

UNESP - Universidade Estadual Paulista

“Júlio de Mesquita Filho”

Instituto de Artes (IA)

OUTRO MUNDO FLUTUANTE

O POP NIPO-BRASILEIRO

FERNANDA CORRÊA PAIXÃO

SÃO PAULO

2013

FERNANDA CORRÊA PAIXÃO

Projeto apresentado para a conclusão
do curso de Bacharelado em Artes
Visuais no Instituto de Artes da UNESP

Orientadora: Dra. Rosangella Leote

SÃO PAULO

2013

Ficha catalográfica preparada pelo Serviço de Biblioteca e Documentação do Instituto de
Artes da UNESP

(Clarissa Garcia Eleutério CRB 8/9034)

P149o Paixão, Fernanda Corrêa, 1990-
Outro mundo flutuante: o pop nipo-brasileiro / Fernanda Corrêa
Paixão. – São Paulo, 2014.
64 f. ; il. ; col. + anexo

Orientador: Prof^a. Dr^a. Rosangella Leote
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Artes
Visuais) – Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes, 2014.

1. Cultura – Globalização. 2. Arte digital. 3. Brasil – Cultura. 4.
Japão – Cultura. I. Leote, Rosangella. II. Universidade Estadual
Paulista, Instituto de Artes. III. Título.

CDD – 306.482

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho à Leonarda Lisboa, minha família e minha orientadora Rosangella Leote, que me apoiaram e ajudaram a não me perder no caminho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família por sempre me incentivarem e darem valor; à minha irmã Marta, que me apresentou esse universo japonês; à minha orientadora Rosangella, que soube lidar com minhas confusões; à Vera que resolve qualquer problema no IA; aos amigos que partilham dos mesmos gostos; e à Leonarda Lisboa, que sempre me ajudou em todos os momentos importantes e me apoiou nas decisões mais difíceis.

“Não quero que minha casa seja cercada por muros de todos os lados e que minhas janelas estejam tapadas. Quero que as culturas de todos os povos andem pela minha casa com o máximo de liberdade possível.”

Gandhi

RESUMO

Este trabalho consiste numa série de ilustrações digitais criadas com base na influência da cultura pop japonesa sobre a cultura brasileira contemporânea. A ideia por trás da série surgiu de uma observação e autoanálise da poética, repertório e inspiração da artista, que também foi influenciada pelo oriente.

Isto se deu tendo em vista como a cultura japonesa, nas duas últimas décadas, se tornou parte do cotidiano e imaginário de uma geração (mais especificamente no Brasil), sendo consumida em massa e assimilada pela população ocidental, criando novas hibridações de culturas.

O trabalho teórico discute a influência e a vivência dessa cultura, salientando a sua importância para as gerações a partir dos anos 90.

Neste trabalho, são apresentados os estilos de comportamento e moda que surgiram no Japão desde a época do pós-segunda guerra (mas aparecendo mesmo na década de 60), mostra também o epicentro desta cultura: o bairro de Harajuku, localizado em Tóquio e famoso por reunir jovens desfilando com estilos extravagantes e originais. Assim como resgata como essas influências chegaram até o Brasil e se tornaram parte importante do comportamento e cotidiano de muitos brasileiros, criando no bairro da Liberdade (em São Paulo) a equivalência com Harajuku.

PALAVRAS-CHAVE: Japão-Brasil, Globalização, Comportamento, Moda Urbana, J-POP, Ilustração, Arte digital.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1. REFERÊNCIAS DO CAMPO	11
2. PEQUENO HISTÓRICO DO POP NIPO-BRASILEIRO	15
3. PEQUENO HISTÓRICO SOBRE O <i>UKIYO-Ê</i>	23
3.1. O CONCEITO DA FLUTUAÇÃO.....	24
4. MONTANDO UM NOVO MUNDO FLUTUANTE.....	28
4.1. KAWAII DESU, NÉ?.....	29
4.2. A SOCIEDADE DE CONSUMO QUE PRODUZ A TRANSPOSIÇÃO DE CULTURAS.....	32
4.3. PARTINDO DE HARAJUKU E GANHANDO “LIBERDADE”	34
5. OUTRO MUNDO FLUTUANTE - O PROCESSO DE CRIAÇÃO/DESENVOLVIMENTO DA OBRA	39
5.2. MANBAS	42
5.3. LOLITAS	44
5.4. LIBERDADE.....	46
5.5. ANIME FRIENDS.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
INTERNET	57
IMAGENS UTILIZADAS.....	58
APÊNDICE – Obras	60

1. INTRODUÇÃO

Vários elementos presentes nas nossas vidas e que constroem o nosso cotidiano chegaram a nós através de outras culturas. Costumes, hábitos e até mesmo personagens de culturas diferentes fazem cada vez mais parte do nosso dia a dia, seja no hábito de comer comida mexicana, consumir produtos da marca *Hello Kitty*¹ ou até mesmo ouvir rock.

Muitas vezes eles não são nem notados como vindos de fora, por conta da globalização, que é de fato desterritorializante. Pode-se dizer que o capitalismo também é responsável por esse processo, como Kevin Robins comenta:

“O capitalismo enquanto estrutura econômica e modo de produção transcende a noção tradicional do nacional, tornando-se, sobretudo no pós-Fordismo, desterritorializado e deslocalizado, hipermóvel, e hiperflexível, enquanto que, ao mesmo tempo, a produção propriamente dita e o consumo cada vez mais seguem sendo influenciados pelo gosto local ou individual.” (GREINER; SOUZA, apud ROBINS, 2012)

Essa manifestação do capitalismo é global, produto do pós-segunda guerra, que inicialmente era uma ocidentalização dos costumes, era “a exportação das mercadorias, dos valores, das prioridades, das formas de vida ocidentais” (HALL apud ROBINS, 2006: 21). Ele influencia pessoas residentes em outros territórios, fazendo a cultura se estender e penetrar em outras, mesmo que aquele não seja um público “fisicamente” consumidor. Um exemplo atual seriam os *mangás* (história em quadrinhos japonesa) e os *animês* (desenho animado japonês que segue a mesma estética do mangá) que são produzidos, assim como seus derivados, para o público japonês, mas atingem o ocidente também fazendo essas pessoas se tornarem tão aficionadas quanto os orientais.

¹ ハローキティ - Kitty White, mais conhecida por Hello Kitty, é uma personagem mundialmente famosa criada pela empresa japonesa *Sanrio* e que estampa roupas, cadernos, bolsas e até linhas de maquiagem, assim como muitos outros elementos.

A cultura pop japonesa é comum aos jovens brasileiros de hoje em dia, isso se dá, parcialmente, pelo fato do Brasil ser o país que tem a maior concentração de japoneses fora do Japão² (com destaque para o bairro da Liberdade em São Paulo), mas não é somente este fator que determinou o envolvimento com essa cultura. Os avanços das mídias, entre outros fatores, foram de suma importância.

Deste modo, a proposta desse trabalho se baseia nessa vivência cultural experimentada pela autora do mesmo. Seu propósito é retratar, através de ilustrações digitais, a multiculturalidade absorvida por ela durante seu desenvolvimento como indivíduo e artista, referente ao que a crescente globalização e expansão das mídias trouxeram como oportunidade de aproximação entre culturas tão distantes, rompendo barreiras territoriais e dando origem a uma geração em que a cultura do outro lado do mundo entra em nossas casas todos os dias, modificando parte de nossos costumes, nossos desejos e nossa estética.

A série de ilustrações pretende representar como é absorvida, principalmente do ponto de vista artístico, a cultura pop japonesa pela visão da parcela que recebeu mais fortemente suas influências, retratando a vivência das mesmas.

Esta série também procura mostrar, tanto a partir da produção artística quanto da conceitual, que essa cultura não é mais somente de importação, que ao chegar aqui sofreu metamorfoses, ressignificações e agregações. Sendo mantido apenas o que se adequava ao comportamento dos jovens brasileiros, dando origem a uma nova cultura. Além de retirar o estigma de falsa apropriação, pois é natural da história do desenvolvimento do mundo a mistura de valores e costumes.

Partindo desse pressuposto devemos questionar: como retratar o Japão que conhecemos, o Japão que vivenciamos ao nosso modo e o Japão que sentimos? Como explicar e demonstrar essa influência que modificou essa geração?

Outra questão levantada foi que traço seria utilizado no trabalho: seria muito mais cômodo a série de ilustrações ser produzida com os traços do *mangá*, com o qual a autora das obras tem experiência - já que é o estilo que mais influencia as novas gerações (dos anos 90/2000 até agora) e a autora das obras. Porém, a

² <http://www.infoescola.com/geografia/imigracao-japonesa-no-brasil/>

utilização de tal traço poderia confundir a temática da série e enfraquecer a intenção artística, já que a visualidade do traço iria transpor a ideia de cultura a ser expressa. Surgiu um problema então, como produzir as ilustrações de modo a passar a noção de multiculturalidade a partir da cultura pop do Japão?

1.1. REFERÊNCIAS DO CAMPO

Este trabalho - ao representar a influência japonesa na cultura brasileira (moda, comportamento, imaginário...), nos últimos vinte anos - serve como marco visual do momento atual das gerações entre os anos 1990-2000 que foram influenciadas pela cultura pop japonesa, para a observação e estudo complementares posteriores.

Enquanto ponto de vista da artista, esse trabalho se valoriza na caracterização e expressão individual de seu interesse, estética e influências, como retrato de um indivíduo, que como tantos outros, foi "criado" na geração *otaku*-brasileira e vivenciou na pele o crescimento dessa cultura.

Assim como retrata, principalmente, o presente momento. A multiculturalidade impulsionada pela difusão dos produtos midiáticos japoneses no Brasil, sua repercussão observada no cotidiano nacional, nos desejos coletivos, e no imaginário da última geração. Não se tratando mais de um ponto de vista, portanto, apenas individual, mas a captação e personificação do pop nipo-brasileiro.

A pesquisa se baseia em relatos obtidos através de trabalhos acadêmicos sobre os fenômenos de influência da cultura japonesa na cultura brasileira, como o desenvolvimento econômico do Brasil, que dá abertura para os produtos nipônicos, e conseqüentemente para a cultura.

Isso se dá pelo modo de vida que esse desenvolvimento rápido proporciona, muito próximo ao dos japoneses, muitas horas de trabalho e muito tempo dispensado nos transportes, fazendo com que produtos de consumo rápido sejam ideais, como os *mangás*, criados com o pensamento de uma leitura rápida e nos

jogos portáteis (*Nintendo DS*³, *PSP*⁴), todos provenientes do Japão, como discute Gustavo D. Rodrigues em seu artigo “*Japão, explodindo subcultura e Mídia Japonesa no Brasil*” (2008), apesar do título já deixar clara a ideia de que tudo não passa de uma subcultura, algo que é contestado perante ideia de hibridização que faz com a cultura brasileira, fazendo com que exista uma cultura consolidada.

