de concluir este trabalho que porta um peso maior do que aparenta.

A minha mãe, meus agradecimentos por todo o apoio, pelo colo e a fé em meu potencial, e minhas desculpas por ter despejado minha ansiedade mais de uma vez. Ao meu padrasto, meu foco só conseguiu ser mantido nesse trabalho porque eu sabia que você estaria nos mantendo seguras e que estaria lá por mim independente do resultado. E a minha Tia Monyque, o maior agradecimento de todos por ter conseguido sempre persistente na perseguição dessa trilha acadêmica e por ter me ensinado a enfrentar os monstros em formato de artigos, pesquisas e textos.

A Adriana e Andrey, meus mais caros amigos, obrigada por terem sido o apoio essencial durante todo o curso e por terem criado um espaço seguro comigo onde sempre podíamos desabafar sobre os medos da graduação. Ao Emanuel, Síndel e Vitória, obrigada por serem as almas mais gentis, amorosas e presentes na minha vida durante esse ano tão importante pra mim, seu carinho, suas risadas e seu companheirismo foram a leveza que eu precisava em dias de caos.

Por fim, obrigada a minha prensa francesa por tantos cafés prensados e a Jully, por ter sido a melhor companheira de uma mulher quando ela só precisava desabafar sobre o medo de não finalizar essa pesquisa. Tenho orgulho imenso dessa pesquisa, não só por ter a finalizado, mas por ter concluído um extenso estudo com dedicação e ter descoberto uma área pela qual sou apaixonada, tudo é resultado de horas da análise de uma estudante de relações internacionais que tem fascinação pelo poder das culturas e está sempre disposta a bater boca sobre política.

RESUMO

Este estudo visa desenvolver uma análise sobre a transformação da política externa do Japão e de sua imagem na comunidade internacional, desde o fim da Segunda Guerra Mundial até o ano de 2022, dando destaque para o papel chave que as estratégias de *soft power* tiveram durante este processo. Esta é uma análise da radical transformação da imagem do Japão, de uma grande potência militar à um dos maiores exportadores culturais da atualidade, altamente conhecido por suas táticas de diplomacia e cooperação, e que foi capaz de reconquistar seu espaço no sistema internacional através, predominantemente, de táticas de poder brando. Nesta análise, também é realizado um enfoque especial no uso das estratégias de *soft power* através de ações de promoção cultural, e como o Japão utiliza de sua alta popularidade cultural como manobra política e ferramenta de influencia para expansão de sua imagem na comunidade internacional.

Palavras-chave: Japão, soft power, política externa japonesa, cool japan, diplomacia cultural.

ABSTRACT

This study aims to develop an analysis of the transformation of Japan's foreign policy and its image in the international community, from the end of the Second World War to the year of 2022, highlighting the key role that soft power strategies played during this process. This is an analysis of the radical transformation of Japan's image, from a great military power to one of the greatest cultural exporters of today's world, highly known for its diplomacy and cooperation tactics, and which was able to regain its space in the international system through, predominantly , soft power tactics. In this analysis, a special focus is also made on the use of soft power strategies through cultural promotion actions, and how Japan uses its high cultural popularity as a political manoeuvre and influence tool, to expand its image in the international community.

Keywords: Japan, soft power, Japanese foreign policy, cool japan, cultural diplomacy.

SUMÁRIO

1. Introdução	6
2. A relevância do <i>soft power</i> na evolução da política externa japonesa	9
2.1 <i>Soft power</i> e a marca de uma nação	8
2.2 A militarização do passado vs. o poder da cultura: o avanço da política externa japonesa	14
3. O papel da diplomacia cultural na consolidação da imagem do ‘novo Japão’	26
3.1 O movimento ‘ <i>Cool Japan</i> ’ e a diplomacia cultural.....	27
3.2 Animes, videogames e o poder das tribos.....	31
3.3 Os limites de projeção das estratégias de <i>soft power</i> japonês.....	38
Conclusões.....	43
Referências Bibliográficas.....	46

1. Introdução

A trajetória do Japão desde o final da Segunda Guerra Mundial até a atualidade, é uma marcada por transformações notáveis e radicais para a revolução de sua imagem na comunidade internacional ao longo dos anos. Como um país que a menos de 100 anos atrás era completamente militarizado, se desenvolvia de maneira mais isolada e distante do resto do mundo - relutante pela influência que os ideais e valores ocidentais podiam ter em sua sociedade -, se tornou um dos maiores exportadores culturais da atualidade?

Após o fim da 2ª Guerra Mundial, o Japão se encontrava completamente derrotado, sua posição no cenário internacional estava fragilizada e forte sentimento ‘anti-Japão’ predominava e se espalhava pela comunidade internacional, em especial, pelo continente asiático. A situação do país era precária, o Japão enfrentava os desafios carregados pela ocupação das forças Aliadas em seu território e que já começaram a alterar a base de sua organização até então, como o processo de desmilitarização forçada e de democratização impostos pelos Estados Unidos, o que colocava o país em condição de urgência para encontrar maneiras de se reinventar.

Estas novas formas de organização e reconstrução de sua imagem internacional, surgem em um contexto histórico de conceituação de novas formas de poder e nova dinâmica nas relações internacionais entre os atores. Nesta pesquisa, é explorado com detalhes como o Japão conseguiu realizar essa notável metamorfose ao longo das décadas e se reergueu de seu estado prévio, com foco nas estratégias de *soft power* e como estas desempenhara um papel fundamental para moldar a nova imagem do país na comunidade internacional e fortalecer laços diplomáticos e econômicos, além de examinar como o Japão aproveitou-se de sua rica herança cultural, incluindo música, moda, culinária, cinema, anime e mangá, para reconquistar uma audiência global.

Para entender estas novas relações, o principal conceito utilizado por esta análise, se trata do “*soft power*” de Joseph Nye (1990), além de um maior arsenal de pesquisa bibliográfica e estudo de documentos oficiais que cooperam para montar a imagem de como o Japão se moldou a um novo espaço na comunidade internacional. Este estudo de caso aborda como o Japão se utilizou do conjunto de estratégias de poder brando para: 1) se reerguer diante das novas configurações dos sistemas de poderes global; 2) reformular sua imagem de um país militar no imaginário coletivo; e 3) conquistar novamente seu espaço na comunidade internacional.

Este estudo traça o caminho de como o Japão conseguiu se reestabelecer como um poderoso ator no sistema internacional, se tornando uma voz relevante em questões globais mais uma vez e voltando a desempenhar um papel ativo na formulação de políticas internacionais. A análise da utilização das estratégias de *soft power* pela política externa japonesa servem como exemplo de como a cultura pode ser utilizada como poderosa ferramenta de projeção internacional, e como através da promoção cultural, o Japão conseguiu atrair atenção global, fortalecer sua identidade nacional, construir laços mais estreitos com outros países e aumentar sua influência econômica.

Os principais conceitos e ideias utilizados para a realização desta análise de caso, foram os de *soft power*; *nation branding* (marca da nação) e diplomacia cultural. *Soft power*, termo cunhado por Joseph Nye em 1990, que se tornou um dos principais conceitos utilizados nas análises das relações internacionais contemporâneas. *O soft power* se refere a estratégias que se utilizam de métodos como: aspectos culturais, valores, ideais, diplomacia e cooperação econômica, para influenciar e persuadir outros atores políticos.

Já o *nation branding* será utilizado para caracterizar e analisar o processo estratégico pelo qual um país modifica e promove uma imagem favorável de sua nação no cenário internacional, utilizando o artigo de Jian Wang “Nation branding revisitado” como base e porta para nos aprofundarmos na estratégia por trás do uso de estereótipos para a criação de atalhos no imaginário coletivo. Analisaremos como através da promoção de uma grande imagem geral de uma nação, é possível criar uma via mais fácil para a conexão com o público-alvo.

Este estudo também explora como a diplomacia cultural se tornou um pilar da política externa japonesa. Através do estudo do artigo de Ien Ang; Yudhishtir Raj Isar; Phillip Mar, “*Cultural diplomacy: beyond the national interest?*”, este estudo irá explorar como a diplomacia cultural se caracterizou como uma das principais manobras políticas do governo japonês, e como os fenômenos da cultura pop japonesa dão potência a influencia externa do Japão.

Este trabalho também contém a inserção de uma análise da evolução da política externa japonesa a partir do fim da 2ª Guerra Mundial, utilizando-se do desmembramento de alguns acontecimentos históricos que colaboram para criar o entendimento de como o Japão alcançou sua posição atual e como isso foi possível. Por fim, este estudo aborda os atuais desafios que o uso das estratégias de poder brando enfrenta no cenário japonês.

2. A relevância do *soft power* na evolução da política externa japonesa

Uma nação fortemente apoiada no fator cultural não se constrói da noite para o dia, e essa sequer se trataria de uma forma de poder válida até pouco tempo atrás. A utilização da cultura como um instrumento de ações políticas – internas e externas – ainda é um conceito relativamente recente no cenário político internacional. A exploração deste potencial começou a ser observada somente a partir dos anos de 1980, fazendo parte dos efeitos do mundo globalizado e do crescimento do debate acerca de como os Estados poderiam se utilizar das novas ferramentas do mundo moderno para ampliar sua participação no cenário internacional. Isso não significa dizer que a cultura, como ferramenta diplomática, passou a ser utilizada somente a partir deste marco, mas sim que, só a partir de então, a cultura deixou de ocupar um papel secundário nas agendas políticas para se converter em um ponto central na criação de estratégias.

O Japão, hoje conhecido como lar da tecnologia e dono de um dos maiores polos de cultura *pop* do século XXI, possui uma imagem atrativa que alcança até mesmo territórios a oceanos de distância. Porém, há menos de 100 anos, o país se encontrava em estado de rendição frente aos Aliados e sendo obrigado a passar por um rígido processo de desmilitarização após sua derrota na Segunda Guerra Mundial. Diante da necessidade de reconstruir sua imagem internacional e economia, destruída pela guerra, o país buscou novas formas de investimento para formar o novo Japão, encontrando na indústria cultural o que seria a maneira mais rápida e eficiente de reformular a reputação de um país frente à sociedade internacional.

2.1 *Soft power* e a marca de uma nação

O debate acerca da legitimidade de novas formas de poder é recente e ainda em desenvolvimento, com a expansão de abordagens relacionadas ao tema surgindo com a continuidade das discussões. Em meio ao surgimento destes novos conceitos para definir os variados tipos de poder político, em uma aprimorada e fundamentada análise sobre os preceitos dos estudos das relações internacionais, Joseph Nye fez em 1990 um paralelo entre duas formas de poder. No seu livro, “*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*”, Nye definiu estes dois novos conceitos como: *hard power* e *soft power*.

Os conceitos surgem a partir de uma análise de Nye (1990) sobre o discutido declínio dos Estados Unidos como potência por parte da comunidade acadêmica durante os anos de 1980. O *hard power* é o conceito designado para definir a utilização de recursos militares e/ou econômicos para exercer um maior nível de domínio sobre as ações de outros atores no sistema internacional e guiar decisões a favor dos objetivos almejados (NYE, 2004). O *soft power*, por sua vez, se apresenta como o contraste para esta tática, se referindo à estratégia de um ator político de influenciar os comportamentos, decisões e interesses de outros atores através do uso dos atrativos culturais e ideológicos de um país. As estratégias exibem métodos opostos, comuns de serem identificadas entre os atores tomadores de decisão, e representam a contraposição entre um método clássico e já conhecido, que coloca a securitização do Estado como a maior prioridade, contra um novo modelo que passou a ganhar força a partir do final do século XX com a expansão da globalização.

O Hard Power e o Soft Power estão relacionados porque ambos são aspectos da habilidade de atingir o propósito de alguém, afetando o comportamento dos outros. A distinção entre eles é de grau, tanto na natureza do comportamento quanto na tangibilidade dos recursos. O poder de comando - a habilidade de mudar o que os outros fazem - pode se basear na coerção ou na indução. O poder de cooptação – a habilidade de moldar o que os outros querem – pode se basear nas atratividades da cultura e valores ou na capacidade de manipular a agenda de escolhas políticas de uma maneira que faz com que outros deixem de expressar algumas preferências porque parecem ser muito irrealistas (NYE, 2004, p. 07)

Estratégia fortemente ligada às habilidades diplomáticas de um Estado ou instituição, o *soft power* possui recursos para suas estratégias que residem, em grande parte, nos valores apresentados na cultura do ator político e em sua capacidade ao lidar e manejar suas relações com os outros participantes do sistema. O *soft power* pode ser enxergado como o emprego do poder da sedução e publicidade no ambiente político, explorando a extensão que a inspiração de ideais, sonhos e desejos projetados pela visão ideológica de um ator podem influenciar nas decisões de outros. O poder de influenciar a opinião de outros não é uma peça nova a ser analisada, estando presente desde os primórdios da política. Porém, seu polimento só tem sido aperfeiçoado com o passar dos anos e conforme os desdobramentos das novas configurações do ordenamento global, incluindo a inserção de atores alternativos ao Estado que facilitam e potencializam a disseminação de novas informações de uma maneira que foge dos filtros do controle institucional¹.

¹ O conceito fundamental de soft power cresceu além dos estudos das relações internacionais. A imagem nacional é vista como um índice da influência branda do poder de uma nação. As consequências do soft power se manifestam na medida em que a imagem e a reputação de uma nação ajudam ou atrapalham o avanço de seus interesses políticos e econômicos (WANG, 2013, p.11)

Líderes políticos e filósofos há muito entenderam o poder que vem de definir a agenda e determinar a estrutura de um debate. A capacidade de estabelecer preferências tende a ser associada a recursos de poder intangíveis, como cultura, ideologia e instituições. (Nye 1990, p. 32)

Contudo, o contexto para a aplicação desta forma de poder requer preparação e uma análise cuidadosa dos atores que se almeja atingirem através desta estratégia. Devem-se levar em consideração as barreiras advindas de conflitos prévios entre as partes envolvidas, pois apesar do processo de influência através do *soft power* poder ser efetuado de forma mais discreta e menos invasiva que prévias investidas militares e acordos econômicos ambiciosos, o *soft power* por si só não é capaz de transcender mal-estares vindos de um passado histórico conturbado. Morris Suzuki (2005), a respeito do Japão, defende a necessidade de um planejamento de ações extras para expansão de canais de comunicação e um melhor direcionamento para o que chama de “veracidade histórica”, mediante a qual população é encorajada a refletir e compartilhar suas visões sobre o passado ao invés de apelar para a estratégia de esquecer e acobertar.

Como toda e qualquer manobra política, essa estratégia não é livre de suas limitações, pontos fracos ou falhas. No entanto, sua contribuição para o jogo de poderes com suas novas táticas e maneiras para enxergar o papel de um ator no sistema internacional pode ser capaz de revolucionar a imagem de um Estado após décadas de sentimentos negativos e desconfianças acumuladas, tal como ocorreu com o Japão.

Além disto, como explorado por Iwabuchi (2015), a utilização do *soft power* também enfrenta o problema de conseguir ultrapassar uma posição de transmissão de via-única de influência e abrir espaços de diálogo, de maneira que seja possível acomodar a diversidade cultural presente na sociedade de cada Estado, buscando evitar a venda de uma imagem única e generalizada de um povo para criar a ‘marca’ do país. Dessa maneira, o contexto das interações entre os países se torna um fator determinante para moldar as estratégias do *soft power*.

Os tanques não são um grande recurso de poder militar em pântanos ou selvas. Carvão e aço não são grandes recursos de energia se um país carece de uma base industrial. Sérvios comeram no McDonald's, que apoiou Milosevic, e os ruandeses cometeram atrocidades enquanto usavam camisetas com logotipos americanos. Filmes americanos que tornam os Estados Unidos atraentes na China ou na América Latina podem ter o efeito oposto e, na verdade, reduzir o *soft power* americano na Arábia Saudita ou no Paquistão. (NYE, 2004, p. 12)

No cerne dos estudos do *soft power*, o *nation branding* (marca da nação) surge como uma das principais estratégias na modificação e preparação de uma imagem favorável de um

Estado para se vender no sistema internacional. O *nation branding* não surge apenas no formato de uma ação limitada a canais de publicidade, em busca de criar um cartão postal turístico da nação. Seu objetivo real é conseguir demonstrar como aquele Estado é capaz de contribuir para a sociedade internacional (Anholt, 2013).

Jian Wang apresenta em seu artigo de 2014, “*Nation branding* revisitado”, o uso estratégico de estereótipos para a criação de atalhos na mente coletiva. Tal estratégia funciona através da promoção de uma grande imagem geral da nação, escolhida através de métodos estratégicos e simbolismos, que busca elaborar uma articulação que facilite a conexão com o público-alvo, de maneira que certos hábitos ou ideais culturais da Ásia são cada vez mais observados sendo replicados nas Américas, mesmo com suas distâncias geográficas e históricas. Este novo conceito surge como mais uma parte da gama do *soft power*, se apresentando como um dos possíveis cursos de ações a serem elaboradas dentro dos preceitos já estabelecidos.

Outro método de ação, sempre associado e presente dentro das discussões no âmbito do *soft power*, é o da diplomacia cultural. Este termo caracteriza ações de disseminação e promoção dos ideais, valores, cultura, crenças e tradições de uma nação na comunidade internacional, se relacionando a qualquer ação do Estado que possua a intenção de gerar uma cooperação cultural entre nações. Somente é caracterizado como diplomacia cultural quando os atos listados são cumpridos por diplomatas formais, servindo aos interesses do Estado (Arndt, 2006).

MODELOS DE SOFT POWER

DESCRIÇÕES

MODELOS DE SOFT POWER	DESCRIÇÕES
MODELO CULTURAL	<p>Modelo de <i>soft power</i> que enfatiza a disseminação da cultura de um país através de aspectos culturais como: música, cinema, literatura e arte. Esta disseminação é utilizada para influenciar e atrair outros países.</p> <p>Por meio da exportação cultural, o país busca promover seus valores e criar uma imagem positiva no cenário internacional.</p>

MODELO ECONÔMICO

Neste modelo, um país busca exercer influência por meio de sua força econômica. Isso pode ser realizado através do comércio, investimentos e assistência financeira. O país busca através desta influência atrair outros países para fortalecer suas relações diplomáticas, obter e/ou aumentar sua influência política.

MODELO DE AJUDA HUMANITÁRIA

Neste modelo de *soft power*, há a concentração em fornecer assistência humanitária, como: ajuda em desastres naturais, ajuda médica e programas de desenvolvimento. Através do provimento desses programas, o Estado busca ganhar a simpatia e o apoio de outros países. Isso ajuda a construir uma imagem positiva e fortalecer suas relações internacionais.

MODELO DE EDUCAÇÃO

Quando um país busca exercer *soft power* por meio de seu sistema educacional, é através da oferta de bolsas de estudo para estudantes estrangeiros, estabelecimento de intercâmbios educacionais e promoção de programas acadêmicos internacionais. Essa estratégia é utilizada para atrair as populações de outros países através do conhecimento e da educação, buscando um fortalecimento das relações diplomáticas e, também, podendo ser um movimento utilizado para fortalecer áreas em desenvolvimento no país base.

MODELO DE DIPLOMACIA CULTURAL

A diplomacia cultural é o uso do *soft power* para a promoção, compreensão e a

	<p>cooperação entre os países através de intercâmbios artísticos, festivais culturais conjuntos e programas de intercâmbio entre artistas e acadêmicos. Essa estratégia é utilizada especialmente para fortalecer as relações bilaterais e sua principal característica é a execução destas atividades por diplomatas formais, que servem aos interesses de seus respectivos Estados.</p>
<p>MODELO DE MÍDIA E COMUNICAÇÃO</p>	<p>Nesse modelo, um país busca exercer o <i>soft power</i> por meio de sua mídia e comunicação. Isso pode ser alcançado através da criação de agências de notícias internacionais, estabelecimento de canais de televisão global e investimento em redes sociais para moldar a narrativa e influenciar a opinião pública em um nível global.</p>

FONTE: HALLIDAY, Fred. *The World at 2000*: Palgrave, 2001.

Para melhor exemplificar todos esses modelos de *soft power* apresentados, e que podem ser desenvolvidos no campo da política internacional por uma variedade de atores, temos um forte representante da força e potencial que este poder brando carrega ao observar o caso do desenvolvimento da política externa japonesa. O Japão se apresenta como o alvo escolhido para realizarmos esta análise, um Estado que encontrou no *soft power*, e na gama de estratégias reunidas dentro deste conjunto, uma maneira de reestruturar sua imagem após os conflitos do século XX e, dessa forma, se consagrar como um dos maiores influenciadores e exportador cultural da atualidade.

2.2 A militarização do passado vs. o poder da cultura: O avanço da política externa japonesa

Para realizar um melhor entendimento da atual configuração da política externa japonesa e do comportamento de sua diplomacia – compreender suas estratégias, objetivos e ambições -, é fundamental pontuar em que período da história o Japão abandonou o seu papel como promissora potência militar, a ponto de representar uma ameaça aos países do Ocidente na época, e passou a adotar o tom pacífico e de atuação focada nas ações de *soft power*. Ao realizar a análise dos comportamentos e mudanças que o governo japonês impôs a si próprio para moldar-se às novas configurações do cenário mundial, é essencial traçar a linha de evolução de pensamentos que levou o Japão a elevar a sua diplomacia, tecnologia e cultura as posição de principais pilares da nova estrutura de sua política externa.

A partir do pós-guerra, em 1945, o Japão se encontrava posição desfavorável e fragilizada no cenário internacional, o sentimento anti-Japão era uma crescente no continente Asiático e as ações do país durante a Segunda Guerra Mundial ainda ressonavam um eco no imaginário coletivo de discursos de caráter expansionista e de dominação que eram proferidos pelo antigo império japonês. O histórico do Japão, até então, era composto por glória militar, com uma expansão territorial pré-guerra impressionante e um imponente exército marítimo que se colocaria como um dos maiores da história até então. A brutalidade da 2ª Guerra Sino-Japonesa e os diversos estados-fantoches japoneses – quando um estado se designa independente, mas na verdade é subordinado a outro (Silins, 1991) -, esculpiram uma imagem de um Japão que se colocava como uma das potências a serem temidas e com poder o suficiente para liderar o continente asiático. Porém, com a derrota da coalizão expansionista do Eixo – formada por uma Alemanha nazista, a Itália de Mussolini e o Japão imperial -, o Japão sofreu um dos maiores golpes a seu império militar e contra a sua, até então, crescente economia. A rendição do país asiático em 1945, após os ataques devastadores de Hiroshima e Nagasaki pelas forças norte-americanas, o colocou em uma posição de extrema vulnerabilidade frente ao sistema internacional.

O primeiro marco para a reformulação da política externa do Japão acontece logo após a declaração de rendição do país, com a ocupação do território japonês pelas forças militares dos Aliados, especialmente as norte-americanas. A estrutura da política japonesa passaria a ser amplamente influenciada pelas consequências desta ocupação americana no país.

A influência dos Estados Unidos no território foi massiva – apesar dos protestos de outras forças Aliadas, como o Reino Unido e a União Soviética, e sob a supervisão do Ocidente, o Japão foi submetido a um processo completo de reestruturação, perdendo seu *status* como potência militar com uma diligente desmilitarização de seu sistema e a aplicação

de um processo de democratização liderada pelos Estados Unidos através da criação da Constituição do Japão, em 1947 (Watanabe, 2011). Começando a enfrentar as repercussões pelos seus crimes de guerra, enfraquecido internacionalmente pela derrota e tendo que lidar com a devastação deixada pela última cartada dos Estados Unidos durante o conflito – estamos aqui falando, claro, das explosões em Hiroshima e Nagasaki, conforme mencionado anteriormente –, o Japão se encontrou forçado a adotar a postura pacifista e cooperativa imposta pelos países da frente Aliada ocidental. Possuindo a clara posição de liderança e poder entre os Aliados, os Estados Unidos possuíam a maior parte do controle para coordenação da ocupação do território japonês, se comprometendo a certificar que o país seguiria as devidas provisões acordadas na Declaração de Potsdam.

Para atingir esses objetivos, o Comandante Supremo das Potências Aliadas (SCAP), General Douglas MacArthur, desarmaria imediatamente o Japão ocupado, desmilitarizando-o e o democratizando-o permanentemente por meio de um amplo programa de reformas políticas, econômicas e sociais (HALL, 2008, p. 155).