Sobre a entrada e circulação desses produtos, dentre os outros pesquisados que fazem parte desta pesquisa, dois autores se destacam: Giovana S. Carlos com “*A Cultura pop Japonesa no Contexto da Cibercultura*” (2009), “*Identidade(s) no Consumo da Cultura Pop Japonesa*” (2010a) e “*Moda, Música e Identidade na Cultura Pop Japonesa*” (2010b); e Carlos A. Machado com seus estudos “*A Cultura Midiática e a Formação de Novos Costumes*” (2008) e “*Animencontros: A Relação da Cultura Pop Nipônica na Configuração de Grupos Juvenis*” (2007).

Todos discutindo sobre como os indivíduos envolvidos com essa cultura buscam esses produtos. Através da internet, formando grupos que pesquisam em fontes estrangeiras, geralmente em inglês, e disponibilizam de graça, os mesmos traduzidos, para outros fãs brasileiros.

Esses autores também retratam a vivência de grupos que se socializam através de convenções denominadas de Animencontros. Nas quais é possibilitado o contato com outros indivíduos envolvidos com a cultura pop japonesa, o que (em sua maioria) era possível apenas pela internet, já que esses encontros reúnem pessoas de todo o Brasil.

Os autores também defendem o surgimento de uma cultura híbrida, e não apenas a apropriação de outra cultura, eles expõem os fatores que fazem surgir o pop nipo-brasileiro, como a modificação de alguns conceitos e ressignificação de elementos, enquadrando-os mais à realidade e costumes brasileiros.

Como citado anteriormente, o *animê* é uma das “portas de entrada” para essa cultura e o elemento que se inseriu no desenvolvimento das crianças na déc. de 90

³ Console de videogame portátil lançado em 2004 pela empresa Nintendo, se diferencia por possuir duas telas – daí as siglas DS, de “*dual screen*” -, sendo uma delas (a inferior) sensível ao toque. Possui também microfone, o que dá novas possibilidades de jogabilidade.

⁴ PlayStation® Portátil, console de videogame portátil da empresa Sony, lançado em 2005.

(principalmente) fazendo com que estas criassem uma ligação com a cultura e a levassem e buscassem durante seu desenvolvimento, e isso é pesquisado por Monica L. de Faria em *“História e Narrativa das Animações Nipônicas: Algumas Características dos Animês”* (2007).

Em paralelo, a pesquisa se firma no estudo de fenômenos de moda, cultura e comportamentos japoneses, assim como nos fenômenos de *animê*, *mangá* e outros produtos que a mídia brasileira importou de lá. Essas pesquisas se baseiam, entre outros, nos livros: *“Style Deficit Disorder: Harajuku Street Fashion”* organizado por Tiffany Godoy (2007), que reconstrói toda a trajetória da moda urbana e alguns elementos do pop japonês, pontuando sobre o envolvimento com o *“American Way of Life”*, o surgimento dos estilos de moda urbana - dando enfoque no *Kawaii*⁵ - e grandes nomes de produtores de moda. Tudo isso centralizando no bairro de Harajuku, ao qual eles creditam o início de tudo (pelo menos na parte da moda); e *“The Tokyo Look Book”* de Philomena Keet (2007) que já mostra a moda urbana Japonesa no seu atual estado, apresentando grandes nomes dessa indústria e com muitas fotos que serviram de base para o desenvolvimento de algumas ilustrações.

Outra importante base foi *“Imagens do Japão 2: Experiências e invenções”* organizado por Christine Greiner e Marco Souza (2012), livro que reúne vários autores que discutem e relacionam todos os campos já citados e que aborda um assunto de suma importância para a estética aplicada no trabalho, o *Ukiyo-ê*, elemento que nos leva ao livro *“Hokusai: One Hundred Views Of Mount Fuji”* de Henry Smith (1988), que comenta e mostra reproduções dos traços das gravuras de Hokusai, no caso da sua principal série: 100 vistas do monte Fuji, material muito importante para o desenvolvimento do traço que será aplicado nas ilustrações.

⁵ *Kawaii*: かわいい, “bonitinho”, “fofo”, “adorável”. Palavra, usada pelos jovens japoneses, que pode designar um estilo “fofo” ou ser utilizada como um termo para coisas bonitinhas ou graciosas, com uma ligação ao infantil e imaturo, mas mais do que isso, o *Kawaii* faz parte do estilo de vida japonês. No Brasil ele é mais ligado à beleza e graciosidade, já no Japão ele está associado, também, ao medo da vida adulta, na qual a pessoa tem que se encaixar num padrão e seguir regras sem flexibilidade, então essa busca pela imaturidade é uma fuga da sociedade japonesa.

A pesquisa, enfocando o *Ukiyo-ê*, continua no livro “*Grabados Japoneses*” organizado por Gabriele Fahr-Becker (2005), que aborda toda a trajetória da técnica e apresenta seus maiores mestres.

As ilustrações foram realizadas com base – além das fontes acima citadas - em pesquisa iconográfica, tanto de fontes já dispostas em sites e blogs ligados a cultura pop japonesa/nipo-brasileira quanto livros de moda japonesa que ajudam a entender o início desse fenômeno. Além de pesquisa de campo para registro pictórico tanto de indivíduos envolvidos (*otakus* e seguidores da moda urbana japonesa) quanto locais (Bairro da Liberdade e Animencontros) que trazem uma forte ligação com elementos da cultura.

É de suma importância o entendimento de múltiplas partes desta cultura para o desenvolvimento deste trabalho, por este motivo segue uma abordagem do histórico da penetração desta cultura no Brasil.

2. PEQUENO HISTÓRICO DO POP NIPO-BRASILEIRO

É fato que os produtos nipônicos chegaram ao Brasil por meio da TV a partir dos anos 60 com programas como *National Kid* e *Changeman*⁶ (CARLOS, 2010b) e mais tarde nos anos 70 com *animês* (como *Speed Racer*), que só alcançaram seu auge na década de 1990-2000, com títulos como *Cavaleiros do Zodíaco*, *Sailor Moon*, *Sakura Card Captors* (Fig. 1) e *Pokémon*.

Por outro lado, outro meio responsável pela maior acessibilidade a esses produtos, que não nos são diretamente oferecidos, é a internet. Ao oferecer uma quantidade maior de opções e de forma mais democrática, se torna o maior meio de difusão dessa cultura. (UEDA; MORALES, 2006)

Isso, tendo em vista que a exibição de *animês* e *live actions*⁷ dependia antes da programação da TV brasileira e não era raro cancelarem a exibição destas séries, mesmo em andamento.



Fig. 1 - Imagem do animê *Sakura Card Captors*, do grupo Clamp.

⁶ Que eram séries de super-heróis, chamadas de *live action*, pela presença de atores e não se tratar de animação.

⁷ O termo "*live action*" vem do inglês "ação ao vivo", designa séries com atores e não animações. Embora sua maior parte seja baseada nos *animês* já existentes

Um grande exemplo da dificuldade encontrada para a exibição de *animês* na televisão brasileira é a série animada *Inu Yasha*⁸, exibida pela Rede Globo em 2005 (no extinto programa infanto-juvenil *TV Globinho*). A série foi cancelada poucos meses depois. Um dos motivos, para o cancelamento pela TV brasileira, eram as cenas consideradas mais “adultas” que eles acabavam por censurar, além do problema com um dos personagens centrais que teria que ser editado por causa do seu comportamento libidinoso (Fig. 2).

Tal edição mudaria o rumo da história e, por causa de tantos problemas, a emissora transmitiu apenas os primeiros 26 episódios⁹. A censura é um problema que ocorre muito no Brasil, por se pensar que só por se tratar de um desenho ele é infantil, mas no caso dos animês eles são feitos para várias faixas etárias e, pela falta de análise prévia dos responsáveis de programação no Brasil, eles acabam por terem sua exibição cancelada.



Fig. 2 - Miroku, o personagem libidinoso de Inu Yasha.

Outro problema que a exibição da animação japonesa encontra no Brasil é que as emissoras estão acostumadas aos produtos norte americanos que não possuem uma linearidade cronológica de episódios, cada episódio é independente

⁸ InuYasha: 犬夜叉, é um *mangá* escrito e ilustrado por Rumiko Takahashi, lançado no ano de 1996. O *animê* foi lançado no Japão no ano de 2000.

⁹ <http://www.infoescola.com/geografia/imigracao-japonesa-no-brasil/>

do outro (salvo raras exceções onde existem continuações, mas que mesmo assim costumam durar apenas alguns episódios) possibilitando a sua interrupção a qualquer momento sem danos ao entendimento da história.

Ao contrário, os produtos nipônicos geralmente seguem uma trama detalhada em que cada episódio é essencial para o entendimento do todo e costumam ter muitos episódios. Pela falta de conhecimento e respeito a esta linearidade, por parte das emissoras brasileiras, os fãs os buscam na internet. Desta forma encontramos diversos títulos em seus formatos originais com dublagem japonesa e legendados por outros fãs. A disponibilização dos produtos é gratuita, facilitando o acesso aos interessados, tornando essa cultura muito mais acessível e amplificada a ponto de se tornar o fenômeno que atinge profundamente as gerações dos anos 1990-2000 (gerações foco deste trabalho).

O mesmo ocorre com os *mangás*. No Japão a indústria responsável pelas histórias em quadrinhos japonesas lançam diversos títulos por ano, de todos os temas e para todas as idades, tendo como principais difusores revistas como a *Shonen Jump* que é voltada para o público masculino por conter mangás do estilo *shonen*¹⁰, mais violentos, esportivos ou do gênero *ecchi*¹¹ e a revista *Ribon* de gênero *shoujo*¹² voltado para meninas por conter romance, moda e serem, em sua maioria, menos violentas, mas as separações do gênero são mera classificação por “costumar” agradar esses determinados públicos, mas nada impede de garotos gostarem de *shoujo* e garotas de *shonen*.

Apenas uma pequena parcela dos títulos japoneses é publicada aqui no Brasil e a maioria acaba não sendo publicado na íntegra, havendo cortes de censura tanto em páginas quanto em falas. Elas são modificadas, muitas vezes, por causa de duplo sentido.

¹⁰ Shonen ou Shounen: 少年, em tradução literal, significam “jovem garoto”, pelo fato do público maior ser de garotos entre oito e dezenove anos. Dentre os títulos mais famosos estão: Dragon Ball, Yu Yu Hakusho, One Piece e Cavaleiros do Zodíaco.

¹¹ Ecchi: エッチ, palavra que designa um contexto erótico, mas não explícito e sem sexo.

¹² Shoujo ou Shoujo: 少女, os ideogramas que formam a palavra, em tradução literal, significam jovem/nova e menina. Ex. Sakura Card Captors, Colégio Ouran, Fruits Basket, Sailor Moon e Nana.

Outra característica comum às publicações nacionais é que ocorre também da editora responsável pela publicação aqui no Brasil não terminar a publicação ou interromper por problemas com o contrato.

Isso ocorreu, por exemplo, com o famoso *mangá One Piece*¹³ que parou de ser publicado oficialmente em 2011 pela Editora Conrad¹⁴ (já havia sido interrompido em 2008, mas sem explicações) no meio da publicação no volume 35, sendo retomado em 2012 pela Editora Panini. Com a “confusão” das editoras e sua demora em terminar uma publicação os fãs acabam por optar pela internet, onde baixam os “scans”, que são fotocópias de mangás traduzidos e disponibilizados na internet, também pelos fãs, assim que eles saem no Japão, terminando com a longa espera e suprimindo a necessidade do seu público.