A partir do início do processo para cumprimento dos termos estabelecidos na Declaração de Potsdam que incluíam, entre suas condições, a renúncia de todos os seus territórios adquiridos desde 1895 pelo Japão – incluindo Taiwan e a Coreia - o país foi iniciado a um extenso processo de desmilitarização forçada e suas forças armadas foram dissolvidas, com os Estados Unidos liderando todo este processo². Embora os posicionamentos e crimes hediondos cometidos durante a guerra inflassem um sentimento ‘anti-Japão’ na comunidade internacional, o território permanecia como grande objeto de interesse entre os países do Ocidente, sua posição estratégica no continente asiático representava a oportunidade de se alcançar um ponto de equilíbrio para os países capitalistas, diante do crescimento dos ideais comunistas, o crescimento acelerado da China e o fortalecimento da União Soviética durante a segunda metade do século XX. (Watanabe, 2011).

Devido a este interesse sob o território, apesar dos crimes de guerra cometidos pelo Japão não terem sido ignorados, a família imperial japonesa foi poupada e desvinculada de grande parte das ações tomadas durante o conflito, apesar da evidente liderança do imperador Hirohito durante todo o conflito, a condenação de uma figura tão influente somente colaboraria para desestabilizar ainda mais o país e tal implicação prejudicaria os planos norte-

² STATE DEPARTMENT OF THE UNITED STATES OF AMERICA. “U.S Relations with Japan”. Ficha técnica de relações bilaterais do bureau de assuntos do Leste Asiático e do Pacífico. 21 jan. 2021. Disponível em: [state.gov/u-s-relations-with-japan/](https://www.state.gov/u-s-relations-with-japan/). Acesso em: 18 de jul. 2023

americanos para o arquipélago. Dessa maneira, um cenário de condições favoráveis para a reorganização do Japão já começavam a ser estabelecidas muito cedo após a derrota do país.

Porém, a real primeira mudança no *modus operandis* japonês veio através da popularização da “Doutrina Yoshida”, fruto de um forte plano para a reestruturação econômica do país, elaborado pelo 3º primeiro-ministro japonês na era pós-ocupação, Yoshida Shigeru (1946 – 1954). A doutrina tinha como uma de suas principais características o alinhamento e subordinação aos Estados Unidos, com o abandono à ambição de reconstruir a antiga força militar. Nesse sentido, o Japão passou a confiar todos os aspectos relacionados à sua segurança nacional às mãos da potência norte-americana, mantendo seus esforços internos direcionados para uma linha diplomática e amena na tentativa de diminuir os sentimentos ‘anti-Japão’ e desconfianças que ficaram no sistema internacional após os conflitos da 2ª. Guerra.

A urgência de um tratado para “amarrar” o Japão pode ser interpretada, hoje em dia, como uma precipitação dos EUA frente à, talvez, superestimada ameaça soviética. Os governantes japoneses tinham plenos conhecimentos em relação aos esforços norte-americanos “pró-Japão” durante a ocupação. Apesar de os EUA serem responsáveis pela destruição total de duas cidades japonesas, o Japão nunca demonstrou oficialmente sentimento de revolta ou revanchismo. (WATANABE, 2011, p. 08)

A extensão e natureza da submissão japonesa diante das forças americanas podem suscitar divergências no debate acadêmico, principalmente ao analisarmos os aspectos de dependência e segurança nacional, porém, como argumenta Watanabe (2011), a passividade do Japão diante dos Estados Unidos desempenhou um papel estratégico importante para evitar que certos temores do passado militar expansionista japonês viessem à tona, e que pudessem provocar uma desestabilização indesejada na região. A presença dos EUA na região não só tranquilizava o sistema internacional, como servia também para apaziguar a situação no continente asiático como um todo. Com as bases militares instaladas no território japonês, o país conseguia se apresentar para seus vizinhos como um ponto de segurança e defesa da região com a chegada da Guerra Fria na década de 1950 e as parcerias entre URSS, China e Coreia do Norte.

Com a crescente preocupação dos Estados Unidos em relação à guerra ideológica que emergia em um sistema internacional ainda fragilizado, tornou-se de suma importância para os EUA se assegurarem de que o Japão se desenvolveria rapidamente como uma nação próspera e se tornasse seu aliado mais próximo no continente asiático. A posição estratégica

do Japão, com seu acesso direto a China, representava a oportunidade valiosa para o estabelecimento de um polo tecnológico e militar a um custo substancialmente menor, alcançado através de investimentos financeiros à indústria japonesa. Uma forte economia do Japão representava a possibilidade de divisão de custos para a manutenção das bases norte-americanas na área Ásia-Pacífico e o rápido desenvolvimento das indústrias japonesas, criava um cenário propício para a ‘fabricação’ de um novo fornecedor de recursos essenciais – especialmente daqueles de caráter militar (Feigenblatt, 2016).

Sob o financiamento dos vultosos investimentos norte-americanos, as abandonadas indústrias militares japonesas foram convertidas a indústrias de produção de bens de consumo, especialmente suplementos para o exército americano que voltava a ocupar a área (Morton; Olenik, 2005). Porém, o desenvolvimento dessa relação não se mostrava benéfica somente para os norte-americanos. Interessava também ao Japão cultivar uma forte relação com os Estados Unidos para conseguir acesso ao mercado do Oriente e prosseguir com o plano de reconstruir o país a partir do fortalecimento da economia (Ellis, 2009).

Porém, vale lembrar que todo este planejamento americano para o uso do território japonês começou a acontecer pouco tempo depois do processo de desmilitarização do Japão - liderado pelo próprio Estados Unidos - e com as primeiras mudanças na política externa japonesa já começando a serem visíveis, com a adoção de um tom pacifista e de teor diplomático. Tal mudança se deu, em grande parte, pela criação da Constituição de 1947, mediante a qual o Japão passou a renunciar formalmente aos conflitos armados como meio para resolução de disputas internacionais e ficou sob a proibição de possuir uma força militar permanente.

Constituição do Japão de 1947: Art. 9º (“Da renúncia à guerra”), o Japão encontrasse proibido de possuir Forças Armadas ofensivas, ou com “potências beligerantes”.

“Sinceramente aspirante a uma paz internacional baseada na justiça e na ordem, o povo do Japão renuncia para sempre à guerra como um direito soberano da Nação e à ameaça ou uso da força como meio de resolução dos litígios internacionais”. A fim de concretizar o objetivo do parágrafo precedente, as forças terrestres, marítimas e aéreas, bem como qualquer outro potencial de guerra, nunca serão mantidas. O direito de beligerância do Estado não será reconhecido.

Com uma pesada carga histórica militar, e com uma base de uso de força e métodos de coerção que já não mais funcionavam no novo mundo – além de estarem bloqueados de seu alcance -, o Japão encontrou a necessidade de revolucionar sua maneira de fazer política externa. A mudança era necessária para conquistar novamente um lugar à mesa, angariando a

confiança de parceiros e de modo a colaborar para a desejada expansão econômica do Estado, sendo capaz de se adaptar as alterações nas tendências políticas do período. O Japão ainda se apresentava como uma potência incompleta, que buscava uma maneira de ampliar sua atuação e definir seu novo papel no sistema internacional (Watanabe, 2011). A pergunta que permanecia no governo japonês, durante esse período, girava em torno de encontrar o caminho mais eficiente para que o país cumprisse seu papel – como potência de grande poderio econômico; como detentor de uma posição chave no continente asiático; como Estado em uma constante de altos níveis de desenvolvimento – diante do sistema internacional.

Portanto, nos anos que se seguiram, o governo japonês passou a direcionar esforços de cooperação internacional e estratégias diplomáticas para realizar a transformação da imagem do Japão no cenário das relações internacionais. A ênfase ficou especialmente nas áreas das inovações tecnológicas e da promoção cultural, de maneira que, o impacto das iniciativas de *soft power* no restabelecimento do país como uma das principais potências econômicas e culturais do mundo já começava a ser observado.

A década de 1950 marcou o início do Japão democratizado, seu forte alinhamento aos Estados Unidos se apresentaria como o fator decisivo para o sucesso na reconstrução econômica do país. Por meio da Doutrina Yoshida – apresentada anteriormente -, o Japão passou a impor uma limitação de gastos para sua área de segurança nacional, deixando-a sob o encargo dos Estados Unidos. Essa estratégia permitiu que o foco dos recursos do país fosse redirecionado para o desenvolvimento do país através do avanço da economia doméstica (Watanabe, 2011) e tornou a doutrina, um dos marcos fundamental para a transformação do Japão e sua futura elevação a uma das grandes potências econômicas mundiais.

Com a instituição da doutrina, passou-se a ser observado o estabelecimento da primeira base para a utilização bem-sucedida das estratégias futuras envolvendo o *soft power* pelo Japão. Através do redirecionamento do foco durante o decorrer da década de 1950 para uma empenhada e bem-sucedida reconstrução econômica, permitiria o início da cultivação para a futura revolução da imagem do Japão, uma que teria como base a alta promoção de uma nação desenvolvida, moderna e progressista.

Desde este período, o país nunca deixou de se desenvolver e o trunfo do ‘milagre econômico’ era intensificado por estratégias de cooperação entre governo e indústria, através de um planejamento conjunto do futuro e decisão coordenada das áreas que deveriam receber

o foco para o desenvolvimento. Conseqüentemente, o Japão foi capaz de direcionar a evolução de sua indústria através de um sistema de prioridades e teve sucesso em expandir seu poderio econômico na região. Com a Guerra Fria tomando conta do cenário internacional e o término da Guerra da Coreia, o Japão passou a ganhar uma posição de destaque no continente asiático com uma próspera economia e capacidade de oferecer incentivos econômicos a seus vizinhos para auxiliar no desenvolvimento. Este processo de se utilizar de seu poderio econômico para limpar com tanta facilidade o sentimento “anti-Japão” que prosperava na Ásia após os horrores da 2ª Guerra Mundial destaca-se como uma das mais bem sucedidas implementações do *soft power* na política externa japonesa. De acordo com Nye (1990), o poderio econômico se trataria de uma forma de *soft power*, pois permite que um país alcance seus objetivos sem recorrer à uma força militar direta. Contudo, é preciso reconhecer que o poderio econômico pode conter elementos de ambos os tipos de poder – *soft e hard power*, como quando um país utiliza sua influência financeira para obter vantagens políticas ou emprega sanções econômicas como forma de coerção (Drezner, 2011).

Ao longo da segunda metade do século XX, o Japão testemunhou um notável milagre econômico que se tornou um dos marcos da história do país. Este sucesso foi alcançado através de um planejamento detalhado para o desenvolvimento, caracterizado por uma colaboração e coordenação sólida entre indústria e governo. Também no mesmo período, o Japão começou a emergir como líder na criação de inovações tecnológicas, ao investir em tecnologia de forma estratégica para contornar os desafios impostos por sua configuração geográfica – escassez de terras cultiváveis e mão de obra limitada. Esta sede pelo desenvolvimento tecnológico viria a se tornar uma das características mais marcantes da cultura japonesa.

A abordagem cultural da política externa e de atos diplomáticos se demonstrou a estratégia mais bem sucedida na tarefa de comunicar a comunidade internacional os posicionamentos do ‘novo’ Japão. Isso foi realizado através de obras de animação populares – os famosos *animes* -, músicas, obras, programas etc. Através destas plataformas, o governo japonês buscou estudar as principais questões que envolviam a imagem do Japão na sociedade externa, criando uma estratégia baseada nesta coleta de dados e no que queriam transmitir para a esfera internacional, caindo no ato previamente explicado de *nation branding*. Ou seja, o próprio governo japonês escolheu a imagem que desejava expor de seu país e, a partir disso, empenhou a melhor divulgação entre seus meios de comunicação para iniciar o processo de fixação no imaginário nacional, em primeiro lugar (Iwabuchi, 2015).

Em 1954, o Japão ingressa oficialmente na Organização das Nações Unidas (ONU), marcando um passo essencial para sua reconstrução na comunidade internacional, e ressaltando aspectos importantes para a promoção de sua nova imagem, tais como: sua responsabilidade como uma nação e seu comprometimento com a paz. A adesão do Japão à ONU também lhe proporcionou uma plataforma global para efetivar seu *soft power*, o que resultou no país passando a ser detentor de uma renovada credibilidade, voltando a ser enxergado como um ator legítimo da arena internacional.

Já em 1964, os Jogos Olímpicos de Tóquio são realizados e marcam, de maneira definitiva, a volta do Japão à comunidade internacional. Ao ser escolhido para sediar um dos maiores espetáculos esportivos do mundo, o país teve a oportunidade de projetar sua nova imagem internacionalmente e fortalecer sua posição no cenário global pós-Segunda Guerra Mundial. A plataforma deste grande evento esportivo, com as proporções globais dos Jogos Olímpicos, permitiu ao Japão exibir ao mundo a extensão de seu desenvolvimento econômico e tecnológico no pós-guerra, além de iniciar um processo de fortalecimento diplomático com nações antes distantes (Hall, 2008). O Japão pôde projetar sua cultura, valores e tradições para uma audiência global, potencializando o processo de reconquista da comunidade internacional por meio da cultivação de um sentimento de simpatia, que também serviu para aumentar sua influência no cenário internacional. Além disso, a realização do evento foi mais uma motivação para impulsionar o avanço e modernização da infraestrutura do Japão, colaborando para a construção da imagem de um país desenvolvido, inovador e com uma alta qualidade de vida.

Portanto, ao chegarmos à década de 1970, temos o Japão em uma situação mais positiva de reafirmação de identidade, retomada do orgulho nacional e consolidação de sua imagem como um país pacifista e moderno. Na esfera econômica, o desenvolvimento permaneceu constante e impulsionado pela criação e utilização, em esfera global, de um novo modelo de produção criado pela indústria automobilística japonesa, o Toyotismo³.

Através do Toyotismo, o Japão conseguiu aumentar sua competitividade no mercado global e expandir sua indústria para além de suas fronteiras. O sucesso das indústrias automobilísticas japonesas serviu como um exemplo poderoso para demonstrar como o Japão passou de uma nação devastada a um centro sinônimo de excelência industrial. A promoção

³ O Toyotismo é um modelo de produção industrial desenvolvido pela Toyota Motor Corporation, no Japão. Trata-se de uma abordagem elaborada por Taiichi Ohno e Eiji Toyoda. O modelo se concentra na eliminação de desperdícios, na flexibilidade produtiva e na eficiência (Caryl; Takayma; Sparks, 2005).

desta narrativa era mais um bônus para impulsionar a expansão do *soft power* japonês, cultivando e fortalecendo a imagem do novo, inovador e moderno Japão.

Enfim, alcançamos a consagrada década de 1980, a conhecida como “Década de Ouro⁴”. Foi o período da consolidação massiva do *soft power* japonês em uma escala global, com o Japão se estabelecendo como um exemplo notável de sucesso econômico, tecnológico e cultural na comunidade internacional. Os anos de 1980 no Japão foram caracterizados por um robusto crescimento econômico – seguindo o padrão de avanço estabelecido nos anos de 1950 -, uma indústria tecnológica inovadora e cada vez mais influente no cenário internacional, e uma crescente influencia cultural, que atingiria seu apogeu durante esta década.

Juntando-se a já consagrada Toyota, outras empresas japonesas conhecidas atualmente também passaram a ganhar reconhecimento global a partir da década de 1980, tais como: Sony, Honda, Nintendo e Panasonic. Todas essas empresas de sucesso se uniram à leva de companhias que fortaleceram a indústria automobilística e eletrônica do Japão. Este período de grande sucesso para a indústria japonesa se caracterizou como um dos pontos-chaves do ‘milagre econômico japonês’ e atraiu a atenção do mundo para acompanhar o desenvolvimento do país.

Mas o grande destaque para o Japão durante este período surgiu na forma de um aumento expressivo em sua difusão cultural. O ‘boom’ da diplomacia cultural e do *soft power* vieram através do alcance de um significativo nível de popularidade da cultura japonesa em uma escala global, e o fenômeno conhecido como ‘Cool Japan’ começou a se espalhar através das formas mais populares da cultura pop japonesa como os animes, mangás e bandas de j-rock (Iwabuchi, 2015). Foi durante os anos de 1980 e 1990 que a percepção do poder cultural alcançou seu ápice, o que resultou na potencialização de investimentos no setor e o aumento do uso de estratégias diplomáticas com foco neste setor. Com o ‘boom’ da diplomacia cultural e a popularização do termo *soft power*, a mídia japonesa passa a chamar a atenção dos formuladores de política e a ideia de *nation branding* passa a ganhar espaço no imaginário político japonês. Desenvolver uma imagem popular e de tom mais amigável, se apresentava como o novo caminho para o Japão se reerguer novamente como um ator destaque do cenário internacional.

⁴ Termo utilizado para descrever o período da década de 1980, no Japão, marcado por um forte crescimento econômico, avanços tecnológicos significativos e projeção internacional de sua cultura.

Quando falamos em *Cool Japan*, estamos nos referindo a um fenômeno da diplomacia cultural baseado na exportação e consumo global de produtos japoneses. Este fenômeno abrange uma ampla gama de formas de expressão artística e de entretenimento, como os animes, mangás, música, moda, design, videogames e culinária, que ganham popularidade em escala internacional (Iwabuchi, 2015). Este é um conceito intrinsecamente relacionado com o *soft power* do Japão, e que se junta aos elementos que permitem ao país exercer sua influência e moldar a perspectiva global sobre sua cultura e identidade.

A popularização da cultura do leste asiático no Ocidente a partir dos anos de 1990 não chamou a atenção somente do Japão. Outros países da região, como seus vizinhos da Coreia do Sul e China, também passaram a notar o potencial de expansão contido dentro do elemento cultural. Os animes, a cultura dos *idols* e a expansão massiva da indústria dos videogames nesta década tiveram seu epicentro na Ásia. Tais conteúdos passaram a cruzar o globo até países que eram distantes cultural e geograficamente do continente asiático, e serviram ainda como ferramenta para ampliação da influência do Japão no próprio continente, com figuras populares como *Hello Kitty*, *Pokémon* e *Sailor Moon* passando a ganhar um grande espaço nos principais mercados asiáticos – Hong Kong, Taiwan, Singapura, Tailândia, para citar alguns exemplos. Nos mais variados ramos de varejo e estampando itens do dia a dia, a identidade visual desses personagens se tornou conhecida até mesmo por aqueles que não consomem a mídia originária, se consagrando como símbolos da cultura popular japonesa e ganhando um grande seguimento global.

Este movimento de popularidade se seguiu nos anos de 1990, e ganhou destaque como um dos principais pilares que manteve o Japão em alta no cenário internacional em meio a sua chamada ‘Década Perdida’. A década de 1990 ganhou o nome de ‘A Década Perdida’ devido ao colapso econômico que abalou a economia japonesa durante este período. Após anos de crescimento acelerado e estável, a economia japonesa começava a mostrar os primeiros sinais de instabilidade em seu sistema, à medida que a relação próxima entre empresas e bancos japoneses fazia com que o número de empréstimos concedidos aumentasse de uma maneira descontrolada (Horioka, 2006). Impulsionados por uma mentalidade de enriquecimento rápido, as empresas logo começaram a observar o resultado de suas ganhas através de uma decolagem exorbitante dos preços de mercadorias, que deixaram de seguir seu valor agregado de mercado. A bolha japonesa tinha suas raízes na década anterior, quando o Japão experimentou um crescimento econômico excepcionalmente alto, impulsionado por suas indústrias tecnológicas, automobilísticas e de manufatura. Através da fácil disponibilidade de

crédito, políticas de estímulo econômico e a crença geral de que o *boom* econômico continuaria indefinidamente alimentaram ainda mais a especulação nos mercados de ações.

Enquanto a economia japonesa lutava para se recuperar, o país depositou seus esforços em outros métodos para assegurar sua posição de relevância recém-conquistada na comunidade internacional, e isso foi alcançado através do *soft power*. Em uma perspectiva econômica, a década de 1990 foi um grande colapso para o Japão, porém de uma perspectiva cultural, esta foi à década em que o Japão conquistou o mundo culturalmente.

O final do século XX foi marcado por uma grande ‘febre’ da cultura japonesa e os animes, jogos e mangás estavam no centro deste acontecimento. Foi durante a década de 1990 que os animes ganharam um amplo espaço de transmissão nas televisões ocidentais, e começaram a cultivar uma legião de fãs apaixonados em uma escala global, ou seja, um enorme quantitativo de pessoas com um interesse cada vez mais frequente no Japão e em sua cultura como um todo. O entretenimento e a cultura japonesa se tornaram produtos de exportação bem-sucedidos, com a crescente expansão de sua popularidade global criando um imenso movimento de exportação cultural, o que não apenas gerou receitas generosas para a indústria criativa japonesa, mas afastou a atenção do exterior dos problemas econômicos que o Japão estava enfrentando, possibilitando que o país projetasse uma imagem positiva na comunidade internacional ao mesmo tempo em que manejava uma crise econômica internamente.

Como a adesão integral de um forte modelo de exportação cultural, a popularização da cultura de anime ajudou a aumentar o *soft power* do Japão e a fortalecer sua imagem globalmente. Por meio do crescimento da indústria – a qual carrega o título de ser uma das maiores exportadoras culturais do Japão –, o país encontrou não só uma maneira de atingir as nações ocidentais em um formato ‘perfeito’ para a era globalizada, como passou a cultivar um setor com uma receita anual atual equivalente a bilhões de dólares. De acordo com o último relatório da AJA (*The Association of Japanese Animations*), publicado em março de 2022, durante o ano de 2020, mesmo com os efeitos da pandemia de COVID-19, o mercado internacional ultrapassou o doméstico e produziu uma receita anual de 1.239 trilhões de yens japoneses – aproximadamente 8.7 bilhões de dólares -, um crescimento de 103,2% em relação ao ano anterior.

Além disso, a popularidade de tais mídias tem beneficiado a promoção de interesses na língua, história e cultura japonesas, enquanto gera para a comunidade interna oportunidades

de expandir suas influências culturais em países de todo o mundo. Isso pode ser visto no apoio de muitos países ao Japão em fóruns internacionais, no aumento da demanda por produtos japoneses, como automóveis e eletrônicos e bem como no aumento do interesse turístico pelo arquipélago. A popularização de sua cultura tem fornecido ao Japão um poder suave cada vez mais crescente em conjunto com uma plataforma para aumentar sua presença internacional, fortalecendo assim sua posição no cenário internacional.

Ao longo das décadas aqui abordadas, a política externa japonesa passou por um constante processo de evolução e adaptação ao novo modelo de organização do país. Com uma nova abordagem, baseada no uso cuidadoso do *soft power*, o país desenvolveu uma diplomacia focada na valorização da projeção cultural e tecnológica como meio de fortalecer suas relações internacionais, sendo capaz de transcender sua imagem devastada por seu passado com velocidade, eficiência e através da utilização de métodos inovadores. O caminho percorrido pelo Japão ao empregar o *soft power* na política externa é um exemplo propício de como uma abordagem sutil pode gerar um impacto duradouro nas relações internacionais, moldando uma imagem positiva e sustentável para um país.

3. O papel da Diplomacia Cultural na consolidação da imagem do ‘novo Japão’

Após a revisitação ao percurso que a política externa japonesa percorreu desde o fim da Segunda Guerra Mundial, chega o momento de nós aprofundarmos na área mais bem-sucedido entre as estratégias de *soft power* implementadas pelo Japão, a cultural. Quando nos referimos à diplomacia cultural, estamos falando principalmente de estratégias governamentais que buscam a obtenção de *soft power* através de meios culturais (Iwabuchi, 2015).

A abordagem cultural ao redor da diplomacia possui o objetivo de comunicar à comunidade internacional os posicionamentos de um país através de obras de animação populares, filmes, séries, músicas, programas, obras etc. Tanto o Japão como outros países do Leste Asiático se utilizaram desta abordagem para trabalhar na construção de sua imagem no cenário internacional, especialmente a partir das décadas de 1980 e 1990 quando aconteceu o *boom* da popularização dos animes e videogames de uma maneira global, fazendo com que o Japão cativasse uma audiência massiva para suas obras, criando uma conexão com um público global que ultrapassava fronteiras culturais e linguísticas. Essa movimentação permitiu que o país se tornasse um centro de influência cultural, que passou a atrair cada vez mais uma grande quantidade de entusiastas, estudiosos e turistas de diversas partes do mundo.