Nesse ponto já podemos ver que a internet é, como dito acima, de suma importância para o desenvolvimento e penetração da cultura pop japonesa, pelo tanto de produtos e informações que oferece, além da questão da socialização de pessoas com os mesmos interesses, mas que se encontram em territórios diferentes.

Por meio da busca (pela internet) pelos produtos audiovisuais japoneses os jovens brasileiros fãs da cultura japonesa, conhecidos no Japão como *otakus*¹⁵, acabaram “descobrendo” o *cosplay*¹⁶ (Fig. 3 e 4). A palavra é a contração da expressão *costume play*, ou seja, “brincar” de fantasias. Nesta atividade pessoas se vestem como seus personagens favoritos, seja ele de *animê*, *mangá* ou *live action* e interpretam suas falas e ações. Há também quem se veste de personagens de jogos, literatura, filmes e quadrinhos ocidentais.

¹³ One Piece: ワンピース, é uma série de anime e mangá criada por Eiichiro Oda. O mangá foi lançado no Japão no ano de 1997 e o anime em 1999 .

¹⁴ <http://omelete.uol.com.br/quadrinhos/conrad-cancelamentos-e-novidades/>

¹⁵ Otaku: おたく, é um termo usado no Japão e outros países para designar fã de animes e mangás.

¹⁶ Diferente do que se imagina o *cosplay* surgiu nos EUA e não no Japão, foi no ano de 1939 na 1ª *World Science Fiction Convention*, quando dois pesquisadores se fantasiaram, o costume se espalhou entre freqüentadores de convenções até chegar aos encontros de *animê* e *mangá* por todo o Japão, voltando depois para o ocidente.

Os *cosplayers* se vestem assim para fotografar ou ir a convenções de cultura pop japonesa, os Animencontros, que reúnem além dos desenhos a música pop japonesa, o *J-pop*¹⁷.



Fig. 3 e 4 - Cosplay do personagem Goku da série Dragon Ball (esq.) e o personagem original (dir.)

O *cosplay* no Brasil, e em outros países, “abre as portas” para a moda urbana japonesa, pela excentricidade semelhante aos personagens de *mangá* e *animê*, “algo que era fantasioso passa a ser parte do registro da realidade, do dia a dia das pessoas.” (COELHO; GONÇALVES *apud* KAWAMURA, 2011: 6)

¹⁷ Termo que designa o estilo musical Pop no Japão, por isso a letra J no início.

Nisso notamos a ressignificação de um elemento de outra cultura: no Japão a moda urbana surgiu como contraponto à cultura fechada, onde tudo é voltado para o coletivo e demonstrações de individualidade são recriminadas. (CARLOS, 2010)

A juventude japonesa, a partir da segunda guerra, começa a querer se diferenciar da sociedade controladora e homogênea. Nessa época que a sociedade de consumo se fortalece e o Japão entra em contato direto com o pop americano, dando origem aos movimentos de rebeldia através da vestimenta, nesse ponto surgem variados estilos de moda urbana, tais como *Lolita*¹⁸, *Gyaru*¹⁹, *Visual Kei*²⁰, *Manba*²¹, entre outros.

Em oposição, no Brasil essa moda é muito mais ligada à visualidade e excentricidade, os jovens acabam por relacionar com a estética dos personagens animados que tanto admiram. Aqui esta moda recebe, por muitas vezes, “*status*” de fantasia, sendo usada em ocasiões especiais, como em encontros com outros adeptos da cultura.

Dentre esses são poucos os que levam essas estéticas para o cotidiano por inteiro. A maioria incorpora apenas alguns elementos, descaracterizando-os entre outros elementos comuns, embora existam pessoas que assumam o estilo completo.

Aqui no Brasil o *animê* chamou atenção para o *mangá* e para a música pop japonesa (devido às aberturas dos desenhos terem tais músicas), assim como para os costumes, idioma e moda japoneses. (GREINER; SOUZA, 2012; 97)

¹⁸ Lolita é um estilo de moda japonesa que surgiu no fim dos anos 70 em que garotas se vestem com vestidos armados, com muitas rendas e babados, de acordo com a estética Vitoriana, lembrando as crianças dessa época, sendo um estilo que traz a inocência e o recato.

¹⁹ Movimento de moda japonesa que surgiu nos anos 70, o nome é derivado do termo *Gal* (transliteração do termo em inglês “*girl*”), que era também uma marca de jeans. As Gyarus utilizam muita maquiagem, lentes que aumentam os olhos e deixam com aparência de mangá (circle lenses) e roupas extremamente femininas e geralmente provocantes, apesar de variar nos sub-estilos.

²⁰ Estilo de moda urbana japonesa que surgiu por volta dos anos 80 e tem forte ligação com o rock, principalmente o metal e o punk. Os adeptos dessa moda utilizam muito preto, cabelos repicados, maquiagem forte com destaque para os olhos e muitos elementos do visual punk.

²¹ Estilo de moda urbana japonesa que apareceu por volta de 2004. O estilo é marcado por garotas com a pele muito bronzeada (artificialmente) e que contrastam essa pele escura com maquiagem branca nos olhos boca e nariz, além de terem cabelo descolorido e volumoso.

Tudo isso aconteceu por volta dos anos 90, quando a exibição de produtos nipônicos já havia sido consolidada junto à população brasileira, em especial as crianças, deste modo podemos considerar então que as gerações a partir dos anos 1990-2000 criaram uma “ligação” com a cultura japonesa.

Visto o envolvimento que essa geração, do Brasil, tem com tais influências da cultura japonesa, nesta proposta desenvolveu-se uma série de ilustrações digitais, criadas em semelhança à impressão japonesa, o *Ukiyo-ê*²² (Fig. 5), retratando e discutindo o pop nipo-brasileiro, em referência à cultura híbrida que surgiu do contato entre essas duas culturas.



Fig. 5 – “Three known beauties” (sem data), ukiyo-ê de Kitagawa Utamaro.

²² Ukiyo-e: 浮世絵, estilo de ilustração japonesa, criado no período Edo (1603-1867) – período em que os poderes políticos e militares estavam com os *Xoguns* (patente do general do exército e também responsável pelo governo, apesar de existir um Imperador), que decretaram o isolamento cultural do Japão, voltando-o para a própria cultura. Essas gravuras eram produzidas com a técnica da gravura em madeira (xilogravura), que permitia a produção em massa e a satisfação da demanda popular, já que o custo era baixo. Seus principais artistas foram Hishikawa Moronobu (?-1694), Kitagawa Utamaro (1753-1806), Katsushika Hokusai (?-1849).

O número total de ilustrações foi definido perante os dados da pesquisa, de acordo com a necessidade para recriar toda essa cena. Deve-se levar em consideração que este processo mostra a visão da artista/autora que faz parte da citada geração.

3. PEQUENO HISTÓRICO SOBRE O *UKIYO-Ê*

O envolvimento com essa estética tão diferente é gritante quando se olha para o público jovem, pelo modo de se vestir, de falar e até mesmo no modo de se portar, mimetizando muitas vezes ações de personagens famosos dos produtos japoneses.

Isso pode ser observado com maior facilidade e dimensão em São Paulo, mais especificamente na região do Bairro da Liberdade - como já citado anteriormente, reduto da maior colônia japonesa, não só do Brasil como do mundo.

Por essa e outras razões, já citadas acima, o trabalho procura apontar o motivo dessa digestão da cultura pop japonesa que resulta no pop nipo-brasileiro, como podemos chamar essa mistura entre a cultura pop japonesa e a cultura brasileira.

Essa cultura é parte tão integrante dos costumes juvenis atuais (e adultos também) como o rock, que há décadas atrás chegou ao Brasil com o mesmo preconceito de ser uma cultura estrangeira e, portanto não deveria ser agregado ao cotidiano das pessoas, mas que na atualidade é parte do gosto e comportamento. (CLEMENTE, 2008)

Acerca de um dos problemas propostos anteriormente, sobre como expressar a multiculturalidade, a resposta encontrada foi: utilizar um indicador de complexidade de uma cultura, uma estética que esteja atrelada ao Japão e que exprima costumes, no caso o *Ukiyo-ê*: estilo de ilustração da vida urbana do Japão antigo.

O termo *Ukiyo-ê* é escrito com três *kanjis*: “flutuante”, “mundo” e “imagens”, que numa tradução direta significam “*cenar de um mundo flutuante*”, mas o significado verdadeiro seria mais para “*o mundo num instante de tempo*”, se referindo à captura de um instante e a sua suspensão no tempo, assim como um retrato e é exatamente isso que o projeto propõe, um retrato dessas culturas e suas gerações.

Por esse motivo, o título escolhido para este trabalho, foi “*Outro mundo flutuante*”, fazendo uma ligação direta com esse conceito, mas deixando claro que o

proposto é recriar um mundo diferente, o “mundo flutuante” das novas gerações, o mundo em que culturas completamente opostas se misturam e, em alguns casos, tem elementos ressignificados, e mais especificamente o mundo da artista, seu ponto de vista, gostos e registro do momento de sua geração.

3.1. O CONCEITO DA FLUTUAÇÃO

O *Ukiyo-ê* surge no Período Edo²³, que se estendeu de 1603 a 1867, época em que o Japão foi regido pelos denominados *Xoguns*²⁴ que possuíam os poderes políticos e militares de todo o país. Nessa época o Japão era fechado econômica e culturalmente para os países do Ocidente, voltando sua atenção apenas para os costumes nacionais (FAHR-BECKER, 2005).

O *Ukiyo-ê* não é como muitos pensam uma técnica xilográfica, mas sim um estilo de representação que foca em ilustrar o cotidiano, registrando a vida e os prazeres dos populares. A ideia se baseia no termo budista *Ukiyo*²⁵, o qual tem função, a partir da noção de fragilidade e efemeridade da vida e de tudo, incentivar as pessoas a desfrutarem dos prazeres mundanos, visto que nada dura para sempre (GREINER; SOUZA, 2012), surgindo desse modo uma arte que exprime justamente isso: os costumes e atividades de uma nação que vivia de um resgate constante de sua própria cultura, baseada numa estética puramente japonesa.

Atualmente a estética do *Ukiyo-e* foi revivida pelo artista Jed Henry, isso por meio da série de gravuras “*Ukiyo-e Heroes*”²⁶ (Fig. 7), que retrata personagens e heróis da ficção como se fossem guerreiros lendários.

²³ Período Edo ou Tokugawa, de 1603 a 1867. “Foi nessa época que nasceu o que se entende por estética japonesa que, desde essa época, passou a ter um papel inesperado na invenção de estilos de civilidade e identificação cultural.” (GREINER; SOUZA, 2012)

²⁴ Xogun ou shōgun, 將軍, patente do general do exército e também responsável pelo governo, apesar de existir um Imperador.

²⁵ Ukiyo: 浮世, literalmente “Mundo Flutuante” ou “Mundo cheio de tristezas”.