A utilização da diplomacia cultural foi uma ferramenta empregada pelo Japão para a reconstrução e consolidação de sua nova imagem no cenário global contemporâneo. Ao longo dos anos, como já demonstrado, o país enfrentava desafios para superar as manchas e traumas de seu passado, lutando para projetar uma imagem na comunidade internacional que fosse além das sombras da Segunda Guerra Mundial. Com uma abordagem estratégica de *soft power*, o Japão buscava estabelecer-se definitivamente como uma nação moderna e progressista, e buscava fazer isso através da influenciação da percepção internacional ao seu favor.

Por meio da disseminação da cultura pop japonesa, realizou-se a criação de uma poderosa conexão entre o Japão e suas audiências de um variado público global. Em síntese, a diplomacia cultural é uma das peças cruciais na construção da imagem do 'Novo Japão'. Através do uso estratégico do *soft power*, o país projetou-se como uma nação moderna, empenhada em promover a paz e a prosperidade global. O investimento na disseminação de sua cultura e o engajamento em questões globais começaram a se tornar pilares para a

construção da nova identidade japonesa, que transcendeu as fronteiras geográficas e culturais, deixando uma marca indelével na consciência global.

O Japão adentra o século XXI com a imagem renovada de uma nação confiável, moderna e comprometida com a cooperação internacional, se destacando como um ator-chave na política externa mundial e com um papel ativo nas principais questões globais. Neste capítulo iremos destrinchar mais a fundo os pontos mais importantes para a criação e conservação do império de influência cultural japonesa, que se encontram como um dos principais pilares da atual política externa do Japão, e também quais são suas limitações em questões de projeção e englobamento da diversidade cultural local.

3.1: O Movimento ‘Cool Japan’ e a Diplomacia Cultural

Foi a partir do governo do primeiro-ministro Junichiro Koizumi (2001 – 2006) que o Japão começou a elevar o tema da cultura ao papel de instrumento para cumprir os interesses nacionais. Koizumi foi pioneiro na política japonesa a focar no desenvolvimento de políticas culturais para potencialização da expansão da exportação cultural do país. Sua visão era a de que através de um maior desenvolvimento e consolidação dos principais pilares da cultura japonesa (anime, literatura, videogames, moda e música), o governo seria capaz de fortalecer a projeção internacional do Japão e de suas principais empresas no mercado global. A partir desta estratégia, se iniciou a instituição de diversos comitês focados na promoção da mídia e cultura japonesa. Para citar alguns dos principais, temos: a Sede de Estratégias de Propriedade Intelectual (2002), o Comitê para a Nação do Turismo (2003), a Iniciativa *J-Brand* (2003) e o Conselho para Promoção de Trocas Culturais (2006) ⁵.

O movimento do ‘Cool Japan’ surge a partir destas primeiras iniciativas do governo japonês, buscando de maneira mais focada realizar a promoção da cultura pop japonesa em um nível internacional, expandindo sua influência cultural, fortalecendo sua imagem no exterior e conseguindo no processo, fortalecer sua própria economia nacional, ao gerar uma maior demanda por seus produtos e serviços japoneses no cenário global. A expressão *Cool Japan* passa a ser utilizada pelo Japão como uma política guarda-chuva para cobrir várias áreas de interesse do governo japonês na esfera internacional.

⁵ Informações extraídas através do artigo de Koichi Iwabuchi: Pop-culture diplomacy in Japan – Soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’. Publicado em 2015, no *Jornal de Política Cultural*, vol.4

Este termo começou a ganhar popularidade na década de 2000, quando o governo japonês percebeu o potencial inserido dentro de sua cultura pop para atrair os interesses da comunidade internacional através de sua exportação, conseguindo angariar uma base de fãs internacionais que colaborariam para realizar a bem-sucedida disseminação de sua cultura e valores em um contexto global. O potencial da mídia cultural de gerar uma imagem internacional apelativa começou a ser amplamente discutido por diversos ministros e departamentos do governo de Koizumi, gerando o início da implementação dessas políticas no Japão no início da década.

Em 2010, e logo mais em 2013, foram instituídos os escritórios para a promoção do *Cool Japan* e o Conselho para Promoção do *Cool Japan*, instituições que estabelecerem um marco significativo sobre a visão do governo japonês sobre sua cultura pop. A criação dos escritórios sinalizam que a cultura pop havia começado a ser enxergada como um ativo valioso para o Japão, em especial para sua prosperidade internacional. Cinquenta bilhões de ienes do orçamento nacional foram realocados para esses projetos, para planejamento e construção de infraestruturas que teriam como objetivo promover o charme dos produtos e da cultura japonesa em escala global (Iwabuichi, 2015). O governo já mostrava reconhecer a crescente influência da cultura pop japonesa na esfera internacional, junto com a percepção de que essa cultura poderia ser usada como uma ferramenta eficaz de diplomacia pública e de crescimento econômico. A possibilidade para a criação e expansão de um novo lucrativo mercado, com uma competitividade menor comparado aos outros setores da economia e com altas chances de sucesso de se obter protagonismo, especialmente no continente asiático, fortalecia o ganho de espaço no plano governamental.

Entre os principais objetivos destes escritórios figurava a coordenação e facilitação das atividades relacionadas à promoção da cultura pop japonesa em diversas áreas, de jogos eletrônicos à gastronomia e turismo cultural. Através de uma abordagem multidisciplinar, os escritórios buscaram unir esforços de diferentes setores governamentais, indústrias criativas e organizações privadas para maximizar o impacto da cultura pop japonesa no exterior, fornecendo apoio financeiro e estratégico a projetos e iniciativas do segmento cultural.

Além disso, ainda sob o governo Koizumi, o Japão integrou a diplomacia da cultura pop ao seu plano de diplomacia pública, que passou a colocar ênfase na questão da marca da nação (*nation branding*) através da disseminação de mídia japonesa na esfera internacional.

Queremos que a cultura pop, tão eficaz em se conectar com o público, seja nossa aliada na diplomacia, uma parte da diplomacia consiste em ter uma imagem competitiva, por assim

dizer. Agora, mais do que nunca, é impossível que isso fique inteiramente no âmbito do trabalho dos diplomatas, o que precisamos fazer agora é construir sobre essa base [o fato de o Japão já ter uma boa imagem] e atrair pessoas do mundo todo para a cultura japonesa, seja ela moderna ou herdada da antiguidade. (Discurso de Taro Aso, Ministro do Exterior do Japão em 2006⁶).

A diplomacia da cultura pop é uma abordagem que muitos países têm adotado para estabelecer laços com outras nações, de maneira menos formal e vista de forma mais amigável no meio diplomático. Por meio da disseminação da cultura pop, o Japão potencializou e fortaleceu sua imagem positiva no exterior, ao invés de depender exclusivamente de abordagens tradicionais de diplomacia baseadas em política e economia.

A era da identidade nacional do Japão que era construída simplesmente em termos de sua receptividade a “original” e “única” modernidade ocidental, acabou. A capacidade de produção do Japão de produtos culturais atraentes e de realizar sua divulgação no exterior, particularmente na Ásia, e seu papel de liderança na criação de uma esfera popular asiática, deve configurar a promoção do novo comum asiático. (IWABUCHI, 2002 p. 69).

Diante da escalada de popularidade da imagem do Japão frente à comunidade internacional, os investimentos e incentivos governamentais para o meio cultural somente se ampliaram. Em 2008, o personagem Doraemon foi nomeado pelo Ministério de Assuntos Estrangeiros do Japão como o embaixador do anime e uma viagem mundial foi promovida para que o personagem, em seu mais novo cargo oficial, pudesse promover a cultura japonesa na esfera global. “Doraemon, eu espero que você vá viajar ao redor do mundo como um embaixador do anime para aprofundar o entendimento das pessoas sobre o Japão, para que eles possam se tornar amigos do Japão”, disse o ministro das Relações Exteriores na época, Masahiko Komura, durante a cerimônia de nomeação do personagem.

FIGURA 1- DORAEMON E O MINISTRO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DO JAPÃO, MASAHIKO KOMURA (2008)

⁶ Taro Aso, ‘Um Novo Olhar para a Diplomacia Cultural: Um Chamado para os Praticantes da Cultura Japonesa’. Discurso feito na Digital Hollywood University, Tóquio, 28 de abril de 2006. Disponível em: mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html. Acesso em 08 de agosto de 2023.



FONTE: NBC News (2008). Disponível em: [nbcnews.com/id/wbna23716592](https://www.nbcnews.com/id/wbna23716592). Acesso em: 08 de agosto de 2023.

A diplomacia cultural é um método de aparência mais amigável de ativar a agenda de interesses do Estado, estratégia extremamente funcional para o Japão e seus personagens coloridos e carismáticos, um estilo de arte e arquitetura que conquistaram o Ocidente e músicas que se popularizaram em uma escala global. Este termo popularizado durante os anos de 1990 é utilizado para se referir as trocas culturais, através de ideias, informações, arte e outros aspectos culturais, entre oficinas de Estados que buscam cultivar um ambiente de entendimento mútuo e que renda benefícios para seus interesses internos, criando um ambiente de junção do nacionalismo e internacionalismo (Cummings, 2003).

No alinhamento do que foi apresentado em relação à diplomacia cultural ser uma maneira mais amigável de se conectar a outros países, é possível identificar os indícios de uso desta estratégia pelo governo japonês ao analisar como a publicidade de seus produtos é feita na esfera global. Os principais obstáculos a serem superados pelo Japão eram: 1) o sentimento ‘anti-Japão’; 2) o receio que existia, especialmente no continente asiático, em relação a permitir sua expansão em grande escala novamente. A fim de superar estes obstáculos, os produtos japoneses adotaram uma aparência popularmente fofo – ou *kawaii*⁷ – para potencializar o interesse e aceitação no cenário internacional. Manter o foco em aspectos mais estereotipados de um país já se provou responder de maneira positiva quando estamos tratando de incentivar o consumismo de produtos originários deste determinado país (Iwabuchi, 2002).

⁷ *Kawaii* significa literalmente ‘fofo’ em japonês e é utilizado para se referenciar a um dos elementos mais marcantes da cultura japonesa. Personagens de aparência fofo e inofensivas, com características marcantes como olhos grandes e abuso de cores pastel, podem ser avistados em muitas situações no Japão, desde em grandes empresas a pequenos comércios da vizinhança local ao governo nacional. Muitas empresas utilizam de mascotes “focos” para expor e promover seus produtos e serviços para o público, estratégia que já se mostrou muito efetiva e lucrativa (Kinsella, 2017).

Em suma, a diplomacia cultural é uma ponte para fazer a junção de nações em busca de um objetivo em comum, desempenhando um papel essencial nas relações internacionais contemporâneas e permitindo que os Estados protejam suas identidades, valores e tradições de maneira sutil e eficaz, enquanto ainda ingressam em processos de colaboração. O Japão fez o uso da diplomacia cultural para expandir sua influencia em meio à escalada da popularidade de sua mídia cultural, de uma maneira não coercitiva.

A eficácia da diplomacia cultural japonesa é evidenciada, por exemplo, na popularização impressionante da culinária japonesa. Sushi, sashimis e ramem são pratos típicos do Japão e que agora são muito comuns em diversos outros países, contribuindo para despertar o interesse e a curiosidade pela cultura japonesa, deixando-a bem presente no cotidiano de diversas nações diferentes ao redor do mundo e fazendo a estratégia se destacar como uma ferramenta sofisticada, que permite ao Japão projetar sua identidade e influência no cenário global.

3.2: Animes, Videogames e o poder das tribos

Não é possível concluir uma boa análise sobre *soft power* e a diplomacia cultural no Japão sem falar mais a fundo sobre os principais elementos que foram responsáveis por destacar a imagem do país e elevar sua popularidade na comunidade internacional. Em contraste aos outros setores econômicos, que entraram em recessão com o estouro da bolha econômica japonesa na década de 1990, a exportação da cultura pop japonesa se tornou o setor da economia do Japão com o crescimento mais acelerado durante o período e grande parte deste absoluto sucesso recai sobre a explosão da popularidade dos animes a partir do momento em que suas transmissões se ampliaram no Ocidente.

A cultura japonesa é composta de aspectos singulares que a fazem se destacar entre o modelo ocidental saturado. Sua popularidade é reflexão direta de uma comunidade criativa expansiva e que consegue dominar uma grande porcentagem do espaço deste setor na arena global. E, a partir da década de 1990, um fenômeno cultural herdado desta popular e singular cultura começou a se difundir de maneira impressionante pelo mundo: os animes.

Animes, animações japonesas conhecidas por sua qualidade, originalidade e narrativas envolventes, passaram a conquistar corações e mentes de pessoas de todos os cantos do mundo. Essa explosão de popularidade pode ser entendida diretamente pelos conceitos do *soft*

power e da diplomacia cultural, que também desempenharam um papel crucial na disseminação desta mídia para além de suas fronteiras de origem.

Uma das ênfases promovidas pela indústria da cultura pop japonesa é de que a mesma se trata de um ambiente onde todos podem expressar sua criatividade através dela. A afirmação é sustentada pela criação de novas indústrias dentro do setor que abrigam novos talentos de diversas áreas do setor criativo, a partir da premissa de conseguirem enxergar e identificar novas tendências que possam potencializar a exportação da cultura-pop japonesa mundialmente (Lux, 2021).

Durante a Década Perdida, houve um aumento exponencial de japoneses interessados em ingressar na indústria de animes, em busca de se inserirem em um ambiente mais leve e que permitia um escapismo da dura realidade econômica que o Japão enfrentava. Esta indústria oferecia a possibilidade, tanto para trabalhadores quanto para consumidores, de poder perseguir suas ideias mais fantasiosas em meio à dura e estressante realidade do dia-a-dia. Dessa maneira, não foi uma surpresa acompanhar o sucesso que essa premissa teve para se vender no mercado e no ramo do entretenimento global.

A explosão de popularidade dos animes japoneses a partir da década de 1990 serve como uma perfeita ilustração dos conceitos centrais desta análise, acontecendo na prática. Vários fatores contribuíram para o sucesso desta mídia, mas o papel do *soft power* e da diplomacia cultural ganham claro papel de destaque neste fenômeno, através da moldagem de percepções e instigação de interesse pela cultura japonesa realizada por essas estratégias. Dessa forma, tivemos a cultivação de um terreno fértil para fazer crescer a influencia da cultura japonesa através, do que seria uma de suas maiores fontes de exportação cultural.

Os animes comumente exploram tradições e aspectos históricos da cultura japonesa, servindo como uma porta de entrada e introdução para o público internacional aos fundamentos culturais e costumes da nação japonesa. O impulso para a disseminação global deste conteúdo alcançou novos patamares através dos avanços realizados na capacidade de transmissões internacionais na televisão e no desenvolvimento acelerado da internet há um instrumento capaz de conectar e transmitir para pessoas do mundo todo através da rede.

Este novo contato com a cultura japonesa era mais íntimo e constante – o horário em que haveria a transmissão do novo episódio de Dragon Ball Z, Pokémon ou One Piece já era calendário marcado em diversos lares, de diversas localizações e pertencentes a diferentes classes sociais. Como resultado, a compreensão intercultural veio como uma consequência

direta desta aproximação e entendimento, além disso, o setor de turismo foi o primeiro a sentir os resultados positivos provenientes deste fortalecimento de laços com a comunidade internacional.

Por exemplo, Kyoto, ex-capital do arquipélago, conhecida por sua rica herança cultural e templos antigos, foi o cenário de desenvolvimento da história de diversos animes que incorporam estes elementos históricos do Japão a suas narrativas. Um dos grandes e mais populares animes da atualidade, “*Kimetsu no Yaiba*” (*Demon Slayer*), mostra diversos cenários inspirados em localizações reais de Kyoto, o que gerou um aumento exponencial de interesse entre fãs da obra e aumentou o volume do turismo na região. Essa tendência não é pertencente a uma única obra; na verdade, o desenvolvimento de rotas turísticas temáticas dos mais populares animes se tornou um ponto característico do turismo *otaku* no Japão. Essa união entre a paixão pela mídia e o turismo é uma das estratégias que o governo japonês foi capaz de desenvolver para descentralizar o turismo apenas das regiões mais centrais do país e criar um fluxo poderoso neste setor em diversas áreas do país.

FIGURA 02 – COMPARAÇÃO REALIDADE VS. ANIME: Red Light District em Kyoto vs. Kimetsu no Yaiba (Demon Slayer)



FONTES: CNN; Crunchyroll

Este movimento turístico é referenciado como *Anime Pelgrime*, ou em uma tradução literal, 'Peregrinação do Anime'. Muitos municípios do interior do Japão, Kamakura e Mihara para mencionar alguns exemplos, experimentaram diretamente os efeitos deste movimento após serem cenários da história de animes populares, ou apenas por estar conectada a história de alguma maneira, e tiveram um grande aumento no fluxo de turismo de suas regiões, dominado quase que exclusivamente pela massa de fãs apaixonados que viajam a esses locais apenas para conhecer os locais que inspiraram os cenários de suas histórias prediletas (Okamoto, 2015).

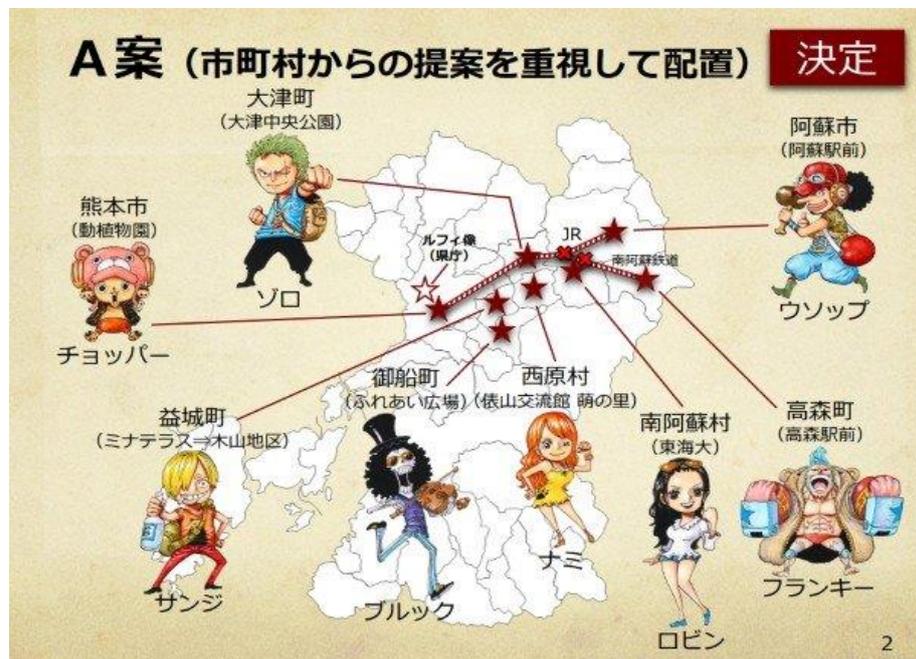
Este é mais um dos fenômenos que exemplifica na prática a maneira como a cultura pop japonesa, através das estratégias de *soft power*, tem sido capaz de transcender o território japonês e criar conexões poderosas com o público conquistado ao redor do mundo, consolidando a imagem do Japão como um destino envolvente para entusiastas culturais. Além de também exibir um impacto econômico tangível, com o aumento do turismo sendo capaz de apoiar e impulsionar as econômicas locais do interior do Japão.

FIGURA 03 – ESTÁTUA DO ANIME ONE PIECE NA PROVÍNCIA DE KUMAMOTO



FONTE: One Piece Ex (2019)

FIGURA 04 – MAPA DAS ESTÁTUAS DE ONE PIECE ESPALHADAS PELA PROVÍNCIA DE KUMAMOTO



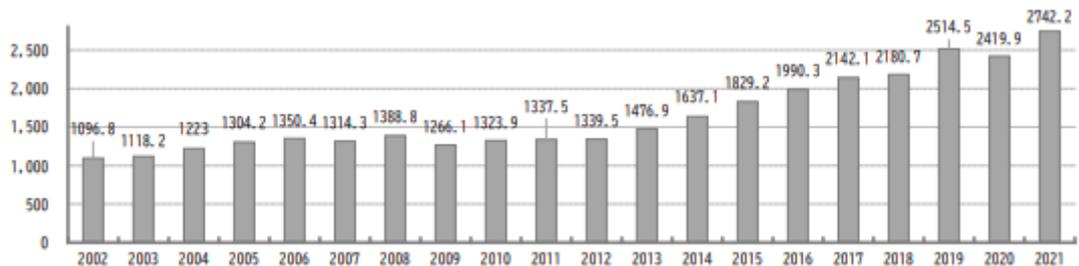
FONTE: One Piece Ex (2019)

One Piece é de maneira consagrada um dos animes mais populares da década, em exibição desde 1999, mais de 1000 episódios e uma receita total de aproximadamente 21 bilhões de dólares, tem uma poderosa legião de fãs cultivada ao redor do mundo e quando, em 2020, a cidade de Kumamoto – de onde o criador da franquia, Eichiro Oda, é originário – decidiu iniciar a produção de grandes estátuas de bronze dos personagens principais da franquia para espalhar pela província. Em 2016, Kumamoto sofreu danos devastadores com uma série de terremotos, com o maior abalo atingindo a magnitude de 7,0 na escala Richter, muitas mortes e feridos foram registrados e algumas cidades, como Mashiki, chegaram a registrar 60% de destruição parcial ou total de suas residências.

As estátuas de One Piece foram diretamente planejadas entre o governo da província e Eichiro Oda como uma maneira de contribuir para a revitalização da região através do incentivo turístico. Os funcionários do governo chegaram a ter dificuldades em decidir a distribuição de todas as 10 estátuas, ao que todas as 31 cidades existentes na província disputaram pela oportunidade de conseguirem abrigarem os itens que proporcionariam um aumento significativo para o turismo de suas áreas.

A indústria dos animes também se mostrou como um forte e estável pilar da economia japonesa, exibindo crescimento constante desde 2010 e demonstrando estabilidade até mesmo diante de grandes instabilidades na economia mundial. O melhor exemplo podendo ser demonstrado através dos efeitos da pandemia de COVID – 19 nesta indústria, que diferente das estagnações e crises enfrentadas por diversos outros setores, o setor de animes, muito pelo contrário, se mostrou possuidor de uma demanda de mercado sólida e conseguiu segurar o bom ritmo de lucratividade dos anos seguintes, conseguindo já se recuperar do impacto da pandemia logo em 2021, atingindo uma marca de lucro de 2.74 trilhões de ienes, um aumento de 113,3% comparado a 2020 e alcançando sua maior marca de lucros na história, superando a marca de 2.51 trilhões de ienes alcançada em 2019. Outro marco impressionante alcançado pela indústria foi à superação do mercado doméstico pelo internacional pela primeira vez na história em 2020, com a popularidade das plataformas de *streamings* globais atingindo um novo pico de uso durante a pandemia. Os gráficos servem como visualização para as informações providas acima:

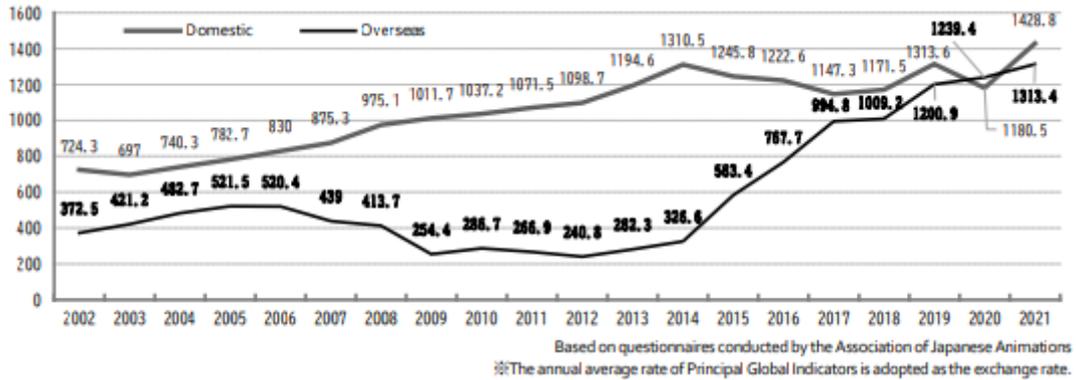
GRÁFICO 1 – RECEITA BRUTA DO MERCADO JAPONÊS DE ANIME DE 2002 - 2020 (EM BILHÕES DE IENES)



FONTE: Relatório da Indústria de Anime de 2022. A Associação de Animação Japonesa. 2023.