²⁶ *Ukiyo-e Heroes*, série de xilogravuras do ilustrador norte-americano Jed Henry, parodiando personagens de videogame com a estética *ukiyo-ê*.

A série “*Ukiyo-e Heroes*” se apropria do traço, principalmente na vertente *Musha-e*²⁷ (Fig. 6) – estilo do *Ukiyo-e* que preza o retrato de guerreiros e samurais. A série, então se nutre da ilustração de personagens fictícios do mundo dos videogames, principalmente, parodiando as ilustrações de guerreiros samurais.



Fig. 6 – Rokuyosai Kuniyoshi jiman (1860), Ukiyo-e no estilo Musha-e de Utagawa Kuniyoshi

²⁷ Musha-e: 武者絵, gênero de imagens, na arte japonesa, descrevendo temas relacionados a samurais e batalhas.



Fig. 7 – Ilustração da série Ukiyo-e Heroes

Diferente do *Ukiyo-e Heroes*, que retrata uma fantasia, personagens fictícios, se utilizando apenas da visualidade das *Ukiyo-e*, as obras aqui realizadas se apropriam dos pontos da poética por trás da técnica, apenas atualizando as imagens retratadas, continuando o processo de ilustrar o cotidiano de uma parcela da população de acordo com a visão de um indivíduo pertencente a essa parcela, no caso a artista.

Outro motivo para a utilização da estética do *Ukiyo-ê* no lugar da estética do *mangá* surgiu por causa da relação histórica entre as duas.

As *Ukiyo-ê* utilizavam figura e texto na mesma produção, esse recurso era utilizado para explicar o que as gravuras retratavam, que diversificava entre histórias folclóricas, cotidiano e ídolos da época (gueixas, samurais ou lutadores de sumô).

Essa mistura de figura e texto evoluiu dentro da cultura japonesa e deu origem ao mangá (COELHO JUNIOR, 2011: 2), que segue a mesma estética: linhas simples e expressivas, elementos dinâmicos para criar a narrativa, que podemos sintetizar em: "... a sensibilidade para reproduzir os sentimentos expressivos no lugar da imitação da natureza." (FAHR-BECKER, 2005; 30)

Então o melhor modo de retratar essa nova cultura, que derivada da feudal, é utilizar a mesma estética (*Ukiyo-ê*) que originou seu produto mais famoso atualmente (*mangá*), tendo sido este último que "abriu caminho" para o comportamento nacional híbrido.

A "flutuação" proposta no título também tem a ver com o congelamento desses momentos que servirão para sempre como indicativo dessa geração de jovens brasileiros e de como a globalização cultural nos trouxe essa influência complexa que se fundamentou como parte dos costumes.

4. MONTANDO UM NOVO MUNDO FLUTUANTE

A moda urbana japonesa atual é a mais diversa e democrática existente no mundo (KAWAMURA, 2004), dividida em vários estilos que agradam (e desagradam também) diferentes pessoas e que conquistam cada vez mais adeptos.

Dentre os principais e mais difundidos estilos temos as *Lolitas* (Fig. 8 e 9): garotas que se vestem como bonecas, utilizando a estética Vitoriana de vestimenta, com suas rendas e saias volumosas, também chamadas de *Roriitas*²⁸, para evitar comparações com o termo Lolita ligado ao romance homônimo de Vladimir Nobokov²⁹.



Fig. 8 e 9 – Lolitas japonesas (esq.) e Lolitas brasileiras (dir.)

²⁸ Usa-se o termo *Roriitas* porque no Japão a letra L tem som de R, então eles usam esse modo de escrita para determinar que *Rorrita* se refere ao estilo de moda/comportamento japonês Lolita e não à Lolita de Nabokov.

²⁹ Lolita é um romance em língua inglesa, de autoria do escritor russo Vladimir Nabokov, publicado pela primeira vez em 1955. O romance conta a história do professor de poesia francesa Humbert Humbert, que se apaixona por Dolores Haze, sua enteada de doze anos e a quem apelida de Lolita.

Temos também as *Gyarus*: garotas que se vestem de um modo ocidental, com certo exagero na maquiagem, cabelos e roupas, algumas fazem bronzeamento artificial indo contra uma forte estética oriental na qual a pele branca é desejável. Em contrapartida temos o Visual Kei como algo mais ligado ao rock e gótico. (GODOY, 2007)

Essa é apenas uma pequena amostra da diversidade *fashion* existente no Japão. Muitos outros estilos e comportamentos coexistem e apesar de serem muito diferentes entre si tem algo que os une: o *Kawaii*.

4.1. KAWAII DESU, NÉ?

O *Kawaii* pode ser usado como expressão, aplicado a pessoa, objeto ou ação, ou pode ser utilizado para descrever um acontecimento, “é importante compreender que a palavra encerra uma possibilidade de múltiplos significados, de acordo com o contexto e a semiose por ela produzida” (GREINER; SOUZA, 2012: 137). A expressão pode ser utilizada para um gato, uma garota bonita, um vestido com estampa de doces e até um local. Vendo desse modo o *kawaii* já é um elemento da vida dos japoneses, passa de apenas parte da cultura para uma forte sub-cultura.

A palavra *kawaii* não tem uma tradução literal, mas sim um universo que lhe foi agregado, significa coisas delicadas, animadas, infantis, inocentes, a expressão “fofo” seria uma das que mais se encaixam, de acordo com Masafumi Monden “*kawaii* se refere, de modo geral, a algo infantil e feminino” (MONDEN, 2008; 6). Isto não quer dizer que esse termo seja aplicado apenas a garotas, o *kawaii* pertence aos meninos também. Pode-se dizer que um garoto é “*kawaii*” quando se quer dizer que ele é bonito, fofo, ou apenas para comentar sobre o seu modo de se vestir, que nos garotos aparece na utilização de uma gama maior de cores ou cores mais suaves (como as *candy colors* e *milk colors*), roupas mais juvenis ou até mesmo num comportamento mais infantil. Como define a socióloga Merry White (MONDEN, 2008; 6) o *kawaii* é “alegre para meninos, rendado para meninas”.

Esse conceito de misturar elementos, de mesmo quando se trata de algo excêntrico ter algo delicado, já fazia parte da cultura japonesa, mas sem ser

nomeado. A primeira vez que essa expressão apareceu foi numa publicação da revista *CUTiE*³⁰ :

“Foi a *CUTiE* que usou pela primeira vez a palavra *Kawaii* – palavra que combina os conceitos de „bonito“ e „fofo“ em vários modos – para definir o que já era um componente chave da estética japonesa e aplicar esse conceito à moda.”
(GODOY, Tiffany, 2007: 73)

Mas este termo vai além, se tornou uma marca do Japão. O país que antigamente era marcado pela honra dos samurais, a beleza e delicadeza das gueixas, pelos costumes e artes marciais, hoje em dia é representado por garotas envoltas em vários tons de rosa, usando suas orelhas de gatinho e com a Hello Kitty estampada em vários lugares. Isso ajudou a moda urbana e seu comportamento passar de sub-cultura para cultura de exportação, atingindo assim os países ocidentais. (YANO, 2009; 4)

Hitomi Okawa, estilista e criadora da marca *Milk*, pode ser considerada grande contribuinte da cultura *Kawaii* pelo fato de misturar elementos suaves e graciosos à elementos agressivos, como comenta Tiffany Godoy: “Antes da *Milk*, ninguém podia dizer que o punk é fofo. Mas nas mãos de Okawa, se tornava.”(GODOY, 2012)

O próprio governo japonês ajuda a popularizar essa “cultura”. Em fevereiro de 2009 o Ministro das Relações Exteriores do Japão, Hirofumi Nakasone, nomeou três embaixadoras do *Kawaii*, chamadas de *Kawaii taishi*³¹ (Fig. 10). Cada uma representava um estilo de moda urbana japonesa. Eram elas: Misako Aoki (Lolita), Yu Kimura (Harajuku) e Shizuka Fujioka (Kogal). As *Kawaii taishi* foram nomeadas para levar a cultura popular japonesa para fora do Japão, principalmente para o ocidente. A estréia das embaixadoras aconteceu durante o evento *Japan Fest* em

³⁰ CUTiE: キューティ, revista de moda voltada para o público jovem feminino, lançada em 1989

³¹ Kawaii taishi: numa tradução aproximada “Embaixadoras da Fofura”.

Bangkok, em março de 2009 e no ocidente durante a *Japão Expo* em Paris, em julho de 2009³².



Fig. 10 - As Kawaii Taishi: Yu Kimura (esq.), Misako Aoki (centro), e Shizuka Fujioka (dir.)

Outro modo do ocidente conhecer a “fofura” japonesa é por meio dos populares mangás, as histórias em quadrinho japonesas que tem como heroínas, muitas vezes, garotas delicadas, ainda mais no estilo shoujo, que é voltado para o público feminino, onde as páginas das revistas são recheadas com mascotes graciosos, rendas, flores e laços.

Kawaii no fim se torna a palavra mais versátil do vocabulário japonês (GODOY, 2007), nenhuma outra palavra consegue descrever ações, estado de espírito, moda, comportamento e ser aplicada a objetos, momentos, pessoas, coisas, animais ao mesmo tempo. Essa amplitude já nos traduz o que é o Japão, uma grande diversidade condensada num pequeno local.

³² <http://web-japan.org/trends/09-culture/pop090827.html>

4.2. A SOCIEDADE DE CONSUMO QUE PRODUZ A TRANSPOSIÇÃO DE CULTURAS

Assim como a cultura pop nipo-brasileira a cultura pop japonesa (que influencia a primeira) é uma cultura híbrida. Isso se aplica, de forma geral à maioria das culturas, mas é citado especificamente aqui por ter essa mistura muito aparente.

Ela nasce da tradição japonesa em envolvimento com a cultura ocidental (mais especificamente o pop americano). Este envolvimento se dá pela agregação e/ou negação de fatores da influência estrangeira. Essa cultura, já híbrida, influencia, por sua vez, outros territórios agora, superando e transpondo o inicial *“American Way of Life”*.³³

O Japão transcende de país com a cultura fechada para um dos mais capitalistas, transformando sua cultura em produto de venda.

Essa venda não ocorre apenas com os produtos monetariamente adquiríveis, mas também com elementos criados para o consumo gratuito, como no caso dos animês que são parte de programação de TV, onde as pessoas não precisam comprar o produto em si e, como já mencionado antes, as pessoas também “baixam” da internet de forma gratuita.

“A globalização é desterritorializante, suas compreensões espaço-temporais, impulsionadas pelas novas tecnologias, afrouxam os laços entre a cultura e o lugar.”
(MACHADO, 2007: 5)

Tais produtos aguçam o interesse e levam à busca por outros produtos (como camisetas estampadas com personagens dos animes, bichos de pelúcia, entre outros), esquentando desse modo a economia e força cultural do Japão.