Disponível em: aja.gr.jp/english/japan-anime-data. Acesso em: 15 de agosto de 2023

GRÁFICO 02 – COMPARAÇÃO DO MERCADO DE ANIMES DOMÉSTICO E INTERNACIONAL (EM MILHÕES DE IENES)



FONTE: Relatório da Indústria de Anime de 2022. A Associação de Animação Japonesa. 2023.

Disponível em: aja.gr.jp/english/japan-anime-data. Acesso em: 15 de agosto de 2023

Em 2006, foi fundada por empreendedores norte-americanos a plataforma de streaming Crunchyroll, uma plataforma totalmente direcionada e focada na oferta de animes e entretenimento asiático de uma maneira mais acessível, se utilizando da forte disseminação global possível de ser alcançada através do formato popular de plataforma de streaming. A iniciativa para criação dessa plataforma é mais um reflexo da crescente influência e popularidade desta indústria, conquistando até mesmo o interesse do setor de empreendedorismo norte-americano. A Crunchyroll é mais um exemplo significativo de contestação do fenômeno do anime japonês, não mais um nicho recluso, e sim, uma forma de mídia amplamente consumida, lucrativa e apreciada por pessoas das mais diversas culturas e espaços.

Outro pilar da cultura pop japonesa, e também de indústria tecnológica e econômica, também explodiu na década de 90 e tem sido, desde então, um dos setores mais lucrativos da indústria japonesa: os videogames. Um apogeu da inovação criativa japonesa e uma das contribuições mais notáveis do país para o cenário global, o estabelecimento do império dos videogames japoneses não apenas revolucionou o entretenimento digital, mas foi uma ferramenta crucial para o fortalecimento da política externa japonesa no século na era moderna.

Desde o nascimento da indústria dos jogos, o Japão assumiu uma liderança incontestável na criação de grandes clássicos que se tornaram uma parte importante da criação e expansão desse amplo universo cultural. A partir da década de 90, marcas renomadas como Sony, Nintendo e Sega emergiram como líderes da indústria de jogos, com o lançamento de populares consoles como o Playstation, Nintendo Entertainment System (NES) e Sega Mega

Drive, que se tornaram os principais responsáveis por popularizar o consumo de videogames e caracterizaram uma nova forma de entretenimento que marcaria os ramos da indústria criativa e da tecnologia.

Junto a isso, essas grandes empresas chegaram com seus catálogos recheados de personagens icônicos que fariam parte da cultura pop global, como: Super Mario, Pokémon e Sonic. Em 1996, o nascimento da franquia de Pokémon marcou o início de uma mania mundial que até hoje é a franquia de entretenimento que mais rendeu dinheiro na história, superando grandes nomes ocidentais como Disney e Star Wars, e se tornando um dos produtos mais icônicos da cultura pop mundial e com isso, se tornando uma ferramenta de diplomacia cultural extremamente valiosa para o Japão. O governo japonês promove ativamente eventos e exposições relacionadas a Pokémon em embaixadas, consulados e centros culturais ao redor do mundo, de forma que as criaturas coloridas e de aparência amigável, se tornaram um dos símbolos mais fortes para representação da marca 'Japão' ao redor do globo.

Existem jogos desenvolvidos pela indústria japonesa sobre uma enorme gama de assuntos, mas a maioria deles possui uma forte conexão com a cultura tradicional do Japão, contando a história de lendas antigas e mitos que regem até hoje as crenças do povo japonês. A forte ligação do Japão com suas raízes, sua identidade histórica e seus ideais prevalece até hoje através dessas mídias, contribuindo para a preservação de uma forte conexão de um povo com sua cultura e se diferenciando, mais uma vez, do conhecido padrão ocidental, e o Japão vai além ao não só cultivar esta forte ligação entre seu povo e sua cultura nacional, como também tem sido capaz de alcançar esta forte conexão com o público internacional através dessas mídias populares. O Japão se tornou um grande exemplo nesta tarefa de cultivo de um maior entendimento de seus ideais e a fixação de uma imagem positiva no imaginário da comunidade internacional, tarefa esta realizada através das experiências positivas e envolventes que seus animes, videogames, culinária, literatura e música conseguem proporcionar ao seu grande e apaixonado público.

3.3: Os limites de projeção das estratégias de *soft power* japonês

As estratégias de *soft power* são uma forte ferramenta para as relações internacionais da era globalizada, ao que permitem aos Estados desenvolverem trocas culturais e promoverem seus interesses no cenário internacional de uma maneira sutil, e ao mesmo tempo

eficiente, conseguindo controlar com mais facilidade o surgimento de possíveis desconfortos e desconfianças em relação a influencia vinda do exterior e seus efeitos na soberania nacional de um Estado. No entanto, mesmo diante do sucesso notável do caso japonês, esta técnica não está isenta de desafios e limitações, que se mostram cada vez mais aparente conforme o uso das estratégias de *soft power* se expandem pelos anos.

O Japão é um país culturalmente diverso, mesmo que não aparente esta característica para a comunidade exterior, o que é em si exatamente a prova para o primeiro ponto a ser abordado em relação às limitações do *soft power* no período atual do país. A cultura japonesa é composta por um apanhado de diferentes tradições e subculturas que se derivaram a partir das regiões do arquipélago, mas, o *nation branding* promovido pelo Japão sempre representou uma comunidade cultural unitária e homogênea, o que exclui as porções mais marginalizadas da cultura japonesa de participarem do diálogo promovido no âmbito internacional. O desafio de selecionar os elementos culturais que sejam universalmente apelativos e ao mesmo tempo representativos de todo o povo japonês, é um que esteve sempre presente no desenvolvimento das estratégias de *soft power* da política externa do Japão, e junto a isto, a promoção excessiva de elementos específicos da cultura japonesa podem contribuir para que a comunidade internacional desenvolva uma visão distorcida do país, baseada na promoção de elementos estereotipados da cultura japonesa para caracterizar o país.

É possível observar que muito dos pontos apontados como desafios e limitações para as estratégias de *soft power*, já foram apontadas como pontos positivos anteriormente, e a chave para esta dualidade está na falta de representatividade de todo o gama cultural existente dentro do território japonês. Até hoje, o Japão cultiva uma boa parcela de uma comunidade mais tradicional e que demonstra resistência aos efeitos da globalização cultural, especialmente a influencia ocidental, com receios que isto possa comprometer a autenticidade cultural do país, criando este confronto entre a promoção internacional do país e a cultivação de valores e tradições locais.

A diplomacia da cultura pop utilizada pelo Japão tem sido alvo de críticas por parte da comunidade acadêmica de estudo de ciências políticas por promover um benefício individual e falhar em promover a diversidade cultural do país. O maior problema do Japão para a expansão de seu diálogo internacional através do *soft power*, recai principalmente na dificuldade em transformar essas estratégias em um mecanismo que funcione por duas vias – envio e recebimento – e em como expandir sua influencia cultural para seus vizinhos asiáticos, especialmente China e Coreia do Sul, que ainda carregam uma memória vívida do

passado militar japonês e as consequências de suas políticas expansionistas do passado (Iwabuchi, 2015). A permanência da existência desse sentimento negativo nas comunidades asiáticas também simboliza um dos grandes pontos críticos a atual política externa japonesa e suas estratégias, ao que até hoje, o Japão demonstra dificuldades em direcionar o discurso para tratar dos erros cometidos no passado, focando mais em realizar um processo de apagamento do que de reflexão e arrependimento adequado pelos crimes cometidos durante e antecedente ao período da 2ª Guerra Mundial.

Essa falta de reconciliação histórica tem gerado implicações profundas nas relações do Japão com outros países do continente asiático, a relutância do governo japonês em reconhecer plenamente e emitir um pedido de perdão completo e aberto em relação aos crimes de guerra e as atrocidades cometidas por suas forças militares no passado, dificulta o desenvolvimento sólido de suas relações diplomáticas. No prisma do *soft power*, esta ausência de reconciliação prejudica a credibilidade dos ideais de paz e diplomacia que o novo Japão tenta promover na comunidade internacional (Calder, 2010), e em adição a este efeito, temos a cultivação de um sentimento de desconfiança na região, especialmente direcionado ao Japão, que acaba dificultando a alcance de uma audiência receptiva às mensagens e produtos culturais de origem japonesa, diminuindo e limitando a eficácia das estratégias de *soft power* e perpetuando uma visão na comunidade asiática, de que o olhar japonês está voltado exclusivamente para o agrado e cobiça do Ocidente (Iwabuchi, 2015).

Esse tipo de intercâmbio cultural internacional é adotado na diplomacia da cultura pop ofusca que exista um engajamento com a crescente situação multicultural no Japão. (...) a política de multiculturalismo ainda está seriamente subdesenvolvida, em nítido contraste com o rápido desenvolvimento da diplomacia da cultura pop e do *Cool Japan*. (IWABUCHI, 2015, p. 429).

No centro da discussão sobre os problemas de representatividade cultural do Japão em seu *nation branding*, estão principalmente às comunidades de imigrantes do país e suas dificuldades em se integrarem plenamente como membros da sociedade japonesa. Conforme apresentado anteriormente, o uso de estereótipos pode se apresentar como uma ferramenta benéfica para a promoção de uma imagem com aspectos fáceis de fixarem no imaginário coletivo, porém, observando deste novo prisma, o fortalecimento destes estereótipos como caracterizações do povo japonês apenas colaboram para a permanência da divisão entre ‘japoneses’ e ‘estrangeiros’ – com estrangeiros aqui se referindo a imigrantes que podem já viver a diversas gerações familiares diferentes no Japão, mas ainda encontram dificuldades em se integrarem e serem incluídos no papel de ‘verdadeiros’ cidadãos japoneses -. A

cultivação desta linha rígida cria uma grande barreira para falarmos da diversidade cultural no Japão, enxergar e analisar a miscigenação cultural existente neste espaço (Iwabuchi, 2015)

Um dos casos mais populares para analisar este acontecimento na prática, recai no caso dos sul-coreanos no Japão, conhecidos como *zainichi*, este termo é frequentemente utilizado para se referir à comunidade coreana que permaneceu em território japonês após o fim do período colonial japonês na Coreia ou que migraram para o Japão durante o período de divisão da Coreia. O passado entre Japão e Coreia é um com diversas cicatrizes históricas, com um forte histórico de assimilação forçada que resultou em rachaduras que penduram até hoje nas relações entre os dois países.

Os coreanos que se refugiaram no Japão para fugir dos conflitos da metade do século XX encontraram uma sociedade fechada e que de pouco a nada fez para acomodar os traços culturais coreanos, realizando um processo inverso ao submeter este povo a um processo de assimilação forçada onde à cultura japonesa passou a engolir as características e tradições culturais destas famílias coreanas e as converter para dentro dos parâmetros da cultura japonesa. Os descendentes destas famílias, que permanecem até hoje no Japão, ainda enfrentam discriminação institucionais e sociais, muitas vezes sendo tratada como uma porção de minoria étnica marginalizada na sociedade japonesa.

Trazendo a lente deste caso para a análise do *nation branding* do Japão, que conforme já mencionado, possui uma forte característica de promover a homogeneidade de seu povo como parte de sua identidade nacional, utilizando desta imagem para sua promoção na comunidade internacional. A promoção desse conceito de homogeneidade somente dificulta a integração desses diferentes grupos étnicos na imagem oficial do país e a exclusão desses grupos que não se encaixam na narrativa, inadvertidamente, prejudica o avanço dos debates para tirar estes grupos da marginalização.

A dificuldade do Japão em integrar sua diversidade cultural em sua política externa se torna evidente na promoção de sua marca no cenário internacional. Recentemente, há um movimento de crescente reconhecimento, tanto no nível público e quanto governamental, sobre a necessidade de abordar questões de diversidade e inclusão, no entanto, as mudanças são lentas e ainda encontram resistência por parte da comunidade mais tradicional do Japão.

No cerne destes desafios enfrentados pelas estratégias de poder brando no Japão, alguns analistas irão afirmar que isto tudo recai sobre a ineficácia do país em conseguir promover uma troca mútua entre sua cultura e a de seus parceiros diplomáticos, ao que o país

direciona todos os seus esforços para conquistar o olhar estrangeiro e atrair atenção global a sua cultura, porém, não realiza avanços em quebrar suas próprias barreiras domésticas e preparar sua sociedade para assimilar a diversidade cultural, que existe como uma consequência direta da alta integração em um mundo globalizado como o atual.

Dar uma atenção crítica à diplomacia cultural doméstica problematiza estas construções exclusivas da nação. Isso não significa rejeitar a relevância da diplomacia cultural ao serviço do interesse nacional. Mas o escopo do interesse nacional precisa ser ampliado para além da busca estreita por objetivos econômicos e políticos, avançando o intercâmbio cultural de uma maneira mais aberta, dialógica e cosmopolita para lidar com as várias questões de um mundo globalizado, como fluxos de complexos culturais e conexões das relações internacionais, historicamente constituídas, e a crescente diversidade cultural dentro das fronteiras nacionais. (IWABUCHI, 2015, p. 430)

Conclusões

Este ensaio é apenas mais uma porta para a continuidade da discussão crítica sobre a capacidade de extensão do poder das estratégias de *soft power*, seja para realizar a garantia e a conquista de espaço para os Estados na comunidade internacional ou para explorar o potencial máximo dos aspectos culturais de um país. Como a cultura consegue ter tanta potência no mundo globalizado quanto os métodos mais tradicionais, de carácter tão opostos à proposta cultural, e como o Japão foi o grande modelo de sucesso ao reformular sua imagem internacional a partir, quase que exclusivamente, das estratégias de *soft power*.

Ao fazer a análise do comportamento do Japão em relação ao *soft power*, conseguimos concluir que a atenção a este seguimento surgiu apenas durante a busca do país por novas alternativas para se reconstruir, após a derrota na 2ª Guerra Mundial e a perda do poderio militar que o elevava a um ator tão poderoso no sistema internacional. Até este acontecimento, o *hard power* era a maneira com a qual o Japão caracterizava sua atuação no sistema internacional, sua imagem e ações eram caracterizados por abordagens agressivas e expansionistas, entrelaçadas com conflitos militares, alianças com potências autoritárias e a perseguição da autossuficiência econômica.

A busca por maneiras de diversificar os seus meios de crescimento, em busca de retomar o ritmo de crescimento e desenvolvimento, foi a principal motivação do Japão para a velocidade com a qual o país se reergueu após a derrota, junto à construção de um cenário favorável com a poderosa aliança com os Estados Unidos. Apesar de todas as conquistas e esforços realizados pelas estratégias de *soft power* implementadas pelo Japão há mais de 50 anos, é impossível negar os benefícios que vieram da posição geográfica favorável do Japão no contexto da Guerra Fria, a criação deste cenário onde à abertura a influencia do Ocidente se mostrava benéfica, tendo o apoio do governo japonês pela primeira vez, e como o governo poderia fazer uso do interesse da maior potência econômica do mundo, abriu as primeiras portas para permitir que o Japão se reerguesse como um ator influente, realizando uma troca de poderio militar por prosperidade econômica com os Estados Unidos.

Essa nova parceira foi o primeiro e principal impulso para que o Japão passasse por uma explosão de industrialização e avanços tecnológicos, os financiamentos norte-americanos e a abertura dos mercados ocidentais para os produtos japoneses, marcaram a capacidade de sucesso do Japão no ramo econômico. O Japão sempre carregou esse desejo de conquistar novamente um lugar na comunidade internacional e prosperar no cenário global, não que este

não seja o desejo da maioria dos Estados, mas o sentimento ‘anti-Japão’ que prosperou na comunidade internacional após o fim da guerra feriu diretamente o orgulho de uma comunidade, que por muito tempo, se elevou há um lugar de superioridade. Além disso, este sentimento foi mais forte exatamente na Ásia, seu próprio continente e espaço onde exerceu posição de liderança por muito tempo.

A análise de todo esse processo foi capaz de revelar as motivações pelo início da busca do Japão por uma nova identidade nacional, e como o cenário político global praticamente exigia do país novas estratégias para superar os desafios impostos por ele. O *soft power*, com sua gama de possíveis áreas de atuação e estratégias a serem desenvolvidas, foi a ferramenta chave para possibilitar a transformação da imagem do Japão no que é hoje, ao que foi capaz de modelar o país na aparência amigável que necessitava para alcançar toda a comunidade internacional, até mesmo aqueles mais distantes e marcados pelas marcas de um conturbado e agressivo passado histórico.

Direcionando a nossa visão para o século XXI e reunindo as informações acumuladas ao longo desta análise, é possível comprovar o desempenho proeminente que a indústria cultural japonesa teve na transformação e disseminação da nova imagem do Japão no mundo cosmopolita e globalizado. Apesar de o *soft power* poder englobar uma variedade de campos de atuação, é inegável o quão a cultura se destacou como o carro-chefe da publicidade da imagem japonesa no cenário internacional, e este fator, unido a sua transformação em uma ferramenta de influencia sob a percepção de outros atores, transformou a cultura pop japonesa em um *soft power*, de acordo com os parâmetros definidos pelo próprio Joseph Nye (2004).

A resposta positiva que a comunidade internacional teve as iniciativas de inserção da cultura japonesa em seu cotidiano, fez com que a diplomacia cultural se tornasse uma estratégia enraizada do *modus operandi* da diplomacia japonesa. A efetividade da cultura do Japão demonstrou tamanha eficiência, a ponto de ser capaz de apaziguar as relações turbulentas que o Japão possuía com outros países do continente asiático, com o maior exemplo sendo a Coreia do Sul e a popularidade que animes, músicas, mangás e produtos de origem japonesa possuem no país atualmente.

O impacto do *Cool Japan* na comunidade internacional possui relevância o suficiente para ser comparado ao fenômeno Hollywoodiano promovido pelos Estados Unidos, com o Japão dominando a indústria de videogames até hoje e sendo sinônimo de inovação tecnológica na comunidade internacional. A popularidade da gastronomia e da indústria

cultural japonesa nos próprios Estados Unidos também não passa despercebida, e apenas torna a capacidade de influência e promoção de imagem japonesa ainda mais impressionante. Enquanto os Estados Unidos ainda sofrem resistência no Oriente, o Japão prosperou com sucesso global na proliferação de sua cultura e o fez de maneira tão sutil ao longo dos anos, que sua inserção aconteceu de forma quase ‘orgânica’ nos países do Ocidente.

O poder brando do Japão continua em expansão, se utilizando de todos os avanços do mundo globalizado para dar continuidade à propagação de sua influencia. Ao longo da análise diversos exemplos puderam ser identificados, elementos que mesmo tendo origem no outro lado do mundo, carregam uma familiaridade poderosa e são facilmente reconhecíveis por grande parte da população global.

Todo o investimento do governo japonês em políticas que ressaltam seu poder brando foi capaz de aumentar a atenção e o interesse da comunidade internacional pelo país, modificando as relações do Japão com o mundo e seu papel como ator político no sistema internacional. Através do aumento no turismo, popularidade de sua cultura mundo afora e o sucesso de exportação de suas inovações tecnológicas, o Japão conseguiu conquistar novamente um lugar de destaque na comunidade internacional.

Encerrando esta pesquisa com uma análise geopolítica final do atual lugar do Japão no sistema internacional, podemos afirmar que o *soft power* japonês já é uma característica consolidada do país e que representa uma das bases da imagem que o Japão criou para si após a Segunda Guerra Mundial. A concessão para a realização de um processo constante de intercâmbios culturais com outros países, especialmente seus vizinhos asiáticos, servem para demonstrar a superação da imagem manchada e traumática de um Japão agressivo e militar. A consolidação das estratégias de *soft power* na política externa japonesa elevou o país ao posto de destaque como potencia de exportação cultural e reconquista de seu papel de liderança. Entretanto, seguindo o ritmo de constantes transformações do mundo globalizado e a crescente da diversidade em todos os cantos do mundo, o *soft power* japonês ainda demonstra fragilidades para o enfrentar os desafios da era moderna, ainda sendo incerto afirmar se este será uma superação fácil para o governo japonês e se o assunto da diversidade cultural conseguirá ganhar mais espaço para discussão na política externa japonesa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ANG, I; RAJ, Y; MAR, P. *Cultural diplomacy: beyond the national interest?* International Journal of Cultural Policy, v. 21, n. 4, p. 365-381, 2015. DOI: 10.1080/10286632.2015.1042474
- ANHOLT, Simon. *Beyond the nation brand: the role of image and identity in international relations.* Exchange: the journal of public diplomacy, v.2, n.1, p. 6 – 12, 2013. Disponível em: surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1 . Acesso em: 06 de agosto de 2023.
- ARNDT, Richard. *The first resort of kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century.* Washington. Potomac Books, 2006.
- CALDER, K.; Ye, M. *The making of northeast Asia.* Stanford. Stanford University Press. 2010
- CUMMINGS, Milton. *Cultural diplomacy and the United States government: a survey.* Washington. Americans for the Arts, 2003.
- DREZNER, Daniel. *Sanctions sometimes smart: targeted sanctions in theory and practice.* International Studies Review, v. 13, n. 1, p. 96 – 108, 2011. Disponível em: jstor.org/stable/23016144. Acesso em: 15 de agosto de 2023
- ELLIS, David. *U.S grand strategy following the George W. Bush presidency.* International Studies Perspective, v. 10, n. 4, p. 361 – 377, 2009. Disponível em: jstor.org/stable/44218610. Acesso em: 06 de agosto de 2023.
- FEIGENBLATT, Otto. *The empire of Japan's Foreign Policy.* Journal of Contemporary Eastern Asia, v. 15, n. 1, p. 15 – 26, 2016. DOI: 10.17477/JCEA.2016.15.1.017
- HALL, John. *The Cambridge history of Japan: Vol 6, the twentieth century.* Cambridge. Cambridge University Press, 2008.
- HALLIDAY, Fred. *The world at 2000.* Londres. Palgrave, 2001.
- HAYASHI, Fumio. *The 1990s in Japan: a lost decade.* Review of Economic Dynamics, v. 5, p. 206 – 235, 2002. DOI: 10.1006/redy.2001.0149
- HORIOKA, Charles. *The causes of Japan's 'lost decade': the role of household consumption.* Amsterdam, Elsevier B.V, 2006.

IWABUCHI, Koichi. *Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'*. International Journal of Cultural Policy, v.21, n. 4, p. 419 – 432, 2015. DOI: 10.1080/10286632.2015.1042469

IWABUCHI, Koichi. *Recentring globalization: Japanese popular culture and transnationalism*. Durham. Duke University Press, 2002.

KRASNER, Stephen. *Organized hypocrisy in nineteenth-century East Asia*. International Relations of the Asia-Pacific, v. 1, n. 2, p. 173 – 197, 2001. Disponível em: jstor.org/stable/26156527. Acesso em: 01 de agosto de 2023.

LUX, Gilliane. *Cool Japan and the Hallyu wave: the effect of popular culture exports on national image and soft power*. East Asian Studies Honors Papers, n. 3, 2021. Disponível em: digitalcommons.ursinus.edu/eastasia_hon/3. Acesso em: 26 de agosto de 2023.

MORRIS-SUZUKI, Tessa. *The past within us: media, memory, history*. Londres: Verso, 2005.

MORTON, W.; OLENIK, J. *Japan: its history and culture*, vol. 4. Nova Iorque. McGraw Hill. 2005.

NYE, Joseph. *Bound to lead: the changing nature of American power*. Nova Iorque: Basic Books, 1990.

NYE, Joseph. *Soft power: the means to success in world politics*. Nova Iorque: Public Affairs, 2004.

OKAMOTO, Takeshi. *Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan*. Japanese Popular Culture and Contents Tourism, v. 27, n. 1, p. 12 – 36, 2015. DOI: 10.1080/09555803.2014.962565

OTMAZGIN, Nissim. *Geopolitics and soft power: Japan's cultural policy and cultural diplomacy in Asia*. Asia-Pacific Review, v. 19, n. 1, p. 37 – 61, 2012. DOI: 10.1080/13439006.2012.678629

SILINS, Eizen. *The puppet state in international law and politics*. Political Science – Dissertations, n. 67, 1991. Disponível em: surface.syr.edu/psc_etd/67. Acesso em: 26 de agosto de 2023.

WANG, Jian. *Shaping China's global imagination: public diplomacy through communication*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2013.

WATANABE, Paulo Daniel. *A reinserção internacional do Japão no pós-segunda guerra mundial*. In: 3º ENCONTRO NACIONAL ABRI 2011, n 3, 2011. Disponível em: proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000122011000300033&lng=en&nrm=abn . Acesso em: 26 de agosto de 2023.