³³ American way of life (estilo americano de vida), é uma expressão referente a um suposto "estilo de vida" praticado pelos habitantes dos Estados Unidos da América, difundido e copiado internacionalmente após a Segunda Guerra Mundial. (TOTA, 2000)

O capitalismo faz a cultura se estender e penetrar em outras, influenciando pessoas residentes em outros territórios, mesmo que aquele não seja um público „fisicamente“ consumidor.

Deixemos clara a diferença: se inserir em uma cultura e inserir a cultura em você são coisas distintas. No primeiro caso, você busca onde está essa cultura, se relaciona com pessoas que fazem parte de fato dessa cultura, vivencia algo concreto, recebe e entende o conceito real de toda aquela cultura; já, quando você insere a cultura em você ocorre o processo de “tradução” das informações e elementos, uma vez que se retira a cultura de um local e aplica numa base que não é mais a sociedade e sim o indivíduo, então tudo é ressignificado com base nas vivências deste indivíduo, no que entendeu daquela cultura criando, assim, uma nova a partir do contato entre realidades e vivências distintas, a cultura que abriga (indivíduo) e a cultura que é abrigada (cultura absorvida e recontextualizada).

No Japão os jovens têm a necessidade de se destacar, de serem únicos e não apenas parte de algo, diferente do que rege a cultura japonesa, onde a maioria não passa de belas flores de cerejeira formando uma nação. (GREINER; SOUZA, 2005)

Aqui no Brasil essa cultura chega para unir grupos, uma vez que vivemos numa sociedade em que a heterogenia é parte de sua construção, de modo que a diferença de estilo não é utilizada para chocar (não majoritariamente), mas sim por uma noção de aproximação com a estética e sensação de pertencimento a um grupo. Como pode ser observado nas afirmações abaixo:

“A hibridação, como procedimento de interseção e acordos, é o que possibilita que a multiculturalidade evite o que existe de segregação e se transforme em interculturalidade (CANCLINI). Isso explicaria o forte interesse por uma cultura „estranha“, separando-se ou ignorando certos aspectos particulares e adaptando-os à sua própria cultura.” (MACHADO, 2007: 6)

A poética dentro da utilização dessa estética é a noção de pertencimento: ao utilizar as roupas, os estilos, mimetizar comportamentos e ao consumir os produtos

mediáticos esses indivíduos se sentem mais próximos daquilo que admiram. Acreditam, utopicamente, que fazem parte desse universo admirável, sendo a nostalgia, decorrente da grande exposição desses indivíduos aos produtos dessa cultura, que alimenta essas sensações.

“Apresentando brevemente a história do consumo da cultura pop japonesa no Brasil, é preciso refletir sobre a identidade desse brasileiro que entra em contato com uma cultura diferente da sua, com seus simbolismos, normas e valores próprios, muitas vezes contrastantes.” (CARLOS, 2010: 3)

A economia do Japão se tornou a segunda mais poderosa nos anos 80. Já no início dos anos 90 esse crescimento extraordinário sofreu uma quebra (YOKODA, 2010). Isso ajudou a criar a nova identidade do Japão, uma vez que foi desenvolvido um senso de oportunidade, no qual se notou que os grandes mercados e as concorrências não eram para a economia japonesa, então tinham que se aventurar nos pequenos e inovadores negócios, ou apenas diferenciados, criando novos mercados.

Essa irreverência na economia influenciou a primeira fase do desenvolvimento da moda urbana japonesa, assim como propagou os produtos nipônicos que chegaram aos países do ocidente e cativaram diversas pessoas.

4.3. PARTINDO DE HARAJUKU E GANHANDO “LIBERDADE”

A cultura pop japonesa atual tem seu epicentro em Tóquio. Esse também foi o centro do desenvolvimento do senso estético japonês no Período Edo. O nome Edo é o nome arcaico de Tóquio. (FAHR-BECKER, 2005)

Os elementos que dão corpo à cultura pop japonesa só existem por causa da diversidade que é Tóquio. Podemos destacar três bairros de suma importância ao assunto: *Akihabara, Shibuya e Harajuku*.

Akihabara é o bairro dos *otakus*, onde são comercializados produtos eletrônicos, mangás, bonecos de ação e tudo mais que se encaixe na temática *otaku*. *Shibuya* é um bairro mais voltado para a moda, com lojas de grandes estilistas, mas sua moda é mais “recatada”, sem muitas extravagâncias.

Já *Harajuku* (Fig. 11) é a junção dos acima citados e muito mais, é o local em que os jovens que seguem os mais variados estilos se encontram. Onde as grandes grifes japonesas, que alimentam esses estilos, começaram e onde sites que publicam fotos de pessoas “estilosas” (Fig. 12) (como o *Tokyo Fashion.com*) procuram suas personalidades a serem fotografadas. Mas *Harajuku* vai além “é um dos poucos lugares no Japão onde os jovens podem ter um senso de liberdade e expressar sua personalidade através das roupas” (GODOY, 2007: 38), de fato o berço da moda de rua do Japão.



Fig. 11 – Harajuku.

Nos anos 40, mais especificamente no ano de 1945, foi erguido no bairro de Harajuku, que até então era um bairro normal, o “*Washington Heights*”.

Ele era um alojamento para militares americanos e suas famílias, levando assim a cultura pop americana e o capitalismo para o país, que até então vivia em isolamento e só tinha contato com a sua própria cultura. (GODOY, 2007)

Nessa época a irreverência americana conquistou os moradores do bairro de Harajuku, é desse envolvimento que surgiram os primeiros movimentos de moda urbana e comportamento que quebravam o padrão “cerejeira” do povo japonês.

Devemos lembrar que devido à reclusão cultural na qual o Japão vivia (no Período Edo) qualquer característica e elementos diferenciados de outras culturas encantavam e influenciavam os japoneses. Por isso, hoje em dia Harajuku é um bairro tão diferente, em que as pessoas são mais liberais, pela influência ocidental direta.



Fig. 12 – Personalidades em Harajuku

“You walk into Harajuku and – bam! – you are in outer space” (GODOY, 2007; 10)

Aqui no Brasil temos o bairro da Liberdade (Fig.13) como uma espécie de Harajuku. Esse status certamente teve seus efeitos diante da cultura brasileira. É devido a essa comunidade japonesa que o Brasil recebe tantos produtos nipônicos, o que acabou influenciando muitos residentes do Brasil, em especial da Cidade de São Paulo.



Fig. 13 – Bairro da Liberdade

O que aconteceu aqui no Brasil é semelhante ao que ocorreu no Japão na déc. de 40, ou seja, o país foi exposto a uma forte cultura pop que possuía grande apelo visual pela estética distinta mas atraente. Essa cultura se apresentou de maneira tão forte – como já mencionado em capítulos anteriores – que começou a influenciar os indivíduos que a admiram, chegando ao ponto em que não lhes é mais satisfatório apenas observar ou consumir, se torna necessário agir de acordo com aquelas influências, criando um comportamento dentro de um país hibridizado por mais esta cultura. (CARLOS, 2009)

Por tudo isso, é interessante pensar que o Japão vê o ocidente como o *“País das Maravilhas”*. Um local em que tudo é heterogêneo é possível, onde ser diferente

é o normal. A partir dessa visão os japoneses se inspiraram no comportamento ocidental, querendo se livrar dos padrões e pressões da sociedade japonesa, se vestindo da irreverência e liberdade dos ocidentais e justamente essa liberdade (GODOY, 2007), que é importada, é retomada pelos jovens do ocidente, no caso aqui do Brasil, então o que antes era o modelo se tornou o seguidor e vice versa.

5. OUTRO MUNDO FLUTUANTE - O PROCESSO DE CRIAÇÃO/DESENVOLVIMENTO DA OBRA

A série surgiu da necessidade da artista, como vivente da influência japonesa que atinge as gerações dos anos 90 e 2000 (MACHADO, 2007), de explorar e expor os elementos, razões e fatos que culminaram na cultura híbrida pop nipo-brasileira e como ela se apresenta na parcela jovem do Brasil.

As quatro ilustrações foram produzidas com base na estética das xilogravuras japonesas (o *Ukiyo-e*), pelo fato dessas antigas gravuras servirem para retratar a cultura popular de uma época (o período Edo), seu cotidiano e seus costumes (FAHR-BECKER, 2005). Por esse motivo, além do tema central, que é o pop nipo-brasileiro, foi necessário pesquisar bibliografia sobre a estética *Ukiyo-ê*, assim como levantamento de imagens a servirem como base da feitura das ilustrações.

A utilização dessa estética facilita a compreensão visual das obras, tanto pela indicação da cultura japonesa quanto por servirem para reproduzir esses novos costumes e culturas. Isso ocorre pela identificação com a poética do “objeto” *Ukiyo-ê*, transpondo sua essência para os dias de hoje, mantendo seus pontos de observação do cotidiano, mudando apenas o cotidiano a ser representado, especificamente o dos jovens que se relacionam com a cultura nipo-brasileira.

As figuras retratadas são em sua maioria femininas, isso devido à aproximação com a vertente *Bijin-ga*³⁴ (Fig. 14 e 15) que retrata o universo feminino (ISHIKAWA, 2009) – uma vez que na cultura pop japonesa o feminino tem grande espaço, principalmente se focarmos na cultura *Kawaii*, que tem o feminino como ponto central, mas o feminino visto de um modo forte, sem a submissão feminina das gueixas.

³⁴ *Bijin-ga* :美人画, aproximadamente “retrato de uma beleza”, termo genérico na arte japonesa para designar figuras de mulheres bonitas ou atraentes.



Fig. 14 e 15 – Retratos de Bijin-ga: Torii Kiyonaga (esq.) e de Kitagawa Utamaro (dir), ambas do Período Edo.

Para realização do projeto foi necessária uma apropriação da estética *Ukiyo-ê*, adequando-a a finalidade: ajustando poses das personagens retratadas para serem referentes à como os indivíduos influenciados pelo pop japonês tiram fotos, mas de modo que ainda lembrem as torções típicas das gravuras; adicionando/substituindo cores, como o rosa que é quase um ícone da moda urbana japonesa (YANO, 2009: 3); trocando os cenários típicos pelo Bairro da Liberdade e Animencontros.

No início do projeto foi feita a fase de esboços, procurando adequar certos “personagens” do pop japonês em uma correlação com “personagens” do *Ukiyo-ê*, como no caso do estilo de moda urbana *Manba* (Fig. 16), que já vem da sua própria

constituição e reconhecimento com uma relação ao personagem *Yamanba*³⁵ (Fig. 17) do teatro *Kabuki*³⁶, assim como relaciona as Lolitas com as Gueixas, pela sua delicadeza.



Fig. 16 e 17 - Manba (esq.) e Yamanba do teatro Kabuki (dir.)

Tanto os esboços quanto o resto do processo até sua finalização foram produzidos no programa Adobe Photoshop, isso pela adequação das mídias: se no Japão antigo era utilizada a xilogravura como meio de produção e reprodução o mesmo pode-se dizer da arte digital em relação ao Japão pop da atualidade.

A série possui quatro obras (uma delas se divide em três partes, dando o total de sete ilustrações). Cada uma representa um momento do surgimento/desenvolvimento do pop nipo-brasileiro.

³⁵ Yamanba: 山姥, bruxa da montanha, personagem do folclore japonês que aparece na literatura, teatro kabuki e até na cultura pop japonesa.

³⁶ Kabuki: 歌舞伎, Teatro japonês que tem como suas principais características a atuação dramática exagerada com movimentos estilizados e a maquiagem detalhada e chamativa. Surgiu no séc. XVII e geralmente retrata histórias folclóricas do Japão.

Temos a porta de entrada que são as *Manbas*, que despertaram a curiosidade da autora em relação aos estilos de moda do Japão.

A série avança com as Lolitas, estilo japonês mais difundido no mundo (BERNAL, 2011), chamando a atenção para essa cultura pop tão diferenciada; segue com a visão do bairro da Liberdade, destino comum aos jovens envolvidos com toda essa estética e cultura.

E por fim, temos a representação de uma convenção de cultura nipônica, na qual aparecem vários elementos dessa cultura híbrida.

5.2. MANBAS

A primeira ilustração (Fig. 18) da série retrata um estilo de moda urbana do Japão que representa a singularidade desse povo. Na ilustração vemos duas garotas vestidas e maquiadas de formas exageradas, mas esse exagero é utilizado para confrontar preconceitos que fazem parte da cultura japonesa.

No Japão antigo existia o conceito de *Yamato Nadeshiko*³⁷ - *Yamato* é o nome antigo do Japão. *Nadeshiko*³⁸ é uma flor rosa conhecida por sua delicadeza. Esse termo era aplicado às moças bonitas, delicadas e de boas maneiras. Esse termo entrou na cultura japonesa e até hoje em dia as moças são pressionadas a se portarem de modo leve, gracioso e serem submissamente educadas.

Essa pressão da sociedade é combatida com os movimentos da cultura pop do Japão que abusam da irreverência e singularidade. Isso ocorre de modo mais direto no caso das *Manbas* - personagens centrais da ilustração “*Manbas*” – que utilizam a maquiagem marrom para simular uma pele muito bronzeada³⁹, algo que não é desejado em uma *Yamato Nadeshiko* nem em garotas de boa família, no

³⁷ *Yamato Nadeshiko* : 大和撫子, é como os japoneses se referem a uma mulher com atributos que são considerados tradicionalmente desejáveis na perspectiva dos homens da sociedade; geralmente atribuído a pessoas com educação tradicional.

³⁸ *Nadeshiko*: ナデシコ, cientificamente *Dianthus superbus*, flor de coloração rosa, nativa da Europa e Ásia.

³⁹ anomalynn.wordpress.com/tag/subculture/

Japão, ainda nos dias de hoje, a pele morena é associada à vida fácil ou aos pobres, trabalhadores rurais e pescadores.



Fig. 18 – “Manbas” (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão

O modo que as *Manbas* japonesas se vestem remete, também, aos surfistas da Califórnia⁴⁰. Neste ponto entra mais um preconceito, o do *gaijin*, modo como os japoneses chamam os imigrantes e até mesmo os turistas de outros países, essas

⁴⁰ anomalynn.wordpress.com/tag/subculture/

pessoas de “fora” não são bem aceitas pelos japoneses, que sempre primam por uma sociedade em que as pessoas sejam padronizadas.

Motivo pelo qual a cerejeira é a árvore símbolo do Japão, uma vez que suas flores são pequenas e delicadas, mas que juntas formam uma figura que atrai a atenção. Metáfora para a homogeneidade dos japoneses e sua organização que quando juntos formam uma sociedade de cultura exuberante. (GREINER; SOUZA, 2005)

Essa característica é afetada pela cultura pop e seus movimentos, todos eles, sem exceção, foram criados para quebrar essas amarras e libertar as pessoas do peso de ter seu comportamento julgado e dentre todos os estilos e movimentos as *Manbas* são as que mais se expõem e personificam essa vontade dos jovens de se destacar da sociedade, de se libertar de regras opressoras e se expressar a seu modo, por esses motivos elas foram escolhidas para abrir a série e mostrar toda essa cultura, assim como são o motivo que levou a autora a se aprofundar nos movimentos de moda urbana do Japão, que a incentivou a pesquisar e querer entender como surgiram e porque, sendo a ponte que a ligou à todo esse universo que se mostra aqui na série de ilustrações.

5.3. LOLITAS

A segunda ilustração da série é “*Lolitas*” (Fig. 19), que traz duas garotas caracterizadas como Lolitas.

A Lolita da esquerda representa o subestilo *Sweet*, ou seja, doce, delicada, nesse estilo a cor predominante é o rosa, seguida do branco, mas outros tons pastel também podem ser utilizados, como azul, verde e amarelo.

Essa *Lolita* representa a faceta *Kawaii* do pop nipo-brasileiro, como se ela fosse a materialização desse elemento, algo que não é comum ao brasileiro, que tem mais a mentalidade Ocidental onde ser maduro e “*sexy*”, mas que com a influência dessa cultura agregou o *Kawaii* ao seu cotidiano.



Fig. 19 – “Lolitas” (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão

Na direita temos a representante do estilo *Classical*, que significa clássico, com cores mais sóbrias e elegantes. Na ilustração a *Classical Lolita* aparece numa pose mais contida e seu vestido possui um degrade do amarelo para o azul e com detalhes vermelhos que dão a ideia de transição da cultura japonesa pra inserção na cultura brasileira. No caso o amarelo e o azul representam o Brasil, sendo as cores base do vestido, metaforicamente sendo como o Brasil é a base pra receber elementos da cultura japonesa, e o vermelho aparece em detalhes como as meias, as flores de cerejeira da estampa e o laço no cabelo, do mesmo modo que a cultura pop japonesa aparece em alguns detalhes da nossa vida cotidiana.

5.4. LIBERDADE

Passear pela Liberdade é um dos passeios mais comuns entre os *otakus* e é justamente o que a ilustração “*Liberdade*” (Fig. 20) mostra com uma garota que vivencia essa cultura nipo-brasileira e agrega vários elementos à sua vida, elementos tanto visuais como comportamentais.

Temos do lado direito e em primeiro plano a garota mencionada, diversos detalhes que podem ser observados na garota nos levam a crer que é uma aficionada/vivente do pop nipo-brasileiro.

Estes elementos são: o cabelo verde, já que tingir o cabelo com cores fantasias fazem parte da maioria dos estilos de moda urbana, assim como está presente nos personagens dos animês onde possuir um cabelo azul, rosa ou verde parece ser completamente natural; os óculos decorados e inspirados na *Hello Kitty*, já mencionada personagem que pode ser considerada símbolo do capitalismo japonês; e seus brincos em formato de “*pokébola*”⁴¹, ícone da série *Pokémon*, que possui sua parcela de “culpa” sobre o sucesso da cultura pop japonesa no Brasil.

A ilustração tem a intenção de retratar um dia normal de quem vivencia, cotidianamente, essa cultura, mostrando que não é necessário seguir um estilo determinado, apenas incorporar elementos dessa cultura já torna o indivíduo em membro ativo dessa parcela vivente do pop nipo-brasileiro.

⁴¹ Pokébola ou Pokeball: é um compartimento em forma esférica criado para armazenar pokémons, no famoso jogo e anime Pokémon da NINTENDO.

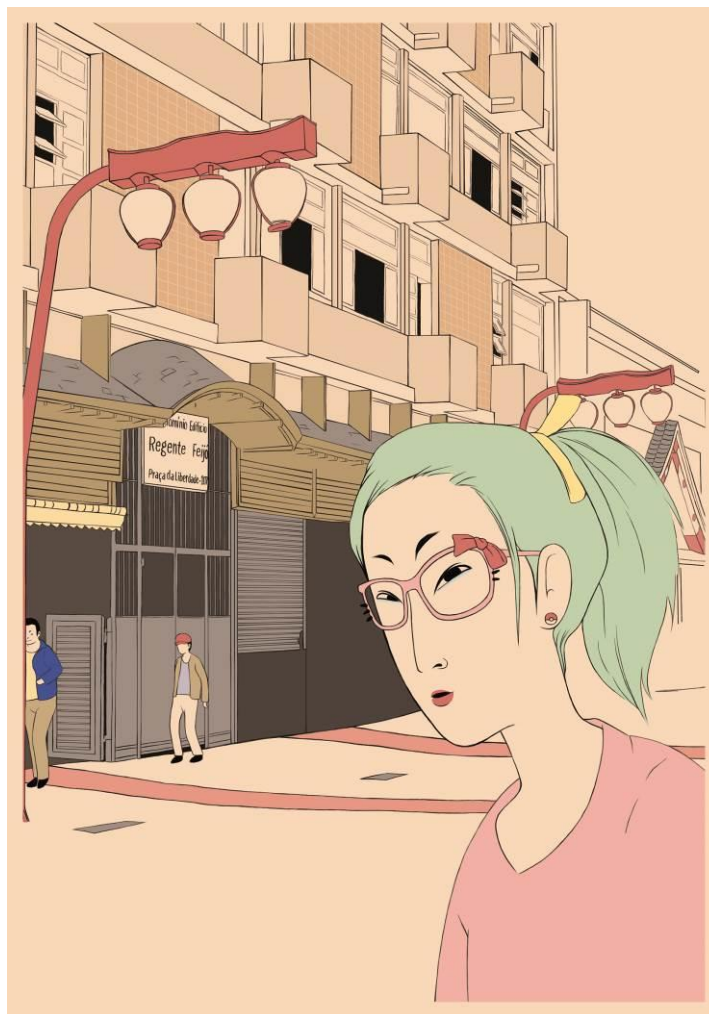


Fig. 20 – “Liberdade” (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão

5.5. ANIME FRIENDS

A ilustração “*Anime Friends*”⁴² (Fig. 21) retrata a convenção de mesmo nome que ocorre todo ano em São Paulo e que reúne aficionados pelos produtos da cultura pop japonesa, mostrando os *cosplayers*, seguidores de estilos da moda urbana japonesa e até aqueles que incorporam somente alguns elementos desta diversidade no seu cotidiano.

⁴² *Anime Friends* é um dos maiores eventos do Brasil direcionado a animes, mangás e cultura japonesa em geral. Teve sua 1ª edição em julho de 2003 e conta hoje com um público superior a 120 mil pessoas todo mês de julho, atraindo caravanas de fãs de todo lugar do país e algumas caravanas de países da América Latina.



Fig. 21 – “Anime Friends” (2013), 44,4 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão

A intenção da ilustração é também fazer uma exposição dos produtos que abriram as portas para esta cultura penetrar no imaginário e cotidiano desta geração, captando os principais elementos que contem a história da chegada dessa cultura e seu desenvolvimento.

Por ser a ilustração que possui mais elementos foi dividida em três partes, criando assim uma ligação com os famosos Ukiyo-e que retratavam cenas de festas típicas.

No canto esquerdo da ilustração e em primeiro plano temos uma pessoa vestida com o *Kigurumi*⁴³ (Fig. 22), espécie de pijama de peça única e que mimetiza personagens famosos de mangás e animes. Geralmente os personagens são animais, sejam eles baseados em animais reais como o urso *Rilakkuma*⁴⁴ ou totalmente inventados como no caso de *Pikachu*⁴⁵ ou até mesmo o alienígena

⁴³ Kigurumi: 着ぐるみ, é uma palavra japonesa que designa pessoas caracterizadas ou fantasiadas como animais ou personagens de desenho animado.

⁴⁴ Rilakkuma: リラックマ, é um personagens japonês desenhado por Aki Kondo, produzido pela San-X no ano de 2003

⁴⁵ Pikachu: ピカチュウ, é uma das espécies fictícias de criaturas pertencentes à franquia Pokémon criada por Satoshi Tajiri.

*Stitch*⁴⁶, que embora seja um personagem criado pela Disney tem a apreciação dos japoneses por ser *Kawaii*, fofo e excêntrico.

Foi utilizado o *Kigurumi* do *Pikachu* por conta do personagem ser um ícone dessa geração ilustrada e estar entre os maiores responsáveis pela difusão dessa cultura pelo mundo. Assim como podemos considerá-lo como uma condensação do *Kawaii*: andrógeno, uma vez que o personagem é do sexo masculino, mas tem uma aparência graciosa; e fantasioso.



Fig. 22 – Diversos Kigurumis

Ao lado da figura de *Kigurumi* temos uma figura abaixada mimetizando a posição do personagem Jiraiya⁴⁷ (Fig. 23) do animê *Naruto*⁴⁸, a figura em questão se trata de um *cosplayer*.

⁴⁶ *Stitch*: é um personagem do filme de animação da Disney *Lilo & Stitch*.

⁴⁷ *Jiraiya* :自来也, é um ninja da Vila da Folha e um dos professores de *Naruto*. É um dos personagens mais famosos e cativantes da série.

⁴⁸ *Naruto* :ナルト, é uma série de animê e mangá criada por Masashi Kishimoto e serializada na revista semanal *Weekly Shōnen Jump* desde 1999.



Fig. 23 – Personagem Jiraiya do animê “Naruto”

Esse elemento representa toda a influência que os animês e mangás tiveram (e ainda têm) na construção do pop nipo-brasileiro, uma vez que, como já mencionado anteriormente, aguçaram a curiosidade e interesse sobre a cultura japonesa e iniciaram essa “importação” de comportamentos.

Na atual cultura japonesa e, por conseguinte, na cultura nipo-brasileira os papéis de gênero dentro do *cosplay* não são rígidos. Muitas garotas fazem *cosplay* de personagens masculinos, isso pela idolatria que elas têm pelo o personagem. Por esse motivo, na ilustração “*Anime Friends*” o *Jiraiya* que aparece continua na temática *Bijin-ga*, pois se trata de um *cosplay* invertido, realizado por uma garota.

Dois estilos de moda aparecem na ilustração, novamente uma Lolita e ao seu lado uma garota que segue o estilo “*Pastel Gothic*”, que é a mistura exata entre o *Kawaii* - devido às cores suaves (pastéis) utilizadas – e o bizarro, o gótico, esse toque podemos notar pelo adereço que a garota usa no cabelo, uma “*Eye Ball*” que é uma representação de globo ocular fixado num laço.

Esse estilo foi utilizado para retratar o movimento que há nessa cultura, sempre tem algo novo acontecendo, novas vertentes são criadas.

Isso pode ser notado no título do livro, já mencionado, “*Style Deficit Disorder*”, que discorre sobre a cena pop em Harajuku. O título pode ser traduzido como “distúrbio da deficiência de estilo”, se referindo à busca de um estilo pelos jovens, às repentinas mudanças e trocas de um estilo por outro, sucessivamente.

O último elemento é a representação de um *otaku*, nota-se que a pessoa usa roupas menos chamativas, mas a camiseta remete ao chapéu utilizado pelo personagem Ash⁴⁹ (Fig. 24) da série *Pokémon*, utilizando o símbolo e as cores. Essa figura se relaciona com a figura vestida com o *Kigurumi*, isso por remeterem a um animê que abriu as portas para muitos seguidores dessa cultura.



Fig. 24 – Personagem Ash do animê “Pokemon”.

Todas as obras foram expostas no primeiro andar do Instituto de artes. Elas estão dispostas em dois módulos (1,60 x 2,20 m).

A exposição foi feita de modo simples, para dar destaque às obras: as ilustrações foram impressas em papel *couche* no tamanho A5 (14,8 x 21 cm), com moldura confeccionada em papel cartão branco. A escolha do tamanho é pela aproximação com as *Ukiyo-ê* que eram imagens pequenas.

⁴⁹ Ash Ketchum: サトシ, ou Satoshi em japonês, é um personagem fictício do anime e mangá da franquia Pokémon, propriedade da Nintendo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de hibridação do qual surgiu o pop japonês – diretamente influenciado pelo pop americano - e que culminou no pop nipo-brasileiro é complexo e ao mesmo tempo natural, uma vez que, ao entrarmos em contato com uma cultura de tamanha exuberância, é obvio que seremos influenciados por ela.

A abordagem do tema foi feita a partir de pontos muito específicos, no caso *Kawaii*, o feminino e a moda. Outras visões são possíveis para se explorar, perscrutando, por exemplo, o universo masculino dessa mistura de cultura, como esses indivíduos se relacionam com o *Kawaii* e qual a permanência masculina dentre os estilos.

A cultura abordada nesse trabalho está em constante mutação, agregando novos elementos de acordo com as influências geradas a partir do contato com novas culturas, como se seguisse um ciclo em que cada local em que passa capta uma nova essência e sofre uma mutação, nascendo ali uma nova cultura, de modo que a sua exploração nos dá múltiplas possibilidades.

Como resultado da série notamos que a estética do Ukiyo-e é, de fato, a melhor para retratar essa geração e seus costumes, servindo como indicativo deste momento para a posteridade.

O tema pode ser muito mais desenvolvido, apesar de no ponto em que está já ter um resultado superior ao esperado. A continuação desse projeto pode se dar explorando e ilustrando um momento antes do que o nos encontramos: o momento em que essa cultura começa a penetrar no nosso cotidiano.

Contextualizar e identificar, na moda, na arte, nos costumes, na musica etc. influencias culturais diversas é valido do ponto de vista sociológico, artístico, histórico, político, mas, mais do que isso, é imprescindível para a compreensão do nosso passado, para vivência do presente e para a construção do futuro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINO, Christopher. Kumadori – The Painted Faces of Japanese Kabuki Theatre, 2012. *In* www.thestorybehindthefaces.com

BERNAL, Kathryn A. Hardy. The Lolita Complex: A Japanese Fashion Subculture and Its Paradoxes *in* Tese (Mestrado em Filosofia) – *AUT University*, 2011.

CARLOS, Giovana S. A Cultura Pop Japonesa no Contexto da Cibercultura *in* III Simpósio Nacional ABCiber - ESPM/SP - Campus Prof. Francisco Gracioso, 2009.

_____ Identidade(s) no Consumo da Cultura Pop Japonesa *in* Lumina - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) Vol. 4, No. 2, 2010a.

_____ et al. Moda, Música e Identidade na Cultura Pop Japonesa no Brasil *in* IV Simpósio Nacional ABCiber - ECO/UFRJ, 2010b.

CLEMENTE, Ana Tereza. Que Rock É Esse? : A Historia do Rock Brasileiro Contada Por Alguns de Seus Ícones, Ed. Globo 1ª. Edição, 2008.

COELHO JUNIOR, L. L. e GONÇALVES, G. M. R. Cultura Pop Japonesa e Identidade Social: Os Cosplayers de Vitória (ES) *in* Psicologia & Sociedade, 23(3), 583-591, (2011).

FARIA, Monica L. História e Narrativa das Animações Nipônicas: Algumas Características dos Animês, 2007. Disponível em: fido.palermo.edu/serviços_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A4003.pdf

FIORILLO, John. Ukiyo-e ("Pictures of the Floating World") *in* viewingjapaneseprints.net, 2004.

FUKAI, Akiko. Japonism in Fashion *in* catálogo da exposição Japonism in Fashion. Tokyo, 1996.

GIANNETTI, Claudia. Estética Digital: Sintopia da Arte, a Ciência e a Tecnologia. Belo Horizonte: Ed. C/Arte, 2006.

GODOY, Tiffany. Style Deficit Disorder: Harajuku Street Fashion. Tokyo: Chronicle Books, 2007.

GREINER, Christine e SOUZA, Marco (Org.). Imagens do Japão 2: Experiências e invenções. Ed. Annablume, 2012.

HALL, Stuart. A Identidade Cultural na Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 11ª edição, 102 páginas, tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Lour, 2006.

ISHIKAWA, Jun-ichi (Editor). Especial: UKIYO-E – Arte Pop da Antiga Edo *in* NIPPON: Descobrindo o Japão No. 2, Ed. Heibonsha. Traduzido pela Embaixada do Japão em Portugal, 2009.

JOHANSSON, Hans Olof. UKIYO-E: The Pictures of the Floating World, 2007. Disponível em: www.ukiyo-e.se

KAWAMURA, Yuniya, The Japanese revolution in Paris Fashion, United Kingdom: Berg; 2004.

KEET, Philomena. The Tokyo Look Book: Stylish to Spectacular, Goth to Gyarū, Sidewalk to Catwalk. Kodansha Internacional. 2007.

KINSELLA, Sharon. Adult Manga: Pro-Establishment Pop-Culture and New Politics in the 1990s. *in* Media, Culture and Society Vol. 21, 1999. *In* <http://www.kinsellaresearch.com/manga.html>

_____ Cuties in Japan. *In* <http://www.kinsellaresearch.com>

MACHADO, Carlos A. Animencontros: A Relação da Cultura Pop Nipônica na Configuração de Grupos Juvenis. PUC – Rio, 2007.

_____ A Cultura Midiática e a Formação de Novos Costumes. *In* IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura - Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil, 2008.

MANSO, Barbara. GUEDES, Maria da Graça & VASCONCELOS, Rosa M. O Impacto da Moda Urbana Japonesa na Cultura. Guimarães, PORTUGAL - V World Congress on Communication and Arts. 2012.

MICHENER, James A. The floating world. University of Hawaii Press, 1983.

MILLER, Laura. Those Naughty Teenage Girls: Japanese Kogals, Slang, and Media Assessments. *Journal of Linguistic Anthropology*: 225-247. Department of Anthropology, Loyola University – Chicago.

MONDEN, Masafumi. Transcultural Flow of Demure Aesthetics: Examining Cultural 2008.

Globalization through Gothic & Lolita Fashion. *New Voices Vol.2*: 21-40. University of Technology, Sydney.

MORENO, Carlos A. de C.; OLIVEIRA, Janete. Cosplay e a Visão da Cultura Japonesa no Brasil *in* IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

MUNSTERBERG, Hugo. The Arts of Japan: An Illustrated History. Tokyo: Rutland, 1988.

ONOHARA, Noriko. Romantic European Nostalgia: Japanese 'Gosurori' Fashion.

ODA, Ernani, Interpretações Da "Cultura Japonesa" E Seus Reflexos No Brasil, 2008. *In* http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092011000100006&script=sci_arttext. Acessado em 14 de maio de 2013.

DE OLIVEIRA, Natália M. C.; RIOS, José R. A. C. A Divulgação da Cultura Pop Japonesa em Redes Sociais na Internet. *in* XXXV Congresso Brasileiro de Ciências

da Comunicação – Fortaleza, CE. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012.

DE OLIVEIRA, Adriana C. Japoneses no Brasil ou Brasileiros no Japão? A Trajetória de uma Identidade em um Contexto Migratório, 1998. *In* www.abep.nepo.unicamp.br/anais/PDF/1998/a152.pdf. Acessado em: 09 de julho de 2013

RODRIGUES, Gustavo D. Japão, explodindo subcultura – Cultura e Mídia japonesa no Brasil. *In* XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

SMITH, Henry. Hokusai: One Hundred Views of Mount Fuji. London: Thames and Hudson, 1988.

TOTA, A. P. O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

UEDA, Nancy Naomi ; MORALES, L. M. . A Presença da Mídia na Socialização Contemporânea dos Jovens: O Caso do "Animê" como Convite ao Estudo da Língua Japonesa. *Estudos Japoneses (USP)*, v. 26, p. 75-96, 2006.

YANO, Christine R. Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines *in* *The Journal of Asian Studies* Vol. 68, No.3 (August) 2009: 681-688. Tokyo: The Association for Asian Studies, Inc., 2009.

YOKODA, Paulo, A Enrascada Economia Japonesa, 2010. *In* <http://www.asiacomentada.com.br/2010/11/a-enrascada-economia-japonesa/>. Acessado em: 17 de agosto de 2013

INTERNET

Imagens do Ukiyo-ê: www.wdl.org/pt/search/?collection=japanese-prints-and-drawings-collection. Acessado em: 18 de janeiro de 2013

O que é Cosplay: <http://www.cosplaybr.com.br/site/index.php/O-Que-e-Cosplay.html>. Acessado em 03 de maio de 2013

Site que aborda a cultura pop japonesa pela visão de jovens brasileiros: www.harajukulovers.com.br. Acessado em: 07 de maio de 2013

Sobre as Manbas: anomalynn.wordpress.com/tag/subculture/. Acessado em: 19 de setembro de 2013

Sobre o Ministro das Relações Exteriores do Japão (entre 2008-2009): http://en.wikipedia.org/wiki/Hirofumi_Nakasone. Acessado em: 01 de janeiro de 2013.

Sobre moda urbana japonesa, com muitas fotos: www.tokyofashion.com. Acessado em 2013

Sobre o gênero shonen de mangá: <http://www.jappleng.com/culture/articles/anime-manga/155/shounen-genre>. Acessado em 05 de maio de 2013.

Sobre o gênero shoujo de mangá: http://matt-thorn.com/shoujo_manga/whatisandisnt.php. Acessado em 05 de maio de 2013.

Sobre Ukiyo-ê: www.loc.gov/exhibits/ukiyo-e/intro.html. Acessado em: 04 de fevereiro de 2013.

Sobre o termo ecchi: <http://en.wikipedia.org/wiki/Ecchi>. Acessado em 05 de maio de 2013.

Técnicas de Ukiyo-ê: http://learningobjects_devel.wesleyan.edu/blockprinting/. Acessado em: 18 de dezembro de 2012.

The Kawaii Ambassadors of Cuteness. Disponível em: <http://web-japan.org/trends/09-culture/pop090827.html>. Acessado em: 01 de janeiro de 2013.

Yamato Nadeshiko: http://en.wikipedia.org/wiki/Yamato_nadeshiko#section_1. Acesso em: 09 de janeiro de 2013.

IMAGENS UTILIZADAS

Fig. 1 – Sakura Card Captors. Disponível em: <http://1.bp.blogspot.com/-3C5EYjPFq6I/TuRIB7Wfn4I/AAAAAAAAACP8/X6ltw4BOUiU/s1600/003.jpg>

Fig. 2 – Miroku. Disponível em: <http://triviawinners.tripod.com/sitebuildercontent/sitebuilderpictures/miroku063.jpg>

Fig. 3 – Cosplay do personagem Goku, de *Dragon Ball*. Disponível em: www.bitsmania.com.br/blog/2013/04/cosplays-dragon-ball-z/

Fig. 4 – Imagem original de Goku, de *Dragon Ball*. Disponível em: <http://muertito69.deviantart.com/art/GOKU-SUPER-SAIYAJIN-DRAGON-BALL-Z-MARKER-COLOR-299931408>

Fig. 5 – *Three Known Beauties*. Disponível em: <http://joyofsl.com/artist/utamaro>

Fig. 6 – *Musha-e*. Disponível em: <http://www.imamuseum.org/exhibition/musha-e-japanese-warrior-prints>

Fig. 7 – *Ukiyo-e Heroes*. Disponível em: <https://www.ukiyoeheroes.com/products-page/woodblock/infestation-woodblock-print/>

Fig. 8 – *Lolitas* japonesas. Disponível em: <http://daily-lolita.livejournal.com/5702286.html>

Fig. 9 – *Lolitas* brasileiras. Disponível em: <http://mysubarashilolidays.blogspot.com.br/2013/10/13102013-anime-gakuen.html?m=1>

Fig. 10 – Embaixadoras do *Kawaii*. Disponível em: <http://web-japan.org/trends/09-culture/pop090827.html>

Fig. 11 – Harajuku. Disponível em: <http://tokyofashion.com/>

Fig. 12 – Personalidades de Harajuku. Disponível em: <http://tokyofashion.com/>

Fig. 13 – Bairro da Liberdade. Disponível em: <http://liberdadeemfoco.blogspot.com.br>

Fig. 14 – *Bijin-ga* de Torii Kiyonaga. Disponível em: <http://kiritz.jp/2012/07/torii-kiyonaga/>

Fig. 15 – *Bijin-ga* de Kitagawa Utamaro. Disponível em: <http://www.bijinga.com/main.html>

Fig. 16 – Manba. Disponível em: <http://cdn.buzznet.com/assets/users16/kerli/default/fantastic-freaky-ganguro--large-msg-133711856108.jpg>

Fig. 17 – *Yamanba kabuki*. Disponível em: <http://www.glopad.org/jparc/files/YamambaUshimado.jpg>

Fig. 18 – *Manbas*. Disponível em: arquivo pessoal

Fig. 19 – *Lolitas*. Disponível em: arquivo pessoal

Fig. 20 – Liberdade. Disponível em: arquivo pessoal

Fig. 21 – *Anime Friends*. Disponível em: arquivo pessoal

Fig. 22 – Pessoas usando *Kigurumis*. Disponível em: <http://oneminuteforgirl.blogspot.com.br/2013/03/kigurumi-usaria.html>

Fig. 23 – Jiraiya. Disponível em: <http://narustller.blogspot.com.br/2011/09/sannin.html>

Fig. 24 – Personagem Ash do animê "*Pokemon*". Disponível em: http://bulbapedia.bulbagarden.net/wiki/Ash_Ketchum

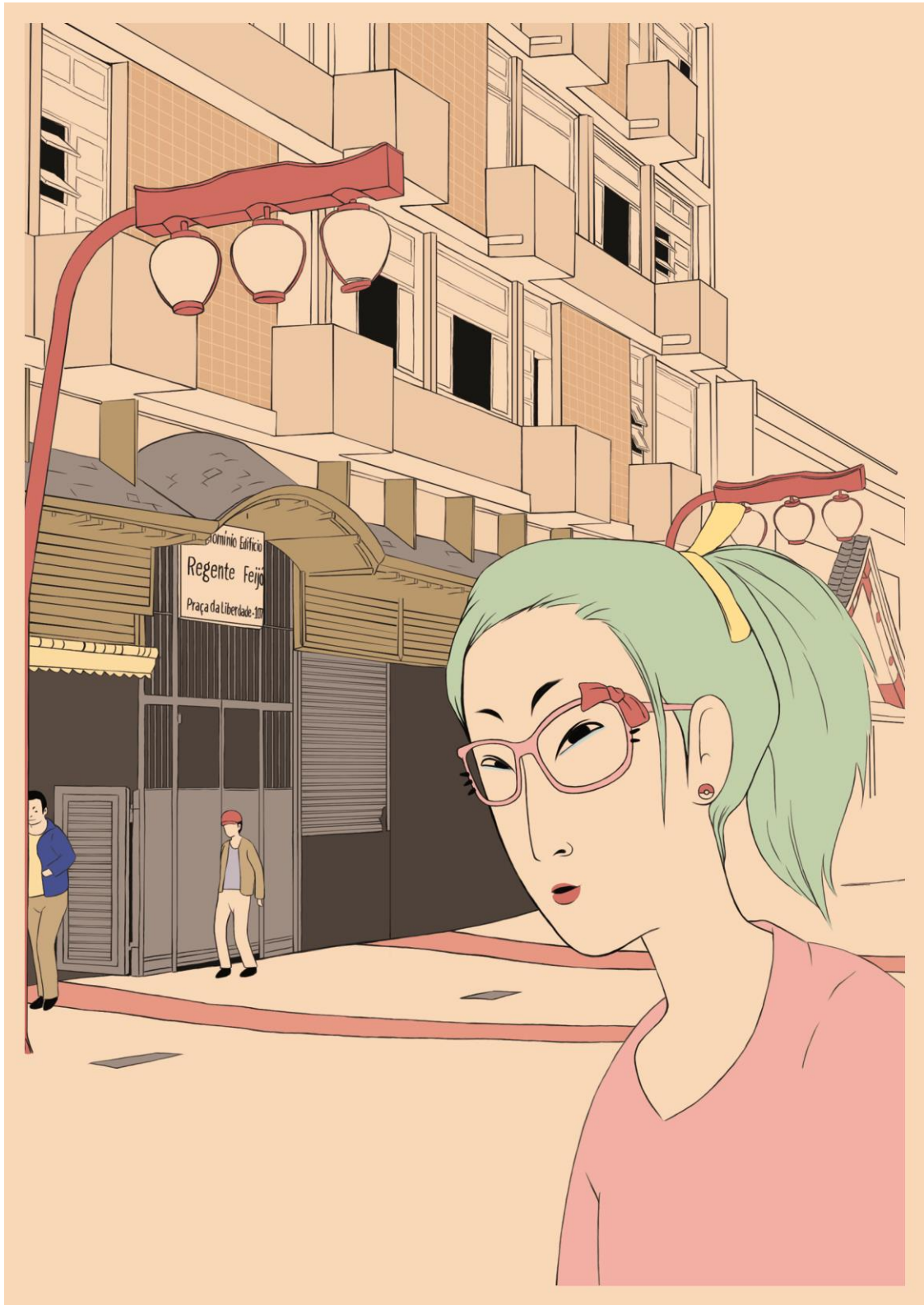
APÊNDICE – Obras



"Manbas" (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão



“Lolitas” (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão



“Liberdade” (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão



“Anime Friends”, pt. 1 (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão



“Anime Friends”, pt. 2 (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão



“Anime Friends”, pt. 3 (2013), 14,8 x 21 cm. Ilustração de Fernanda Paixão